

2011

Oktober 2011, 14,80 EUR

Private Equity • Buyouts • M&A

VentureCapital
Magazin

VentureCapital Magazin

Das Magazin für Investoren und Entrepreneur

Mit Sonderbeilage
„Eigenkapital
in Brandenburg“



SONDERAUSGABE

Start-up 2012

7. Jahrgang

*Der Wegweiser
für Gründer*



powered by



P+P Pöllath + Partners ist mit 33 Partnern und insgesamt fast 100 Rechtsanwälten und Steuerberatern an den Standorten München, Berlin und Frankfurt tätig.

P+P bietet fundierte, kreative und innovative Expertise sowie unabhängige rechtliche und steuerliche Beratung in folgenden Arbeitsbereichen:

Transaktionen

- Unternehmenskauf/-strukturierung
- Gesellschafts- und Kapitalmarktrecht
- Private Equity/Venture Capital/Alternative Assets
- Fondsgründung/-strukturierung/-screening
- Listing/Delisting
- Nachfolgeplanung und -gestaltung
- Steuerstrukturierung und -gestaltung
- Immobilien sowie
- transaktionsbezogene Schiedsverfahren

Asset Management

- Vermögensmanagement, -anlage, -nachfolge
- verbindliche steuerliche Auskünfte für Unternehmen und Familiengesellschaften
- Beratung von vermögenden Privatpersonen und Family Offices
- Trusts und Stiftungen
- Fonds, Finanzprodukte
- Immobilien

Viele P+P-Berater stehen als „leading“ bzw. „highly recommended“ oft in mehreren Arbeitsbereichen konstant an der Spitze renommierter Ranglisten. Darüber hinaus wurde P+P häufig als „Kanzlei des Jahres“ vor allem im M&A- und Steuerbereich ausgezeichnet.

P+P ist völlig unabhängig und arbeitet mit fachlich führenden Kollegen befreundeter Sozietäten in Deutschland und anderen Jurisdiktionen, sowie mit Beratern, Banken und vielen weiteren Geschäftspartnern zusammen.

Weitere Informationen auch zu unserer Pro-Bono-Arbeit und den P+P-Stiftungen auf unserer Website:

P+P München

Prof. Dr. Reinhard Pöllath, LL.M., RA, FASTR
Dr. Matthias Bruse, LL.M., RA
Dr. Andrea von Drygalski, RAin
Andres Schollmeier, RA, FASTR
Dr. Michael Best, StB
Philipp von Braunschweig, LL.M., RA
Otto Haberstock, M.C.J., RA
Dr. Margot Gräfin von Westerholt, RAin
Dr. Benedikt Hohaus, RA, FASTR
Dr. Michael Inhester, RA
Richard L. Engl, StB
Jens Hörmann, RA
Dr. Frank Thiäner, RA
Dipl.-Kfm. Alexander Pupeter, RA, StB
Dr. Christoph Philipp, LL.M., RA
Dr. Wolfgang Grobecker, LL.M., RA
Dr. Wolfram Pätzold, RA
Dr. Stephan Viskorf, RA, StB
Christian Tönies, LL.M. Eur., RA
Prof. Dr. Ingo Saenger, Of Counsel
Dr. Barbara Bludau, RAin, Of Counsel

Kardinal-Faulhaber-Str. 10
80333 München
Tel: +49 (89) 24240-0
Fax: +49 (89) 24240-999
muc@pplaw.com

P+P Frankfurt

Dr. Andreas Rodin, RA
Patricia Volhard, LL.M., RAin
Dr. Andreas Junius, LL.M., RA
Dr. Georg Greitemann, LL.M., RA
Dr. Jan Wildberger, RA
Dr. Pia Dorfmueller, StB
Wolfgang Tischbirek, RA, StB, Of Counsel

Zeil 127
60313 Frankfurt/Main
Tel: +49 (69) 247047-0
Fax: +49 (69) 247047-30
fra@pplaw.com

P+P Berlin

Prof. Dr. Dieter Birk, StB
Dr. Thomas Töben, StB
Dr. Matthias Durst, RA
Dr. Carsten Führing, RA
Uwe Bärenz, RA
Dr. Stefan Lebek, RA
Amos Veith, LL.M., RA
Dr. Andreas Richter, M.A., LL.M., RA
Andreas Wilhelm, RA, Of Counsel

Potsdamer Platz 5
10785 Berlin
Tel: +49 (30) 25353-0
Fax: +49 (30) 25353-999
ber@pplaw.com

Editorial

Die Champions sind da – und mehr können folgen

Liebe Leserinnen und Leser,

ob nun Online-Games aus Hamburg oder ein Shopping-Club bzw. eine Plattform für Gutscheine aus Berlin: Die Internet-Start-ups Bigpoint, Brands4Friends und DailyDeal wurden mit Venture Capital angeschoben und verfügen mit über die höchste Visibilität in der Gründerszene. Dazu erreichen sie mit ihren Themen sowohl breite Schichten an Verbrauchern als auch die Aufmerksamkeit der Publikumspresse – und in der Folge von strategischen und weiteren Finanzinvestoren. Bei Bigpoint beispielsweise haben die Kapitalgeber ihre Anteile auf Basis einer Unternehmensbewertung von 600 Mio. USD an andere Investoren weitergereicht, bei der Übernahme von Brands4Friends lag das Schlussgebot des US-Schnäppchenmarkts Ebay bei 150 Mio. EUR, und erst jüngst verliebte sich der Internet-Gigant Google das Berliner Start-up DailyDeal für kolportierte 180 Mio. USD ein.

Das sind gigantische Zahlen, und sie sollten heimischen Gründern Mut machen. Denn unter der Oberfläche senden sie zwei deutliche Signale aus: 1. Wenn sich selbst Konzerne aus dem Mutterland des Entrepreneurship genauer umschauen, agieren hierzulande echte Champions. 2. Wenn selbst die Mondpreise aus der Zeit der Internetblase um die Jahrtausendwende verblassen, schaffen die Gründer heutzutage echte Werte.

Daneben gibt es aber zahlreiche weitere Felder der Hoch- und Spitzentechnologie, wo echter „Entrepreneurial Spirit“ herrscht und wo Arbeitsplätze geschaffen, Innovationen forciert und verkrustete Strukturen aufgebrochen werden. Allein im Cleantech-Sektor vermuten Investoren, dass jeder einzelne Trend in dieser Querschnittstechnologie größer werden



Torsten Paßmann, Redaktionsleiter

könnte als der Schub der Informationstechnologie oder Telekommunikation gegen Ende des letzten Jahrtausends. Möglich werden solche Erfolge dann, wenn alle Rädchen ineinandergreifen: Neben engagierten Gründern braucht es auch mutige Investoren mit ausreichend dicken Portemonnaies und fähige Berater, die Start-ups die bestmögliche Beratung angedeihen lassen. Die gesetzlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen könnten zwar besser sein, beklagt Ulrike Hinrichs vom Branchenverband BVK (S. 38–39). Aber die Basis für ein solides Gründungsgeschehen ist mit umfangreichen Fördermitteln für Start-ups aus der Wissenschaft (siehe S. 46–47) oder den zahlreichen Businessplan-Wettbewerben und Initiativen (siehe S. 48–51) gelegt. In einem solchen Umfeld kann jedes junge Unternehmen den Erfolgskurs einschlagen, den auch Bigpoint oder DailyDeal genommen haben, und ein Champion in seiner Branche werden. ■

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und viel Erfolg bei Ihrem Gründungsvorhaben,

Torsten Paßmann
torsten.passmann@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



3 Editorial

Die Champions sind da – und mehr können folgen

Gründerklima

8 Mut machen für die unternehmerische Selbstständigkeit

Den Start individuell unterstützen
Ernst Burgbacher, Parlamentarischer Staatssekretär

14 Berlin boomt

Vitale Gründerszene in der Hauptstadt

16 „Business Angel-Netzwerke werden immer wichtiger“

Interview mit Jean-Pierre Vuilleumier, Geschäftsführer von CTI Invest

18 Ein starker Partner

Österreichisches Wachstumskapital
Dr. Jürgen Marchart, AVCO – Austrian Private Equity and Venture Capital Organisation

20 Sentimentumfrage, Teil I

Gründung & Finanzierung aus Investoren- und Beratersicht

Know-how

24 Professionelle Exit-Planung

Wie Gründer den Wert ihres Start-ups maximieren können
Jens Munk, venturecapital.de



8 Mut machen für die unternehmerische Selbstständigkeit

Den Start individuell unterstützen

Jährlich gehen in Deutschland über 400.000 Gründer an den Start. Sie haben eine zündende Idee oder wagen sich auf völlig neues Terrain. Die Wirtschaft braucht den frischen Wind aus diesem Bereich. Und mit einer Vielzahl von Angeboten kann die öffentliche Hand jungen Unternehmen den Start erleichtern – die Spanne reicht von direkter Förderung bis hin zu verbesserten rechtlichen Rahmenbedingungen.



38 Ausbaufähig im Recht, gute Förderung von Start-ups

Rahmenbedingungen für Venture Capital-Investments in Deutschland

Der deutsche Beteiligungskapitalmarkt verfügt insbesondere im Venture Capital-Bereich noch über reichlich Wachstumspotenzial. Ein Beitrag zur Ausschöpfung dieses Potenzials wäre insbesondere eine Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen für junge Unternehmen und ihre Investoren.

26 Fallstricke beim Online-Marketing

Regeln, die Start-ups beachten müssen
Martin Pachl, Osborne Clarke

28 „Unsere Fehlertoleranz hängt vom Interesse ab“

Interview mit J.-Wolfgang Poselt, Managing Partner, Aurelia Private Equity

30 Eigenarten von Gründerteams

Auf welche Aspekte Investoren achten
Christian Seegers, IBB Beteiligungsgesellschaft

32 „Der Schutz des Know-hows wird häufig vernachlässigt“

Interview mit Michael See, Leiter Gutachten & Analysen im Steinbeis-Transferzentrum TIB

34 Innovation in Erlöse umsetzen

Patente als wirtschaftliche Erfolgsfaktoren für Start-ups
Dr. Günther Proll, Biometrics, Dr. Edelbert Häfele, Patev Associates

Politik & Forschung

38 Ausbaufähig im Recht, gute Förderung von Start-ups

Rahmenbedingungen für Venture Capital-Investments in Deutschland
Ulrike Hinrichs, Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften

40 „Ein Zeichen für die Stärkung der Innovations- und Gründerkultur“

Interview mit Dr. Helmut Schönenberger, Geschäftsführer der UnternehmerTUM GmbH

42 Geschlechtsspezifische Unterschiede

Studie: Gründungen von Frauen sind tendenziell weniger erfolgreich
Dr. Sandra Gottschalk, Dr. Michaela Niefert, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW Mannheim)



60 „Als Business Angel sollte man in Menschen investieren“

Interview mit Dr. Michael Friebe, Business Angel des Jahres 2011

Mit der „Goldenen Nase“ als Business Angel des Jahres wurde jüngst Dr. Michael Friebe geehrt. Der Unternehmer, der selbst bereits einige Firmen aufgebaut hat, ist bislang acht Beteiligungen eingegangen. Für ihn zählt weniger die Rendite als die Freude am Austausch mit den Gründern. Worauf er bei der Zusammenarbeit Wert legt und welche Geschäftsmodelle er für spannend hält, berichtet er im Interview.



82 Welcher Sinn und welcher Zweck?

Anglizismen in Beteiligungsverträgen

Was kann man von einer Anlageklasse, die für sich selbst den englischen Begriff „Venture Capital“ verwendet, anderes erwarten, als dass auch wesentliche bestimmende Ausdrücke dem Englischen entlehnt sind? Das „Eindeutschen“ dieser Begriffe kann zu inhaltlichen Unschärfen und Missverständnissen führen. Dabei haben die Investoren ganz andere Absichten im Sinn, als „Folterwerkzeuge“ für Gründer zu entwerfen.

45 Fördermittel als Ergänzung
Finanzierung von Technologie-Innovationen bei kleinen mittelständischen Unternehmen
Claas H. Nieraad,
New Commercial Room

46 Viele gut dotierte Angebote
Universitäre Forschungsförderung in Deutschland

Initiativen & Wettbewerbe

48 Der gelungene Start
Initiativen und Wettbewerbe fördern junge Unternehmer

52 Businessplan-Wettbewerbe – Weg zum Erfolg
Verbesserte Konzepte und oft auch Startkapital
Friedrich-Wilhelm Corzilius, start2grow, Christian Weyers, dortmund-project

54 „Wir bringen Ideen und Gründer zusammen“
Interview mit Prof. Dr. Ronald Gleich, Executive Director, Strasczeg Institute for Innovation and Entrepreneurship

56 Synergien und Coaching nutzen
Technologiezentren als Chance für Start-up-Unternehmen
Dr. Udo Rettweiler,
Technologiezentrum Teltow

58 Case Study Stark im Netzwerk
Spherotec GmbH nutzt Verbundmöglichkeiten

Business Angels

60 Das Jahrzehnt der Business Angels
Gute Stimmung unter den Privatinvestoren in Deutschland

62 „Als Business Angel sollte man in Menschen investieren“
Interview mit Dr. Michael Friebe, Business Angel des Jahres 2011

64 Was macht so ein Netzwerk eigentlich ganz konkret?
Mittler zwischen Gründernachfrage und Kapitalangebot
Dr. Ute Günther, Dr. Roland Kirchhof, BAND

ZUKUNFT GESTALTEN!

Drei Standorte für High-Tech in Dresden



Wir bieten:

- 🏠 Beratung und Coaching zum Businessplan, Finanzierung und Unternehmensaufbau
- 🏠 Geschäftsräume, Labore, Werkstätten an 3 Standorten mit Nähe zu Forschung und Industrie
- 🏠 Enge Kontakte zu High-Tech Netzwerken (z.B. Silicon Saxony und biosaxony)
- 🏠 Management von nationalen/internationalen Technologietransferprojekten
- 🏠 Moderne Infrastruktur, Besprechungs- und Konferenzräume, Kurzzzeitbüros, Rezeption und andere Services nach Maß



TechnologieZentrum Dresden

Ihr Ansprechpartner:

Dr. Bertram Dressel
Gostritzer Straße 61-63
D-01217 Dresden

Telefon: +49 351 8718665
Telefax: +49 351 8718743

E-Mail: kontakt@tздresden.de
Internet: www.tздresden.de

Venture Capital

66 Mehr Deals bei stärkerer Zurückhaltung
Early Stage-Investoren sind 2011 aktiver und schweigsamer

68 Gemeinsam stark mit Koinvestoren
High-Tech Gründerfonds belegt den Erfolg von Kooperationen

70 Risikominimierung bei der frühen Kommerzialisierung von Hochtechnologie
Viele Herausforderungen – professionelle Lösungen
Dr. Bernd Geiger,
Triangle Venture Capital Group

72 „Wir erwarten ein Marktpotenzial ab 250 Mio. EUR“
Interview mit Waldemar Jantz,
Partner bei Target Partners

74 Case Study Standortgenaue Werbekampagnen
Madvertise Mobile Advertising GmbH: Werbung im mobilen Internet

76 Case Study Weder hohe Temperaturen noch Chemikalien
Saperatec GmbH hebt Schätze im Solarmodul

78 Case Study Individualisierung ist Trumpf
Nevigo GmbH: Nutzerfreundliche Programmierung von Videospielen

Berater

80 Beraten und (Anteile dann teuer) verkauft?
Aspekte der professionellen Hilfe für Gründer
Sören Schuster, Technologiegründerfonds Sachsen

82 Welcher Sinn und welcher Zweck?

Anglizismen in Beteiligungsverträgen
Dr. Wolfgang Weitnauer,
Weitnauer Rechtsanwälte
Wirtschaftsprüfer Steuerberater

84 Wachsende Ansprüche von Investoren

Zeitliche und juristische Unterschiede in Finanzierungsrunden
Christian Tönies,
Pöllath + Partners

Standpunkte

86 Die Finanzierung muss passen
Worauf Gründer bei der Finanzierung achten müssen – bei sich und den Investoren
Dr. Carsten Rudolph, evobis

88 Sentimentumfrage, Teil II
Gründung & Finanzierung aus Unternehmenssicht

98 Mission möglich!
Erfolgreich gründen in Deutschland
Andy Goldstein,
LMU Entrepreneurship Center

Service

90 Events

92 Literatur

93 Sponsoren der Sonderausgabe im Portrait

96 Inserentenverzeichnis/ Impressum

Anzeige



NEW COMMERCIAL ROOM
Venture Capital & Consulting

„Der beste Weg die Zukunft zu gestalten ist in sie zu investieren.“

Investor Services Rothenbaumchaussee 116 · 20149 Hamburg
Start-Up Center Nordkanalstraße 52 · 20097 Hamburg



Hier
drin:
Geld von der
NRW.BANK

Wir stärken Ihr Eigenkapital.

Die NRW.BANK fördert kleine und mittlere Unternehmen mit Eigenkapital-Finanzierungen sowie Darlehen zur Stärkung des Eigenkapitals und zum Ausgleich mangelnder Sicherheiten. Fragen Sie uns danach: Tel. 0211 91741-1002.
www.nrwbank.de/beteiligungen



NRW.BANK
Wir fördern Ideen

Mut machen für die unternehmerische Selbstständigkeit

Den Start individuell unterstützen

Jährlich gehen in Deutschland über 400.000 Gründerinnen und Gründer an den Start. Sie haben eine zündende Idee oder wagen sich auf völlig neues Terrain. Sie geben eine gesicherte Anstellung auf und wollen ihr eigener Chef sein oder sehen die Selbstständigkeit als berufliche Chance. Die Wirtschaft braucht den frischen Wind aus diesem Bereich. Und mit einer Vielzahl von Angeboten kann die öffentliche Hand den Start erleichtern – die Spanne reicht von direkter Förderung bis hin zu verbesserten rechtlichen Rahmenbedingungen.

Mittelstand stärken

Über 4,2 Millionen Menschen sind in Deutschland selbstständig tätig. Selbstständig sein heißt anpacken, eigene Ideen umsetzen, Risiken abwägen und Verantwortung übernehmen. Eine erfolgreiche Gesellschaft ist auf Menschen angewiesen, die sich durch diese Eigenschaften und Kompetenzen auszeichnen. Denn Unternehmerinnen und Unternehmer müssen sich am Markt und im Wettbewerb durchsetzen. Dazu brauchen sie Mut, Kreativität und Beharrungsvermögen. Damit unser Mittelstand so stark, innovativ und vielfältig bleibt, brauchen wir immer wieder Nachwuchs – Gründerinnen und Gründer, die neue Geschäftsideen entwickeln und mit innovativen Dienstleistungen um die Gunst der Kunden werben. Sie sind der Motor für Fortschritt, Innovationen und Wettbewerb.

Information und Beratung anbieten

Den ersten Schritt und die Entscheidung zum Start kann ihnen niemand abnehmen. Sie investieren ihr eigenes Geld und gehen Risiken ein. Aber es gibt eine Reihe von Institutionen, Förderprogrammen und Angeboten, die Gründerinnen und Gründer auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit passgenau unterstützen. Denn die Gründerslandschaft ist bunt und vielfältig. Kreative Designer und Künstler wollen ihre Entwürfe vermarkten. Jungunternehmer übernehmen vom Senior einen Handwerksbetrieb. Innovative Umwelt- oder Medizintechnikunternehmen müssen ihre Technologie zur Marktreife weiterentwickeln und benötigen viel Kapital.

Wie mache ich mich selbstständig? Was muss ich beachten? Wo finde ich guten Rat? Gibt es Fördermöglichkeiten? Das sind Fragen, die sich alle Gründerinnen und Gründer stellen, bevor es richtig losgeht. Sie haben eine gute Idee oder ein Geschäftskonzept, wissen aber noch nicht, wie man die Sache anpackt. Das Existenzgründungsportal www.existenzgruender.de und die Förderdatenbank www.foerderdatenbank.de des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie bringen Licht ins Dunkel. Die Portale bieten gerade für Gründerinnen und Gründer einen leichten Einstieg und einen guten Überblick. Sie können sich online von zu Hause oder unterwegs über die einzelnen Gründungsschritte, Ansprechpartner sowie Beratungs- und Fördermöglichkeiten informieren. E-Learning-Programme vermitteln unternehmerisches Grundwissen über wichtige Themen wie Steuern, Marketing oder das Führen von Bankgesprächen. Mit dem Businessplaner und verschiedenen Checklisten können die wichtigsten Fragestellungen strukturiert abgearbeitet werden. Bleiben Fragen offen, hilft das Expertenforum mit individuellen Antworten. Über 20 Millionen Seitenaufrufe des Existenzgründungsportals pro Jahr sind ein Beleg für den hohen Informationsbedarf in der Gründungsvorbereitung. Immer mehr junge Gründerinnen und Gründer lassen sich durch externe Unternehmensberatung begleiten, die mit dem Programm Gründercoaching Deutschland finanziell gefördert wird, damit der Start in die Selbstständigkeit gelingt und nachhaltig gesichert wird.

Transparenz schaffen

Nicht nur das Bundeswirtschaftsministerium, sondern zahlreiche Institutionen und Einrichtungen wie die Kam-



Verschiedene Portale der öffentlichen Hand ermöglichen Gründern einen Einstieg in die Welt des Unternehmertums.

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

Wir finanzieren den Mittelstand.

Nutzen Sie das Sparkassen-Finanzkonzept für Firmenkunden.



Managen Sie Ihre Finanzen clever mit dem Sparkassen-Finanzkonzept. Als einer der größten Mittelstandsfinanzpartner bieten wir unseren Kunden kompetente und umfassende Beratung. Von Investitionsfinanzierung 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.**

NÜTZLICHE LINKS FÜR EXISTENZGRÜNDER

- www.existenzgruender.de
- www.softwarepaket.de
- www.exist.de
- www.foerderdatenbank.de



mern, die Länderwirtschaftsministerien und Wirtschafts-fördereinrichtungen, Kreditinstitute, Arbeitsagenturen, Gründungsinitiativen oder Businessplan-Wettbewerbe beraten und informieren die Gründungsinteressierten. Allein die Industrie- und Handelskammern führen jährlich über 360.000 Gespräche mit Existenzgründern. Die vielen Angebote und Programme, die unterschiedlichen Stellen bergen die Gefahr von Überschneidungen und letztlich eine gewisse Intransparenz für die eigentliche Zielgruppe. Effiziente Gründungsunterstützung bedeutet, den Gründerinnen und Gründern bedarfsgerecht und einfach die passende Unterstützungsleistung zugänglich zu machen. Wir müssen deshalb die engagierten Gründungsakteure noch mehr zusammenbringen und die einzelnen Maßnahmen sichtbarer machen. Das Interesse ist groß. Vom 14. bis 20. November 2011 führen wir gemeinsam mit bereits über 500 Partnern zum zweiten Mal die „Gründerwoche Deutschland“ durch. In Kooperation mit den regionalen Partnern finden bundesweit Hunderte attraktiver Veranstaltungen zum Thema Gründen und unternehmerische Selbstständigkeit statt. Von Aktionstagen und Gründermessen über Workshops und Seminare bis hin zu einem Fotowettbewerb sind alle Interessierten zum Mitmachen eingeladen. Die Aktionswoche schafft eine Win-win-Situation für alle Beteiligten. Der Online-Veranstaltungskalender macht die einzelnen Events sichtbarer. Die Bündelung der vielen Events führt zu einer großen medialen Aufmerksamkeit. Denn das Thema und nicht zuletzt die Gründerinnen und Gründer verdienen ein höheres Medieninteresse in unserer Gesellschaft.

Gründungskultur fördern

Ein positives Unternehmerbild zu schaffen, erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer als Vorbild zu begreifen, ist die Basis für eine nachhaltige Gründungskultur. Mit der Initiative „Gründerland Deutschland“ haben wir eine Reihe von Maßnahmen auf den Weg gebracht, um die Gründungspotenziale zu heben und mehr Menschen für die unternehmerische Selbstständigkeit zu begeistern. Wir wollen viele Menschen erreichen und ansprechen, ihnen Mut machen und die Entscheidung pro Selbstständigkeit erleichtern. Das Berufsbild Unternehmer soll für Chancen stehen und nicht nur mit einer Risikobetrachtung belastet werden.

Dazu gilt es, bereits frühzeitig das Interesse zu wecken und junge Unternehmertalente zu fördern. In den Schulen

und Hochschulen müssen Wirtschaftsthemen einen größeren Stellenwert erlangen. Mit dem Initiativkreis „Unternehmergeist in die Schulen“ unterstützen wir konkrete Projekte, die den Gründergeist von Schülerinnen und Schülern stärken. Schülerfirmen, Feriencamps oder Lehrerworkshops bringen unternehmerisches Know-how in den Schulalltag. Denn Theorie ist gut. Die Praxis ist noch besser und macht vor allem mehr Spaß. Die Projekte fördern Kreativität, verantwortliches Handeln und soziale Kompetenz. Fähigkeiten, die unsere dringend benötigten Fachkräfte von morgen – ob selbstständig oder im Unternehmen – auszeichnen. Auch an unseren Hochschulen hat das Gründungsthema noch zu wenig Fuß gefasst. Wir haben eine Vielzahl exzellenter Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Interessante Forschungsergebnisse und innovative Ideen müssen schneller und erfolgreicher vermarktet, in neue Produkte und Dienstleistungen umgesetzt werden. Denn gerade die innovativen Gründungen sind es, die Wachstum und Wohlstand schaffen. Mit dem Exist-Programm haben wir im Juli 2011 die ersten zehn Gründerhochschulen ausgewählt und fördern hochschulweite Strategien zur Stärkung der Gründungskultur. Eine Existenzgründung ist kein Spezialthema nur der betriebswirtschaftlichen Fakultät. Die Studierenden sollen besser für eine unternehmerische Selbstständigkeit sensibilisiert und qualifiziert werden. Die Gründungskultur muss an der gesamten Hochschule gelebt werden. Dafür setzen wir in den nächsten fünf Jahren insgesamt 46 Mio. EUR Fördermittel ein.

Startfinanzierung erleichtern

Eine unzureichende Finanzierung ist wissenschaftlichen Analysen zufolge ein Hauptgrund für das frühzeitige Aus von Existenzgründungen. Während für „Solo“-Gründungen ein Kleinkredit von wenigen Tausend Euro ausreicht, haben Technologiegründungen einen besonders hohen Kapitalbedarf. Gründer sind neu auf dem Markt und müssen Banken und Kapitalgeber von ihrem Geschäftskonzept überzeugen, ohne auf belastbare Bilanzen, Umsätze oder Sicherheiten verweisen zu können. Innovative Gründungen mit technologischen Neuerungen sind besonders komplex zu bewerten. Deshalb ist es notwendig, dass die Politik den jungen Unternehmen den Zugang zu Finanzierungen, z.B. durch Haftungsfreistellungen oder Beteiligungskapital, erleichtert. Das Angebot des Bundes reicht vom Mikrokreditfonds über den KfW-Gründerkredit bis

Die Sonderausgabe „Start-up 2012“ entstand mit freundlicher Unterstützung von:

zum High-Tech Gründerfonds, den wir in Kürze gemeinsam mit Partnern aus der Wirtschaft mit einem Anschlussfonds fortsetzen.

Kultur der zweiten Chance etablieren

Zur Marktwirtschaft gehören neben den Chancen auch die Risiken. Umso wichtiger ist es, mutigen Unternehmergeist anzuerkennen – auch wenn der Erfolg ausbleibt. In Deutschland werden gescheiterte Gründer noch zu oft schief angesehen. Denn zum einen schürt das Bedenken bei vielen, die noch nie gegründet haben. Zum anderen ist es ein Hemmnis für diejenigen, bei denen eine Gründung erfolglos geblieben ist. Wir brauchen eine Kultur der zweiten Chance. Andere Länder, wie die USA, können uns hier ein Vorbild sein. Auch die Europäische Kommission fordert die Mitgliedstaaten im Small Business Act auf, dass gescheiterte Gründer schneller mit einer guten Idee einen „fresh start“ beginnen können. Die Bundesregierung greift diesen Ansatz mit der anstehenden Reform des Insolvenzrechts auf und wird die Frist für einen Neustart deutlich verkürzen.

Ausblick

Gründerinnen und Gründer sind es, die Dynamik in unsere Wirtschaft bringen und für Innovationen sorgen. Deshalb wollen wir Deutschland zu einem Gründerland machen. Noch mehr Menschen sollen den Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit wagen und den Willen zum Erfolg haben. Die Politik erkennt ihren Mut an und unterstützt sie auf ihrem Weg. ■

Zum Autor



Ernst Burgbacher ist Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Beauftragter der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus.



ENJOY | VENTURE



High-Tech Gründerfonds



Mountain Partners Group



NRW.BANK
Wir fördern Ideen



Steinbeis-Transferzentrum
Technologiebewertung und
Innovationsberatung TIB



> Realizing Value in Private Equity <

Acquisition, management and realization of direct investments in the secondary market

Alle suchen nach Exits > Wir bieten sie <

Wir schaffen Liquidität für Ihre (Minderheits-) Beteiligungen – auch vor dem letztendlichen Exit.

CIPPIO PARTNERS



Cipio Partners ist eine führende Beratungs- und Beteiligungsgesellschaft im Markt für “Secondary Direct”-Transaktionen. Wir spezialisieren uns auf die Übernahme von (Minderheits-) Beteiligungen in Technologieunternehmen in deren Expansionsphase. Cipio Partners investiert in Europa, Israel und den USA, in Industrien wie Software, Internet, Halbleiter und elektronische Komponenten sowie Cleantech und Medizintechnik.

Cipio Partners bietet Liquiditätslösungen im Private Equity- und Venture Capital-Markt für:

- **Venture Capital-Investoren**, die sich zum Fonds-Ende von Beteiligungen trennen wollen.
- **Industrielle Investoren**, deren strategisches Interesse nicht mehr besteht.
- **Banken und Versicherungen**, deren Investitionsschwerpunkte sich geändert haben.
- **Business Angels**, die sich wieder verstärkt auf Neu-Engagements konzentrieren wollen.
- **Unternehmensgründer**, die ausgeschieden sind und neue Interessen verfolgen.

Sprechen Sie mit uns. Für weitere Informationen:

www.cipiopartners.com | +49 (89) 550696-0 | info@cipiopartners.com

Berlin boomt

Vitale Gründerszene in der Hauptstadt

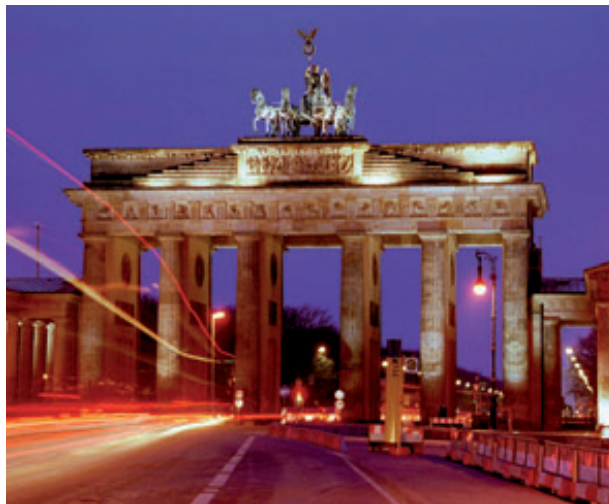
Der viel zu oft zitierte Slogan „Arm, aber sexy“ hat seine Berechtigung verloren – jedenfalls hinsichtlich junger Unternehmen. Hauptstadt im politischen Sinn ist Berlin schon lange, nun schwingt sich die Stadt auch zur führenden Metropole der Start-up-Kultur auf.

Geld ist genügend da

Berliner Gründer mögen bei Banken abblitzen, deren Fantasie gerade zur Finanzierung von Hammer, Amboss und Material reicht, loslegen können sie vielfach trotzdem. Venture Capital-Gesellschaften und die Internet- und Mobilfunk-Unternehmer der ersten Generation, die ihre Ideen millionenfach versilbert haben, investieren ihr Geld in Berlin in neue Start-ups. „Geld ist genug da“, konstatiert Dr. Nikolaus Uhl vom Berliner Büro der Sozietät Weitnauer. Das größte Wachstumspotenzial sieht er im Bereich des Internets und der Medien: „Doch auch Medizintechnik und erneuerbare Ideen bieten gute Chancen für Investoren. Gerade an einzelnen Wissenschaftsstandorten wie Adlershof und dem Campus Buch ist ein riesiges Potenzial an Zukunftstechnologien vorhanden. Dazu kommt ein unerschöpfliches Reservoir von den Hochschulen dieser Stadt.“ Ergänzend gibt es noch Netzwerke wie Serious Games Berlin, das von der Branche der Spieleentwickler vor anderthalb Jahren gegründet wurde: „Wir wollen das Thema ‚spielend lernen‘ weiter vorantreiben und neue Projekte kreieren, auch in anderen Bereichen wie der Telemedizin oder im Bereich Sicherheit“, sagt Netzwerkmanagerin Franziska Oehler.

Inkubatoren und ein ganzes Ökosystem

In Berlin tobt der Kampf um die besten Köpfe und Ideen. „Berlin kann das Silicon Valley der Internetwirtschaft werden“, sagt Felix Kreyer vom Internet-Inkubator Springstar, der seinen Sitz kürzlich nach Berlin verlegt habe. Mit Team Europe, dessen Initiator Lukasz Gadowski, der Gründer von Spreadshirt ist, und Rocket Internet von den drei Samwer-Brüdern sind zwei weitere Internet-Inkubatoren bereits vor Ort. „Heute genügt ein Exposé mit einer guten Idee, alles andere entwickeln wir gemeinsam“, so Christian Weiß, Geschäftsführer von Rocket Internet. Die potenziellen Gründer arbeiten eine gewisse Zeit bei Rocket Internet, nutzen den immensen Erfahrungsschatz der Samwer-Brüder, entwickeln ihr Projekt zur Serienreife und starten danach



Berlin genießt weltweit den Ruf einer attraktiven Metropole mit günstigen Mieten und Lebenshaltungskosten.

in den Wettbewerb um die Nutzer. Mittlerweile beschäftigen die Ausgründungen rund 3.000 Menschen in Berlin, im Durchschnitt hat jedes Unternehmen 30 Mitarbeiter. Ein funktionierendes Ökosystem nennt Weiß das, was sich inzwischen in Berlin erfolgreich herausgebildet hat: „Eigene Fonds, eigene Personaldienstleister, eigene Marketingagenturen – das sind die Grundlagen für das erforderliche rasante Wachstum.“

Internationales Einzugsgebiet

Sorgen um Personal braucht sich niemand zu machen. London werden seine hohen Mieten zum Verhängnis, den Schweizern ihre starke Landeswährung. „Ich muss noch mindestens zwei Jahre meine Beteiligungen im Portfolio behalten, weil ich sie nicht loswerde“, klagt der Schweizer Daniel Gutenberg von der VI Partners AG in Zug. „Wenn der Käufer in den USA hört, dass die Sekretärin eines Start-ups 80.000 CHF im Jahr verdient, dann stellt er nur fest, dass er es anderswo günstiger bekommt.“ Schon eröffnen zahlreiche Schweizer und britische Start-ups Niederlassungen in Berlin, um nahe dran an der Musik zu sein, wie Andreas Noth vom Berliner Büro des größten deutschen M&A-Spezialisten Corporate Finance Partners aus Frankfurt feststellt. Der CFP & Founders Investments-Fonds hat die Gelder von 150 Unternehmern eingesammelt, um diese in Erfolg versprechende Start-ups und Wachstumsunternehmen zu investieren.

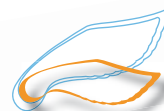


ego.-BUSINESS

Netzwerk für Unternehmensgründungen
in Sachsen-Anhalt

GEBÜNDELTE KOMPETENZ in SACHSEN-ANHALT

Wir vereinen den landesweiten
Businessplanwettbewerb
mit unseren **Business Angels**
Aktivitäten unter dem Dach der
Investitionsbank Sachsen-Anhalt.



ego.-BUSINESS

im Hause Investitionsbank Sachsen-Anhalt
Domplatz 12, 39104 Magdeburg

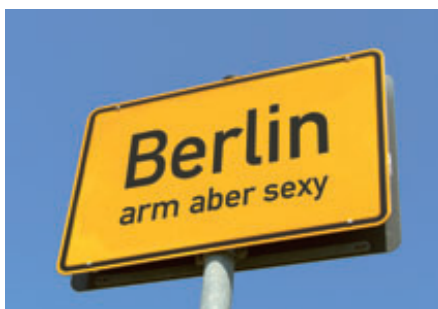
Telefon 0391 555 61 42

Telefax 0391 555 61 43

E-Mail ego.business@ib-lsa.de

Neuer „Melting Pot“ der Nationen

Berlin genießt weltweit den Ruf einer attraktiven Metropole mit günstigen Mieten und Lebenshaltungskosten – das zieht neben Gründern auch andere Spezialisten an. „Uns genügt eine Anzeige auf dem US-Kleinanzeigenportal craigslist, und schon erhalten wir die entsprechenden Bewerber. Das kann StepStone so nicht bieten“, sagt Holger Weiss von Aupeo, einem Start-up aus der Radiobranche, das weltweit mit Computer- und Autoherstellern kooperiert. 30 Mitarbeiter aus zwölf Nationen beschäftigt das 2008 gegründete Unternehmen, an dem die IBB Beteiligungsgesellschaft via VC-Fonds für die Kreativwirtschaft und Ventegis Capital beteiligt sind. Beide Investoren gelten eher als vorsichtig, was ihre Engagements betrifft. Aupeo ist aktuell das einzige Engagement im Medienbereich von Ventegis.



„Arm, aber sexy“ war jahrelang der Slogan, mit dem Berlin geworben hat.

Noch Spielraum bei anderen Industrien

„Unser Schwerpunkt liegt auf den Bereichen Medizintechnik und Cleantech“, skizziert Stephan Beyer von Ventegis die Beteiligungsstrategie. So beteiligt man sich am Medizingerätehersteller Optricon aus Berlin-Adlershof, dessen Geräte für diagnostische

Schnelltests in der Notfallmedizin Leben retten können. „Mit der Unterstützung von Ventegis können wir jetzt in Marketing und Vertrieb investieren und unseren Umsatz verdoppeln“, so Geschäftsführer Lutz Melchior, dessen Unternehmen mit 19 Beschäftigten im Gegensatz zu mancher hauptstädtischen Internet-Schmiede klein wirkt. „Berlin könnte noch mehr Industrie-arbeitsplätze gebrauchen, und das schafft die Internetwirtschaft nicht allein.“ Während diese sich vor Geldgebern nicht retten kann, würde Beyer sich im Bereich der industriellen Technologien noch mehr Investoren in Berlin wünschen. Dazu bedürfe es aber einer weiteren Professionalisierung der Berliner Wirtschaftspolitik, denn, so Beyer, „in Bayern werden Investoren schon freudig vom Bürgermeister begrüßt“. So sieht es aus, als würden die großen Deals in Berlin allein in der Internetbranche gemacht. Gerade erst hat Google kolportierte 180 Mio. USD für das 2009 in Berlin gegründete Gutscheinformal DailyDeal auf den Tisch gelegt.

Fazit:

„Arm, aber sexy“ war jahrelang der Slogan, mit dem Berlin geworben hat. Inzwischen hat sich der Wind am Standort gedreht. Niedrige Büro- und Wohnungsmieten, geringere Lebenshaltungskosten sowie ein unerschöpfliches kreatives und wissenschaftliches Potenzial, das sowohl von den örtlichen Universitäten kommt als auch aus der ganzen Welt zuwandert, machen den Charme des boomenden Berlin aus. ■

Torsten Holler

redaktion@vc-magazin.de



www.egobusiness.de

„Business Angel-Netzwerke werden immer wichtiger“

Interview mit Jean-Pierre Vuilleumier, Geschäftsführer von CTI Invest

Von außen werden Schweizer gerne als ruhig und sicherheitsorientiert wahrgenommen, in der Gründerszene muss das Bild jedoch korrigiert werden. Die Zahl der Start-ups steigt stetig und die eigene Unternehmung gilt als echte Alternative zur Konzernkarriere, ist sich Jean-Pierre Vuilleumier, Geschäftsführer von CTI Invest, sicher. Im Interview verrät er zudem, welche Rolle Business Angel-Netzwerke einnehmen und welche drei Lücken im System klaffen.

VC Magazin: Wie entwickelt sich in der Schweiz die Zahl neuer Start-ups? Wird das eigene Unternehmen in Krisenzeiten als sicherer empfunden als ein Großkonzern?

Vuilleumier: Durch die Stärkung des Ökosystems in der Schweiz und durch einige staatliche wie private Initiativen ist die Zahl der Start-ups auch in diesen Krisenjahren stetig angestiegen. Viele Abgänger, sprich Doktoranden der ETH Zürich und der Universitäten, sehen die Gründung einer eigenen Unternehmung als echte Alternative zu einem Arbeitsverhältnis mit einem Großkonzern.

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

Vuilleumier: Durch die Finanzkrise ist der Betrag im Seed- und Early Stage-Bereich im Vergleich zu den Vorjahren stark zurückgegangen.

VC Magazin: Sind die reichen Dauergäste und Zuzügler aus dem Ausland ein Potenzial an Business Angels, das Start-ups anzapfen können?

Vuilleumier: Daran arbeiten wir. Vor allem die Business Angel-Netzwerke werden für die Jungunternehmer in der Schweiz immer wichtiger, speziell in der Seed- und Early Stage-Phase. Sie schließen die Lücke, welche die Venture Capital-Geber hinterlassen, die mit Folgefinanzierungen beschäftigt sind oder sich in die Later Stage-Phase zurückgezogen haben.

VC Magazin: Wie schaut es mit finanzieller Förderung seitens des Staates aus?

Vuilleumier: Die Schweiz hat vor Kurzem die Förderung der angewandten Forschung und Entwicklung aufgestockt, dies im Zusammenhang mit dem starken Schweizer Franken. Dies ist natürlich für viele Jungunternehmer im Hightech-Sektor hilfreich, sofern diese noch in der Produktentwicklung stecken. Für Firmen vor dem Markteintritt ist dieser zusätzliche Geldfluss nicht hilfreich. Wir arbeiten heute auch eng mit den wichtigen schweizerischen

Behörden zusammen, um für die Zukunft das Funding Gap, also die Lücken in der Seed- und Early Stage-Finanzierung, zu schließen. Wie diese Lösung am Ende aussehen wird, ist noch offen.



Jean-Pierre Vuilleumier

VC Magazin: Sehen Sie noch andere Lücken?

Vuilleumier: Ja, mit weiteren Maßnahmen wollen wir sowohl das Innovation als auch das Information Gap schließen. Bei dem Innovation Gap handelt es sich um das latente Problem der Schweiz, bahnbrechende Erfindungen und Patente in arbeitsplatzschaffende Produkt-Innovationen umzusetzen. Zudem ist hier das Potenzial in der Schweiz noch nicht ausgeschöpft – die Zahl der potenziellen Neugründungen pro Jahr kann noch verdoppelt werden. Information Gap ist das Problem, investitionswillige potenzielle Privatinvestoren über mögliche Projekte bzw. Firmen zu informieren.

VC Magazin: Was sind die größten Schweizer Start-up-Erfolgsgeschichten der jüngeren Vergangenheit?

Vuilleumier: Wir durften in der Schweiz einige größere Erfolge zur Kenntnis nehmen, so den Exit bei der IT-Firma Doodle mit dem deutschen Investor Creathor Venture oder den – mit einem Partner umgesetzten – weltweiten Produktlaunch der IT-Firma Dacuda mit einer Scannermaus. Dazu gab es diverse Finanzierungen trotz Krise in den Bereichen Biotech und Medtech, aber auch IT.

VC Magazin: Herzlichen Dank für das Interview! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Jean-Pierre Vuilleumier ist Managing Director von CTI Invest, einer 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.

VentureCapital Magazin Sponsoring-Partner 2011



Ein starker Partner

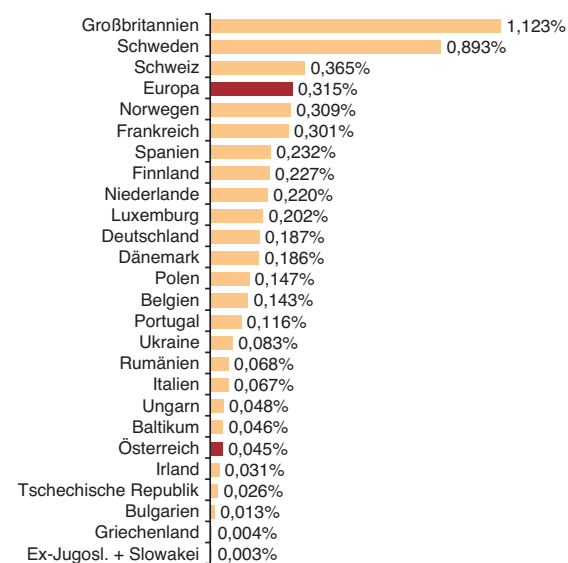
Österreichisches Wachstumskapital

Österreichisches Wachstumskapital ist nach wie vor ein starker Partner der kleinen und mittelständischen Unternehmen in allen Unternehmensphasen. Durch fehlende Rahmenbedingungen ist neues Fundraising, insbesondere für Frühphasenfonds, schwierig, speziell wenn es darum geht, internationale institutionelle Investoren zu gewinnen.

Early Stage bleibt konstant

Österreichische Private Equity- und Venture Capital-Fonds investierten – im letzten zur Verfügung stehenden Berichtszeitraum – im Jahr 2010 insgesamt 127 Mio. EUR an privatem Wachstumskapital in 86 kleine und mittlere Unternehmen im In- (82 Mio. EUR) und Ausland (45 Mio. EUR). Das Gesamtinvestitionsvolumen der österreichischen Beteiligungskapitalgeber lag damit lediglich 8% unter dem Vorjahreswert und zeigt, dass privates Wachstumskapital nach wie vor ein starker Partner für kleine und mittlere Unternehmen ist und in nationale und internationale Wachstumsmärkte investiert. Rund 29 Mio. EUR (und damit knapp 23% aller getätigten Investments) gingen dabei als Venture Capital in frühe Entwicklungsphasen von Unternehmen. Interessant ist dabei zu beobachten, dass in den letzten Jahren, trotz durch die Finanzkrise sinkender Gesamtvolumina, der Frühphasenanteil an den getätigten Investments gleich blieb. In Summe rangiert Österreich im europäischen Vergleich bei den Schluss-

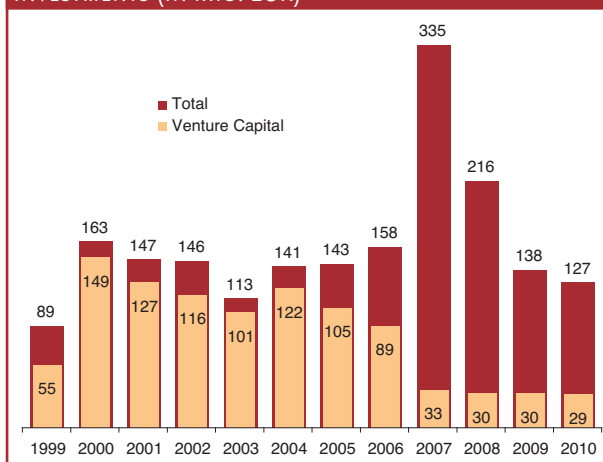
ANTEIL PRIVATE EQUITY- UND VENTURE CAPITAL- INVESTMENTS AM BIP (IN %)



Venture Capital: Seed, Start-up, Later Stage (Expansion)
Quelle: EVCA PEREP Analytics, AVCO (Mai 2011)

lichtern, gemessen am Prozentanteil der Investments am BIP. Wenn man Venture Capital gesondert betrachtet, so stellt sich das Ranking allerdings etwas besser dar und Österreich ist im Mittelfeld zu finden. Allerdings hat sich innerhalb der Frühphaseninvestments der Fokus auf den Later Stage Venture-Bereich verschoben.

PRIVATE EQUITY-INVESTMENTS VON ÖSTERREICHISCHEN FONDS 1999–2010, TOTAL VS. ANTEIL VENTURE CAPITAL- INVESTMENTS (IN MIO. EUR)



Venture Capital: Seed, Start-up, Later Stage (Expansion)
Quelle: EVCA PEREP Analytics, AVCO (Mai 2011)

Hälfte der Investments im Ausland

Die Mittelbeschaffung für zukünftige Beteiligungsinvestitionen ist auch nach der Finanz- und Wirtschaftskrise nach wie vor eine große Herausforderung, wie in allen Teilen Europas zu beobachten ist. Konnten Beteiligungskapitalgeber mit Sitz in Österreich 2009 286 Mio. EUR an frischem Kapital einwerben, so ist 2010 mit 268 Mio. EUR frischem Kapital für zukünftige Investments in vielversprechende Wachstumsmärkte im deutschsprachigen Raum sowie in Mittel- und Osteuropa ein leichter Rückgang um 6% zu verzeichnen. Nachdem im Vorjahr in weiten Teilen Europas die öffentliche Hand die Hauptinvestorengruppe war, hat der in Österreich vor der Krise sehr dominant vertretene Bankensektor mit 23% der kommitierten Mittel wieder Interesse an der Assetklasse Private Equity und Venture Capital gefunden und Kapital für

Mezzanine-Finanzierungen bereitgestellt. Speziell für Frühphasenfonds und Investments in nachhaltige Technologien gibt es in Österreich von öffentlicher Seite eine Fund of Fund-Initiative, die frischen Wind (bzw. Geld) in Form von Cornerstone-Investments bis zu 30% des angepeilten Fondsvolumens in das Frühphasensegment bringt. Über die Impacts dieser Initiative wird dann im nächsten Jahresrückblick zu berichten sein.

Rahmenbedingungen im Wandel

Sowohl national wie auch auf EU-Ebene sind die rechtlichen Rahmenbedingungen zurzeit im Umbruch. In Österreich fehlt nach wie vor ein international wettbewerbsfähiges Private Equity-Gesetz. Auf EU-Ebene wurde Ende 2010 die Alternative Investment Fund Manager (AIFM) Guideline beschlossen, die zum Ziel hat, systematische Risiken des Finanzmarkts zu kontrollieren, die Interessen der Investoren zu schützen und für mehr Transparenz zu sorgen. Ziele, die der Austrian Private Equity and Venture Capital Organisation (AVCO) und der österreichischen Private Equity- und Venture Capital-Branche ebenfalls ein Anliegen sind. Die vorliegende Guideline unterscheidet jedoch nicht zwischen den verschiedenen Anlageklassen und dem damit verbundenen, variierenden Risiko für den Finanzmarkt und hat daher im Zuge der Implementierung der AIFM in nationales Recht noch großes Optimierungspotenzial, um die genannten Ziele tatsächlich zu erreichen.

Nur wenn durch internationale Regelungen sowohl die EU als auch Österreich zu attraktiven Finanz- und Wirtschaftsplätzen ausgebaut werden, ist auch in Zukunft die Eigenkapitalausstattung kleiner und mittlerer österreichischer Unternehmen garantiert. Damit wären diese Firmen gut gerüstet, um ihren Wachstumskurs fortzusetzen. ■

Zum Autor



Dr. Jürgen Marchart ist Geschäftsführer der AVCO – Austrian Private Equity and Venture Capital Organisation. Die AVCO ist als Dachorganisation der österreichischen Beteiligungskapitalindustrie Ansprechpartner für alle Fragen zu Private Equity und Venture Capital in Österreich. Sie verfügt derzeit über 17 ordentliche und 27 assoziierte Mitglieder, die den Verband auch mit Expertise und inhaltlichem Engagement unterstützen.

Anzeige

Information & Communication Technologies

seventure

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

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



Contact

Wolfgang KRAUSE
Germany
info@seventure.de

seventure

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

Sentimentumfrage, Teil I

Gründung & Finanzierung aus Investoren- und Beratersicht

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

Roman Huber, Geschäftsführer, Bayern Kapital GmbH:

Die vier schlimmsten Fehler sind 1) „Spannungsabfall“ nach Gelingen der Finanzierungsrunde mit entsprechendem Zeitverlust, bis die anstehenden Aufgaben mit dem nötigen Elan angegangen werden, 2) Rückkehr in die Rolle des Entwicklungsleiters („Budget gesichert“) statt Weiterentwicklung zum markt- und kundenorientierten Unternehmer, 3) fehlende Ausgabenkontrolle, insbesondere auch im Vergleich zu den Zielvorgaben (Milestones!) und 4) Beratungsresistenz.

„Spannungsabfall nach Gelingen der Finanzierungsrunde ist einer der schlimmsten Fehler“



Roman Huber

Nicolas Gabrysch, Partner, Osborne Clarke:

Aus unserer Sicht ist natürlich ein gravierender Fehler, sich nicht rechtzeitig auch mit den wichtigen Rechtsthemen zu befassen. Gerade am Anfang kann man eklatante Fehler machen, z.B. fehlerhafte AGB einer E-Commerce-Plattform, Unterschätzen der Zulassungsthemen nach dem Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz ZAG bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, wenn Gelder von Kunden für Dritte vereinnahmt werden, Mitarbeiterbeteiligungsprogramme oder verspätete Registrierung von Schutzrechten.

Dr. Franz Glatz, Geschäftsführer, gate – Garching Technologie- und Gründerzentrum GmbH:

Die Gründer verwenden zu viel Zeit für Businessplan-Wettbewerbe und für die Suche nach Investoren, anstatt dass sie sich um ihre Kunden und deren Wünsche und Probleme kümmern. Sie sollten Produkte und keine Features entwickeln!

Uwe Bräuer, Geschäftsführer, Genius Venture Capital GmbH:

In dieser Phase werden wichtige Weichen gestellt, und allzu oft verzetteln sich leider die Gründer. Man konzentriert sich ausschließlich auf die Umsetzung der Idee und verliert den Markt mit seinen Kunden und Wettbewerbern aus den Augen. Also den Businessplan nie beiseitelegen. Er ist und bleibt das Schlüsseldokument für die Unternehmensentwicklung und muss permanent fortgeschrieben werden.

Wie stehen Sie dazu, wenn vergleichsweise unerfahrene Gründer relativ schnell professionelle Berater engagieren?

Roman Huber, Geschäftsführer, Bayern Kapital GmbH:

Im Innovationsgeschäft bzw. der VC-Szene erfahrene Rechts- und Patentanwälte, Wirtschafts- und Steuerberater gehören zum notwendigen Umfeld eines jungen, innovativen und möglichst schnell wachsenden Unternehmens. Über die leistungsfähigen regionalen Gründernetzwerke besteht zu diesen geeigneter Zugang. Wenn die Zeit reif ist, können Finanzberater einen wesentlichen Beitrag beim Auffinden für eine Anschlussfinanzierung geeigneter und bereiter Privatinvestoren leisten.

Dr. Franz Glatz, Geschäftsführer, gate – Garching Technologie- und Gründerzentrum GmbH:

Unerfahrene Gründer werden auch mit professionellen Beratern nicht erfolgreicher werden. Marktverständnis und Markterfahrung sind neben der „geheimen Sauce“ die Schlüsselfaktoren zum Erfolg – auch bei der Finanzierungssuche. Ein Rechtsanwalt sollte ein Freund sein, und darunter sollte man ihn auch suchen.

„Unerfahrene Gründer werden auch mit professionellen Beratern nicht erfolgreicher werden“



Dr. Franz Glatz

**Bernhard Noreisch, Rechtsanwalt,
Kaufmann Lutz:**

Professionelle Beratung ist natürlich immer von Vorteil. Durch rechtzeitige Einschaltung von erfahrenen Beratern können von Anfang an die richtigen Strukturentscheidungen getroffen werden. Spätestens bei der ersten Finanzierungsrunde wird sich dies auszahlen. Seriöse Berater werden die Unerfahrenheit der Gründer nicht ausnutzen.

**Uwe Bräuer, Geschäftsführer,
Genius Venture Capital GmbH:**

Erfahrene Berater können wertvolle Unterstützung leisten. Wir haben allerdings ein Problem damit, wenn Gründer Aufgaben wegdelegieren und froh sind, nichts mehr damit zu tun haben zu müssen.

Im Seed-Bereich stimmt das Kapitalangebot vor allem dank Business Angels und der öffentlichen Hand. Wie können Gründer sicherstellen, in der nächsten Runde auch Venture Capital zu erhalten?

**Roman Huber, Geschäftsführer,
Bayern Kapital GmbH:**

Die Frage stellt sich nur für Geschäftskonzepte, die per se geeignet sind, für Venture Capital-Geber attraktive Geschäfts-

volumina und Renditechancen zu generieren. Bei den grundsätzlich Geeigneten ist es wichtig, die Technik schnell zu validieren und zusätzliche Entwicklungspfade zu zeigen, attraktive Zielmärkte zu identifizieren und über Referenzkunden anzuarbeiten sowie das Managementteam für die kommenden Aufgaben zu komplettieren.

**Nicolas Gabrysch, Partner,
Osborne Clarke:**

Kontakte zu Venture Capital-Gebern sollten frühzeitig geknüpft und gehalten werden. Ein gutes Netzwerk hilft genauso wie die sorgsame Auswahl von Business Angels, die bei der Anschlussfinanzierung helfen können. ▶

*„Kontakte zu
Venture Capital-
Gebern sollten
frühzeitig
geknüpft und
gehalten werden“*



Nicolas Gabrysch

Anzeige

WIE MAN EIN UNTERNEHMEN INS ROLLEN BRINGT – AM BESTEN MIT BEWÄHRTER HAND.

GRÜNDUNG | WACHSTUM | INNOVATION | UMWELTSCHUTZ | STABILISIERUNG

Eine gute Idee ist das eine. Eine gute Finanzierung das andere: Maßgeschneiderte Förderangebote der LfA – über Ihre Hausbank. Die Firma MOST, Hersteller von Spezialfahrzeugen, ist diesen Weg gegangen. Wählen auch 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.

**Uwe Bräuer, Geschäftsführer,
Genius Venture Capital GmbH:**

Indem sie zielgerichtet an die Umsetzung wichtiger Meilensteine gehen und zeigen, dass sie in der Lage sind, ihre Idee auch umzusetzen. Darüber hinaus sollte man daran denken, das Managementteam zu ergänzen, insbesondere mit branchenerfahrenen Leuten. Ein gutes Team ist oft der Schlüssel zur Finanzierung.

Ist Bootstrapping nur ein Modethema, das vorübergeht? Falls nicht: In welchen Branchen lässt es sich in welcher Intensität umsetzen?

**Nicolas Gabrysch, Partner,
Osborne Clarke:**

Bootstrapping ist sicher kein Modethema, das gab es schon immer und wird es auch weiter geben. Wer nicht extrem schnell wachsen muss und hohe Kosten für Technologie oder sonstige Entwicklung hat, kann auch selbst starten und wachsen.

Dr. Franz Glatz, Geschäftsführer, gate – Garchinger Technologie- und Gründerzentrum GmbH: Nein, Bootstrapping ist kein Modethema, eher ist es eine Vorgehensweise, die viele Unternehmer schon immer praktizieren: die Priorität auf die Finanzierungsform „Umsatz“ setzen. Das geht natürlich in investitionsaufwendigen Branchen nicht uneingeschränkt, aber manchmal kann auch das Produkt durch ein bezahltes Projekt weiterentwickelt werden.

**Uwe Bräuer, Geschäftsführer,
Genius Venture Capital GmbH:**

„Kleine Brötchen zu backen“ war immer schon eine bewährte Methode. Gerade in der Informations- und Kommunikationstechnologie kann man so ein gutes Stück vorankommen und Engpässe überwinden. Nicht selten erreicht man auf diesem Weg den Proof of Concept und hat dann eine deutlich bessere Ausgangssituation bei der Ansprache von Investoren.

„Kleine Brötchen zu backen‘ war immer schon eine bewährte Methode“



Uwe Bräuer

Welche Vertragsklauseln und Rechte sind für Investoren von besonderer Bedeutung – und wo gab es jüngst die deutlichsten Verschiebungen?

**Nicolas Gabrysch, Partner,
Osborne Clarke:**

Deutliche Verschiebungen gab es in letzter Zeit eigentlich nicht. Vor zwölf bis 18 Monaten hat der ein oder andere Investor den Multiple bei der Liquidationspräferenz etwas erhöht, aber später wieder angepasst. Allgemein wichtig sind meines Erachtens Drag und Tag along-Regeln, also die Exit-Sicherung, die immer Bestandteil der Verträge sind. Präferenzen findet man ebenfalls in fast jeder Finanzierungsrunde. Empfehlen würden wir, die Due Diligence sorgsamer durchzuführen, hier können viele Themen schon gefunden und gelöst werden.

**Bernhard Noreisch, Rechtsanwalt,
Kaufmann Lutz:**

Investoren brauchen eine belastbare Grundlage für ihr Investment und eine rentable Perspektive. Aus diesem Grund sind Garantien der Gründer, exitbezogene Mitverkaufsrechte und -pflichten, Downside Protection durch Verwässerungsschutzklauseln, Erlöspräferenzregelungen und Regeln zur Erhaltung des Gründerteams (Founder Vesting) für Investoren von besonderer Relevanz. Wir beobachten jüngst eine zunehmende Zurückhaltung der Investoren bei den Erlöspräferenzregeln.

„Investoren brauchen eine belastbare Grundlage für ihr Investment“



Bernhard Noreisch

Welche Technologiefelder werden in den kommenden zwölf bis 18 Monaten verstärkt Aufmerksamkeit erfahren?

Dr. Franz Glatz, Geschäftsführer, gate – Garchinger Technologie- und Gründerzentrum GmbH: Die Schnittstelle Mensch-Maschine halte ich hier für sehr interessant. „Augmented Reality“ ist seit Jahren bei uns im gate ein Thema. Jetzt kommt der Durchbruch der Anwendungen dieser Technologie in vielen Branchen. Ebenso die gestengesteuerte IT wird viele Applikationen zulassen.

**Bernhard Noreisch, Rechtsanwalt,
Kaufmann Lutz:**

Wir erwarten eine noch zunehmende Aktivität in den Bereichen Cleantech und IT. Daneben dürften Medizintechnik und personalisierte Medizin verstärkt wahrgenommen werden. ■

Innovation, Go-To-Market, Team-Building oder Spin-Off: Ihr Partner bei der Start-Up-Finanzierung innovativer Geschäftsmodelle



ENJOY | VENTURE



www.enjoyventure.de

Professionelle Exit-Planung

Wie Gründer den Wert ihres Start-ups maximieren können

Vielfach lautet für Technologiegründer und Manager die Maxime: „Wir bauen ein gutes Produkt und der Kunde wird kommen.“ Unabhängig davon, ob man sich an Privatpersonen oder Unternehmen richtet, kann man sich heutzutage als Unternehmer aber nicht mehr an diese Maxime halten und auf seine Kunden warten. Unternehmer müssen aktiv auf ihre Kunden zugehen. Gleiches gilt für den Verkauf einer Firma. Auch hier kann man sich nicht mehr an den Grundsatz „bauen und abwarten“ halten. Jedoch kann man den Exit gezielt vorbereiten und sein Wertversprechen für potenzielle Kunden wie auch für einen zukünftigen Käufer verbessern.

Warum Unternehmen Start-ups kaufen

Im heutigen Marktumfeld ist für die meisten Gründer das realistische Exit-Szenario der Trade Sale, der Verkauf an einen strategischen Investor. Große Unternehmen übernehmen kleine Firmen aus verschiedensten Gründen. Dazu gehören u.a. Ausbau und Steigerung von Verkaufszahlen und Umsätzen, Profitsteigerung, geografischer Ausbau sowie die Akquisition neuer Vertriebskanäle. Weiterhin haben große Firmen meist das Problem mangelnder interner Innovation. Um dieses Problem zu lösen, akquirieren viele Firmen neue interessante Technologien mit den dazugehörigen starken, innovativen Teams und versuchen, aufgekommene „Innovationslöcher“ im firmeneigenen Produktportfolio zu stopfen oder neue Märkte anzugehen, um die firmeninterne unternehmerische Stimmung wiederherzustellen, die das Unternehmen zuvor erfolgreich gemacht hatte.

Frühzeitig einen möglichen Exit planen

Die Exit-Planung sollte gemeinsam mit der Planung des Unternehmens beginnen – vorzugsweise bevor ein Kapitalgeber an Bord kommt. Ein potenzieller Investor möchte sehen, dass Unternehmer sich Gedanken um einen möglichen Exit und die Exit-Fähigkeit ihres Unternehmens machen. Mein Vorschlag an Unternehmer ist, einen Exit-Prozess wie einen normalen Geschäftsprozess wahrzunehmen und anzugehen, sprich vom idealen Ergebnis ausgehend rückwärts zu planen. Das Wichtigste bei dieser Planung ist die Abstimmung des Exit-Prozesses: Wer möchte oder sollte mein Unternehmen aus welchem Grund übernehmen und wie ist mein Unternehmen dem gegenüber aufgestellt? Hier wäre es natürlich von Vorteil, eine Kristallkugel zu haben, um in die Zukunft sehen zu



Die Exit-Planung sollte bereits mit der Planung des Unternehmens beginnen – vorzugsweise bevor ein Kapitalgeber an Bord kommt.

können. Unglücklicherweise funktioniert meine seit einer Weile nicht mehr (ich gehe davon aus, Ihre auch nicht), jedoch kann man sich mit einer Liste von möglichen Käufern schon einmal ein Bild machen. Bei der Erstellung dieser Liste lernen Sie Ihre Konkurrenz kennen sowie potenzielle Partner, die einen Nutzen von Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung haben könnten.

Den Kontakt zu potenziellen Käufern suchen

Schauen Sie auch über den Tellerrand, um herauszufinden, welcher potenzielle Käufer mit einem Kauf in einen für ihn lohnenden Markt eintreten könnte und dadurch einen signifikanten Wettbewerbsvorteil bekommen kann. Abschließend werden Sie auf Ihrer Liste potenzieller Käufer eine Anzahl von globalen Konzernen, Marktführern und anderen haben. Diese Unternehmen werden, besonders in einer frühen Phase Ihres Unternehmens, noch nichts von Ihnen gehört haben. Stellen Sie sich den Unternehmen auf Ihrer Liste vor. Jedoch können Sie diese Firmen nicht einfach anrufen und sagen: „Bitte kaufen Sie meine Firma in zwei bis vier Jahren.“ Nutzen Sie lieber die sich Ihnen bietenden Möglichkeiten von PR und Social Media, pflegen Sie Kontakte zu Analysten wie Forrester, Gartner und anderen. Sie sollten alle Kanäle nutzen, um den Markt wissen zu lassen, dass Sie Marktführer in Ihrer Nische sind. Wichtiger als das jedoch ist es, dass Sie Marktanteile gewinnen, Ihrer Konkurrenz größere Deals wegschnappen und sich Partnerschaften sichern, die Ihrem Wertversprechen zugutekommen.

Typische Fehler vermeiden

Sein Unternehmen zu verkaufen, ist eine der wichtigsten Entscheidungen im Lauf eines Geschäftslebens. Es ist wichtig, hier mit Bedacht zu handeln und sich folgender, oft auftretender Fehler bewusst zu sein. Einer davon ist es, als Gründer bzw. CEO sein Unternehmen allein verkaufen zu wollen, weil hier die Erfahrungswerte eines professionellen Beraters fehlen, der jedes Jahr mehrere Exit-Prozesse durchläuft. Aus psychologischer Sicht ist ein guter Berater immer effizienter, um eine Wettbewerbssituation zwischen den Bietern zu schaffen und dadurch einen optimalen Exit-Wert zu erreichen. Das operative Team sollte sich dagegen auf das Tagesgeschäft konzentrieren. Auch sollte eine ordentliche Finanzbuchhaltung stets Top-Priorität haben. Eine schlecht organisierte und unsaubere Buchhaltung ist einer der immer wiederkehrenden Faktoren, die eine Bewertung in der Due Diligence herunterziehen können. Die Käuferseite wird von findigen und erfahrenen Leuten geführt, die einiges an Zeit und Analyse in ein potenzielles Ziel investieren, bevor sie es kaufen. Als Unternehmer gilt es, immer schnell reagieren und antworten zu können, um keine Zweifel aufkommen zu lassen – an der Bewertung oder dem Prozess an sich.

Nachhaltigen Wert entwickeln

Die Einschätzung des „richtigen“ Unternehmenswertes ist zu einem hohen Grad davon abhängig, wie gesund das Unternehmen aktuell ist, welchen zukünftigen Wert es darstellt und welchen Wert es dem potenziellen Käufer seiner Einschätzung nach schafft. Aus diesem Grund sollte das Augenmerk auf einem allgemein soliden Aufbau des Unternehmens liegen. Eine zu starke Konzentration auf die Maximierung des Unternehmenswertes kann dazu führen, dass Chancen verpasst werden und zu früh für ein zu geringes Exit-Volumen verkauft wird. Noch öfter versuchen Gründer in eine überhöhte Bewertung hineinzuwachsen und verpassen oft einen sich konsolidierenden Markt. Deutlich besser ist es, einen wettbewerbs-

freudigen Markt den Unternehmenswert bestimmen zu lassen.

Gläserner Prozess

Intuitiv geht man davon aus, dass Schönheitsfehler nicht schwer ins Gewicht fallen oder nicht erwähnenswert sind. Ein ehrlicher Umgang mit Fehlern und Problemen ist elementar, um die Vertrauensbasis während des Prozesses nicht zu gefährden. Während einer ausführlichen Due Diligence kommen sämtliche Themen auf. An dieser Stelle sind vertuschte Fehler – so klein sie sein mögen – ein Vertrauensbruch, der schwer wiedergutzumachen ist.

Fazit:

Ein Exit-Prozess muss genau wie alle anderen Prozesse in einem Unternehmen vorbereitet und professionell ausgeführt werden. Erfahrene Beratung von Dritten ist unabdingbar, um einen fairen Preis für ein Unternehmen zu verhandeln. ■

Zum Autor



Jens Munk ist Managing Director von venturecapital.de powered by CFP & Founders. Er blickt auf mehr als 20 Jahre Erfahrung als Unternehmer, Business Angel sowie Venture Capital-Investor zurück.

Anzeige



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

Mehr als 60 Unternehmer haben uns schon überzeugt.

Beeindrucken Sie uns auch.

www.xange.fr/en | Info@xangevc.de



Fallstricke beim Online-Marketing

Regeln, die Start-ups beachten müssen

Online-Marketing erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Newsletter, Tell a Friend-Aktionen, Facebook Buttons und virales Marketing stehen bei Werbenden hoch im Kurs – egal ob Start-up oder Großkonzern. Auch wenn diese Marketing-Tools verlockend sind, so bieten sie zahlreiche rechtliche Fallstricke, die – sofern sie erkannt werden – leicht in den Griff zu bekommen sind, bei Nichtbeachtung jedoch gravierende Folgen nach sich ziehen können. Deshalb sollten bei allen Marketingmaßnahmen im Online-Bereich bestimmte Grundregeln eingehalten werden.

Grundsatz bei Newsletter und Co.: Ausdrückliche und beweisbare Einwilligung

Wichtigste Regel beim Online-Marketing ist, dass eine an einen bestimmten Empfänger adressierte Werbung regelmäßig nur dann zulässig ist, wenn der Empfänger vorher in die werbliche Nutzung seiner Daten ausdrücklich eingewilligt hat. Von diesem Grundsatz besteht nur eine Ausnahme: Bei einer bestehenden Kundenbeziehung ist gestattet, für den Absatz ähnlicher Waren oder Dienstleistungen ohne vorherige Einwilligung per E-Mail zu werben, solange der Kunde dieser Nutzung nicht widerspricht. Der Unternehmer muss die Adresse vom Kunden selbst im Zusammenhang eines Verkaufs oder einer Dienstleistung erhalten haben.

Neben dieser Ausnahme ist die Einwilligung in die Datennutzung zu Werbezwecken zwingend. Besonders brisant für den Werbenden ist hierbei, dass der Werbende im Falle einer Auseinandersetzung das Vorliegen der Einwilligung beweisen muss. Sofern dies nicht gelingt, drohen Abmahnungen und Bußgelder. Daher müssen Werbemaß-

nahmen zum einen so geplant und durchgeführt werden, dass Werbung nur an die Kunden und Interessenten erfolgt, die damit einverstanden sind, zum anderen ist bei der Erhebung von Interessenten- oder Kundendaten darauf zu achten, dass eine entsprechende Einwilligung vorliegt und entsprechend dokumentiert ist. Die eigene Zusammenstellung von Daten, z.B. aus dem Internet, ist unzulässig. Soll zum ersten Mal ein Newsletter versandt werden, kann nur auf die Bestandsdaten des Unternehmens zurückgegriffen werden, wenn jeweils eine Einwilligung vorhanden ist. Auch bei dem Erwerb von Daten zu Werbezwecken ist auf die entsprechende Dokumentation der Einwilligung des Inhabers zu achten.

Double-Opt-in als Mittel der Wahl

Die Kunden- und Interessentendaten eines Unternehmens können nur mit entsprechender Einwilligung als Grundlage für Mailing-Aktionen dienen. Sofern keine Einwilligung vorliegt, ist es auch nicht zulässig, die Empfänger zu kontaktieren, um die Einwilligung zu erhalten, denn eine solche Anfrage wird bereits als Werbung angesehen.

Wenn Daten zur werblichen Nutzung erhoben werden, gilt der Grundsatz der „Datensparsamkeit“, also so wenig Pflichtfelder wie möglich. Wird z.B. ein Newsletter angeboten, sollte nur die Angabe der E-Mail-Adresse verpflichtend sein.

Weiter muss die Einwilligung von dem Inhaber der E-Mail-Adresse erteilt werden. Aus diesem Grund sind sogenannte Tell a Friend-Aktionen regelmäßig rechtlich angreifbar. Bei dieser Werbung gibt ein Kunde eines Unternehmens die Kontaktdaten eines Bekannten zu Werbezwecken an das Unternehmen weiter. Durch die Weitergabe der Daten durch einen Dritten kommt aber keine Einwilligung zustande. Die Einwilligung muss zwingend von dem Inhaber der E-Mail-Adresse bzw. Mobilnummer selbst erklärt werden. Um dies sicherzustellen, ist das sogenannte Double-Opt-in-Verfahren (oder „Confirmed-Opt-in“) zu empfehlen. Die im ersten Schritt für die Nutzung einer E-Mail-Adresse erteilte Einwilligung sollte in einem zweiten Schritt durch die Antwort auf eine an die jeweilige E-Mail-Adresse versandte, werbefreie Bestätigungsaufforderung bestätigt werden. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Einwilligung auch von dem Inhaber der Empfängeradresse stammt.



Online-Marketing ist effizient und kostengünstig, aber auch mit zahlreichen rechtlichen Fallstricken verbunden.

Inhalt des Newsletters

Auch beim Inhalt der Werbung/Nachricht gibt es Fallstricke. Der Absender muss erkennbar und ein vollständiges Impressum vorhanden sein. Auch muss bei jeder Werbenachricht die Möglichkeit zur Abbestellung vorhanden sein. Die Abbestellung muss ohne großen Aufwand oder gar Kosten möglich sein. Besondere Aufmerksamkeit beim Verfassen der Nachricht ist auch einem entsprechend klaren Betreff zu widmen, schon um die Gefahr der automatischen Einordnung als Spam zu minimieren.

Fallstricke auch bei anderen Werbemaßnahmen

Auch bei anderen Online-Werbemaßnahmen ist einiges zu beachten. Die Verwendung von Suchmaschinen ist nach dem Versenden von E-Mails die häufigste Nutzungsform des Internets: Dementsprechend umkämpft sind die vordersten Plätze in der Ergebnisliste von Suchmaschinen. Sehr viele Unternehmen versuchen, sich durch sogenannte Suchmaschinenoptimierung ihrer Homepage die vorderen Plätze in den Trefferlisten zu sichern. Dies ist rechtlich grundsätzlich zulässig. Die Grenze der Rechtswidrigkeit ist jedoch zum einen meist dann überschritten, wenn die Marken und Bezeichnungen anderer Firmen z.B. als Meta Tags verwendet werden, zum anderen sollten irreführende Angaben in den Meta Tags vermieden werden.

Risiken bei Keyword Advertising

Lange umstritten war die Zulässigkeit des sogenannten Keyword Advertisings durch Buchung fremder Marken. Dabei bucht der Werbende bei einem Suchmaschinenbetreiber eine fremde Marke als Keyword (bei Google: Adwords) und hinterlegt eine Anzeige für sein Unternehmen. Gibt nun ein Nutzer der Suchmaschine das entsprechende Keyword ein, so erscheint an prominenter Stelle (meist über oder seitlich der eigentlichen Trefferliste) die Anzeige des werbenden Konkurrenten. Regelmäßig erfolgt eine Kennzeichnung als „Anzeige“. Nachdem der EuGH mehrfach entschieden hat, dass diese Werbemaßnahme unzulässig ist, wenn dadurch der Eindruck entsteht, dass zwischen dem Werbenden und dem Inhaber der als Keyword gebuchten Marke eine Sonderbeziehung besteht, hat der Bundesgerichtshof jüngst genauere Leitlinien zum Keyword Advertising aufgestellt. Danach soll die Nutzung einer fremden Marke als Keyword zulässig sein, wenn die Marke selbst in dem Anzeigentext und dem

dazugehörigen Link nicht genannt wird. In Österreich und Frankreich ist die Verwendung von Marken als Keyword jedoch nur dann zulässig, wenn in der Anzeige klargestellt wird, dass keine Sonderbeziehung zwischen dem Markeninhaber und dem Werbenden besteht. Hier sollte jedenfalls eine länderspezifische Prüfung erfolgen.

Facebook und die „Gefällt mir“-Buttons

Mit dem „Gefällt mir“-Button auf Websites können Facebook-Nutzer zeigen, dass ihnen die entsprechende Website zusagt. Sobald die Nutzer diesen Button anklicken, wird dies auf dem Facebook-Profil des Nutzers angezeigt und Werbung für das Unternehmen betrieben. Das Landgericht Berlin hat zwischenzeitlich entschieden, dass ein Konkurrent wegen der Einbindung eines „Gefällt mir“-Buttons ein Unternehmen nicht abmahnen kann. Da unklar ist, welche Daten des Nutzers beim Klick auf diesen Button übertragen werden dürfen, ist diese Funktion jedoch datenschutzrechtlich umstritten, weshalb ein rechtliches Restrisiko bleibt.

Fazit:

Da Online-Werbemaßnahmen von Behörden und Konkurrenten leicht geprüft werden können, droht bei Rechtsverstoßen schnell eine Abmahnung oder sogar ein Bußgeld. Bei der Durchführung von Online-Marketingmaßnahmen sollte daher Augenmerk auf die Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen gelegt werden, um so kosten- und zeitintensive Auseinandersetzungen zu vermeiden. ■

Zum Autor



Martin Pacht ist Rechtsanwalt bei der Kölner Sozietät Osborne Clarke und berät im Wettbewerbs- und Markenrecht. Er unterstützt seine Mandanten zudem darin, Werbevorhaben zu gestalten und umzusetzen, und prüft diese rechtlich.

„Unsere Fehlertoleranz hängt vom Interesse ab“

Interview mit J.-Wolfgang Posselt,
Managing Partner, Aurelia Private Equity

Wer in der schieren Masse von mehreren hundert Businessplänen wahrgenommen werden möchte, muss eigentlich auffallen. Hochglanzbroschüren mit Floskeln seien da ein falscher Weg, sagt J.-Wolfgang Posselt von Aurelia Private Equity. Wenn die inhaltlichen Reize stimmen, seien dagegen auch kleinere Fehler unwichtig, meint er. Im Interview verrät er u.a., worauf Investoren bei den Gründern selbst achten und woran Deals platzen können, selbst wenn auf dem Papier alles klar ist.

VC Magazin: Bei Ihnen gehen mehrere Hundert Businesspläne über den Tisch. Wie kann ein Gründer da Aufmerksamkeit erregen?

Posselt: Von den rund 600 Businessplänen, die jährlich bei uns eingehen, sehe ich etwa zwei Drittel. Positiv fällt es mir auf, wenn in der Anlage CDs oder DVDs enthalten sind, die zitierte Studien enthalten oder mit Grafiken oder Videos den Zugang zu komplexen technologischen Darstellungen erleichtern. Hochglanzbroschüren mit wenig Inhalt und vielen Floskeln stimmen mich dagegen skeptisch. Hier wurden offensichtlich Berater eingestellt – aber die wesentlichen Punkte sollten besser aus der Feder der Gründer stammen.

VC Magazin: Wie wichtig sind gute Optik und möglichst wenig Fehler in einem Businessplan?

Posselt: Rein äußerlich ist uns die Form egal, denn die Inhalte müssen überzeugen. Dann stört es auch nicht, wenn hier und da mal ein Tippfehler auftaucht. Auch kann es mal passieren, dass die Zahlen vertauscht sind oder die Unterschriften unter Bildern oder Grafiken. Das kann immer mal vorkommen, und im Ernstfall haben wir damit schon erste Punkte für ein Gespräch. Zu viele wirken aber negativ, denn dann müssen wir uns fragen, ob die Gründer die Sache ernst nehmen, wenn sie sich so wenig Mühe geben. Unsere Fehlertoleranz hängt stark davon ab, wie interessant wir den jeweiligen Fall finden.

VC Magazin: Spielt es eine Rolle für Sie, ob ein Gründerteam erfolgreich an einem Businessplan-Wettbewerb teilgenommen hat?

Posselt: Grundsätzlich führt die Teilnahme zu einem höheren Standard der eingereichten Unterlagen. Aber ob das Team bei einem Wettbewerb schließlich zu den Siegern gehört hat, ist für uns kein ausschlaggebender Punkt. Als langjähriger Juror von Science4Life verfolge

ich gerne, wie sich die einzelnen Teams später im Markt schlagen. Auch Start-ups mit hinteren Platzierungen können sich gut entwickeln, wenn der Einsatz stimmt. Sogeannter Wettbewerbs-Tourismus ist aber ein Warnsignal, denn überdurchschnittlich viele Mehrfachteilnehmer scheitern als Start-up. Wahrscheinlich setzen sie die Prioritäten falsch.



J.-Wolfgang Posselt

VC Magazin: Der Businessplan hat Sie überzeugt, es kommt zum persönlichen Gespräch. Worauf legen Investoren bei den ersten Meetings Wert und auf welche weichen Faktoren achten sie?

Posselt: Als Erstes nehmen wir Pünktlichkeit wahr. Eine Verspätung von bis zu 15 Minuten ist noch im grünen Bereich, aber alles darüber hinaus wirft Fragen nach der Zuverlässigkeit auf. Wir hatten schon mal einen Gründer mit einem Tag Verspätung im Büro. Dann achten wir darauf, ob er frei die Inhalte des Businessplans wiedergeben und ebenso frei Nachfragen beantworten kann. Wer erst bei seinem Steuerberater Rücksprache halten möchte, sammelt Minuspunkte. Ebenso ist uns wichtig, dass Gründer eine gewisse Ruhe ausstrahlen und nicht wegen Nervosität alle zehn Minuten zur Toilette müssen. Wir wollen Unternehmerpersönlichkeiten erleben, die auch am Markt in Kundengesprächen oder bei ihrer Hausbank bestehen können.

VC Magazin: Sie haben die Angaben validiert und finden auch sonst kaum ein Haar in der Suppe. Auf welcher Basis diskutieren Sie mit dem Start-up die finanziellen Details?

Posselt: Wir gehen nur Minderheitsbeteiligungen ein und können nur einen maximalen Betrag zur Verfügung stellen. Das steckt für uns den Rahmen ab, wenn wir den Wert einschätzen. Dann stellen wir dem Gründer die Gegenfrage, welchen Wert er sieht und welche Finanzierung er für welchen Anteil haben möchte. Sind die Vorstellungen zu weit auseinander, können wir das Gespräch meist sofort abbrechen, ansonsten können wir uns schon einigen, wenn sich beide Seiten bewegen. Im Bereich Medizintechnik

sind die Gründer realistischer und Angebot und Wertvorstellung liegen näher beieinander. Im Internetsektor sind die Preisvorstellungen für Ideen, und mehr gibt es ja im Regelfall nicht, leider meist überhöht.

VC Magazin: Können Deals noch platzen, wenn auf dem Papier alles klar ist?

Posselt: Die Chemie zum Gründerteam ist schon wichtig, daher gehen wir immer mit zwei Partnern in die Gespräche. Wenn das Bauchgefühl nicht stimmt, versuchen wir bei einem Mittagessen noch einmal, die Gründer besser kennenzulernen. Bislang haben wir es aber nur einmal bereut, nicht auf unser Bauchgefühl gehört zu haben.

VC Magazin: Investoren schätzen ein gutes Reporting. Welche Angaben müssen Ihre Unternehmen liefern?

Posselt: Sie müssen monatlich vorrangig quantitative Angaben liefern, damit wir die Entwicklung eines Start-ups nachvollziehen können. Wir wollen zum Beispiel wissen, wie sich Soll-Ist-Vergleiche entwickeln oder die Liquidität. Wir erwarten plausible Erklärungen, wenn sich hier die Werte verschieben. Wenn die Unternehmen in späteren Phasen Umsatz erzielen, fordern wir auch qualitative Angaben etwa zu Kundengesprächen ein. Wenn das Controlling bereits eine Ebene unter dem Geschäftsführer liegt, ist ein Reporting schnell implementiert. Macht er das noch selbst oder beauftragt seinen Steuerberater, läuft es eher holprig.

VC Magazin: Was hat sich in den letzten 20 Jahren im Umgang von Investoren mit Gründern geändert?

Posselt: Gründer sind und waren immer skeptisch, wenn es darum geht, Zahlen und sonstige Geschäftsgeheimnisse zu offenbaren. Ich denke aber, dass es eine Reihe von Investoren gibt, die im Laufe der Jahre immer mehr Wert auf ein partnerschaftliches Verhältnis gelegt haben. Bei uns jedenfalls hat das funktioniert, die Gründer legen immer früher ihre Zurückhaltung ab und nehmen uns als echten Partner wahr.

VC Magazin: Vielen Dank für das Interview! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

J.-Wolfgang Posselt ist Managing Partner bei der Aurelia Private Equity GmbH, einem Frühphaseninvestor mit Sitz in Frankfurt. Er ist seit über 20 Jahren im Venture Capital-Geschäft tätig und hat u.a. als langjähriger Geschäftsführer die tbG Technologiebeteiligungsgesellschaft der Deutschen Ausgleichsbank zu einer der größten Venture Capital-Gesellschaften Europas aufgebaut.

Venture your capital,
not your rights!

www.weitnauer.net

Eigenarten von Gründerteams

Auf welche Aspekte Investoren achten

Ein innovatives Geschäftskonzept und das Managementteam des kapitalsuchenden Unternehmens sind die beiden wichtigsten Investitionskriterien von Venture Capital-Gesellschaften. Investoren treffen dabei auf eine Vielzahl ganz unterschiedlicher Gründerteams, die sich bezüglich ihrer beruflichen und akademischen Ausbildung, ihrer bisher ausgeübten Positionen und ihrer Lebenserfahrungen deutlich voneinander unterscheiden. Bei näherer Betrachtungsweise lassen sich die Gründer vorrangig drei unterschiedlichen Gruppen zuordnen. Alle überzeugen mit spezifischen Vorteilen.

Hochschulabsolventen

In der Seed-Phase treffen Venture Capital- Gesellschaften häufig auf junge Gründerteams, die sich entweder noch im Studium befinden oder als wissenschaftliche Mitarbeiter an Hochschulen oder außeruniversitären Forschungsinstituten tätig sind. Durch Förderprogramme, wie z.B. das Exist-Gründerstipendium, können Gründungsvorhaben im akademischen Umfeld weiter vorangebracht und Produktideen bis zu einem Reifegrad, der Investoren auf das Gründungsvorhaben aufmerksam werden lässt, entwickelt werden. Seed-Finanzierungen konzentrieren sich aber nicht nur auf technologiebasierte Spin-offs, auch nach innovativen Geschäftskonzepten junger Gründerteams wird auf Gründermessen oder Businessplan-Wettbewerben Ausschau gehalten. Beispiel sofatur: Hier konnten die Gründer Stephan Bayer und Andreas Spading

die Investoren J.C.M.B. Beteiligungs GmbH und IBB Beteiligungsgesellschaft vom Potenzial ihrer Online-Lernplattform sofatur.com überzeugen, auf der Schüler und Studierende mit kurzen Erklärvideos und Tests den Stoff für Klausuren und Prüfungen erlernen können. In der Frühphasenfinanzierung legen VC-Gesellschaften viel Wert darauf, dass junge Gründerteams aufgeschlossen für Managementergänzungen sind, da es für die weitere Entwicklung und das Wachstum des Start-ups in der Regel unerlässlich ist, dass die vorhandenen Kernkompetenzen des Gründerteams durch zusätzliche Fachkenntnisse neu einzustellender Führungskräfte angereichert werden.

Industriemanager: gerne im Team

Ein anderer Gründertypus, der häufig anzutreffen ist, ist der erfahrene Industriemanager, der sich mit einer Produktidee selbstständig macht, die er oder seine Abteilung entwickelt hat, die sein Arbeitgeber aber aus unterschiedlichsten Gründen nicht weiterverfolgen möchte. Von besonderem Interesse für Investoren ist es, wenn nicht nur eine einzelne Person, sondern ein ganzes Team von Mitarbeitern das Gründungsvorhaben unterstützt, da in dieser Konstellation bereits eine Vielzahl unterschiedlicher Qualifikationen in das neu zu gründende Unternehmen eingebracht werden kann. Hinzu kommt, dass die Arbeitsabläufe und Kommunikationswege innerhalb des Teams bereits durch die vorherige berufliche Zusammenarbeit etabliert sind. Die Finanzierungswahrscheinlichkeit solcher Unternehmensgründungen steigt überproportional an, wenn sich die Produktidee bereits in einem fortgeschrittenen, marktnahen Entwicklungsstadium befindet. Beispiel OpenSynergy: Das Gründerteam des Automobilsoftware-Spezialisten hat unter Führung der Herren Dr. Stefaan Sonck Thiebaut und Rolf Morich mit der Produktidee des innovativen Softwarebaukastens Coqos eine Ausgründung aus dem Volkswagenkonzern realisiert.

Marktkennntnisse und Netzwerk

Ein weiterer wichtiger Faktor für die Beteiligungsentscheidung ist das Netzwerk des Gründerteams innerhalb der adressierten Märkte und Branchen. Beispiel tausendkind: Die Gründerinnen des auf Baby- und Kleinkinderbekleidung spezialisierten E-Commerce-Unternehmens, Dr. Anike von Gagern und Dr. Kathrin Weiß, überzeugten ein vielköpfiges Investorenkonsortium mit Venture Capital-Gesellschaften und Business Angels nicht nur mit



Investoren schätzen eher Teams als Einzelkämpfer, da eine Gruppe ganz unterschiedliche Qualifikationen in ein Start-up einbringt.

ihren hervorragenden Markt- und Prozesskenntnissen aus ihrer vorherigen Tätigkeit als Unternehmensberaterinnen, sondern auch durch ihr vielfältiges Netzwerk zu Marktteilnehmern der E-Commerce-Branche. Während bei jungen Gründungsvorhaben in der Regel der Teamaufbau oberste Priorität besitzt, steht bei reiferen Unternehmen, die bereits im Markt aktiv sind, die Teamentwicklung und Managementergänzung im Vordergrund.

Meist kaufmännische Verstärkung nötig

Bei der 4-Mio.-EUR-Finanzierungsrunde von Zimory, einem führenden Anbieter von Management-Software für Cloud Computing, war für das Investorentrio entscheidend, dass das Führungsteam um die beiden Gründer Gustavo Alonso (CTO) und Maximilian Ahrens (CPO) durch Rüdiger Baumann, der mehr als 30 Jahre Managementenerfahrung im IT- und Telekommunikationsmarkt, sowohl in Großunternehmen wie auch in Start-ups, einbringt, als neuen CEO komplettiert werden konnte. Auch wenn die Stärkung des kaufmännischen sowie des Marketing- und Vertriebs-Know-hows häufig im Vordergrund steht, sind Venture Capital-Gesellschaften auch in der Suche nach wissenschaftlichen Führungskräften versiert. Bei der intransID GmbH, einem auf energieautarke GPS-Tracking- und Ortungssysteme spezialisierten Unternehmen für Güter und Transporteinheiten, konnte das industrieerfahrene Gründerteam um Frank Kühlich und Olaf Schulz mit dem Nanotron-Gründer Zbigniew Janelli als Director Advanced Technology erfolgreich vervollständigt werden. Mit fortschreitendem Unternehmenswachstum nimmt der Umfang der Arbeitsprozesse im Unternehmen erheblich zu und erfordert eine immer stärkere Spezialisierung des Managementteams. Die in diesem Zusammenhang gesuchten Qualifikationen und Kenntnisse können dem Unternehmen meist nur durch Neueinstellungen verfügbar gemacht werden. So konnte im August 2010 das Führungsteam des Audiostream-Anbieters Aupeo mit Holger Weiss, einem der Gründer der ebenfalls von der IBB Beteiligungsgesellschaften finanzierten gate5 AG, als neuem CEO verstärkt werden, der sich seitdem insbesondere der Bereiche strategisches Wachstum und internationale Vermarktung angenommen hat.

Serial Entrepreneurs

Die dritte Gruppe von Unternehmensgründern bilden die Serial Entrepreneurs. Venture Capital-Gesellschaften

suchen gerne die erneute Zusammenarbeit mit Unternehmerpersönlichkeiten, mit denen sie bereits im Rahmen einer vorangegangenen Unternehmensgründung erfolgreich zusammengearbeitet haben. Serial Entrepreneurs können andere Gründerteams mit ihrem Know-how, ihren Fachkenntnissen und ihrem Netzwerk in kurzer Zeit weit nach vorne bringen. Investoren sehen es gerne, wenn Serial Entrepreneurs wieder in ihrem angestammten Feld agieren, da sie dort ihre Expertise erworben haben. Ein Beispiel dafür ist Rüdger Rubbert, der Urheber von mehr als vierzig US-Patenten im Gebiet der Zahnmedizin ist und zuletzt 2007 die von ihm gegründete Firma Lingualcare an die 3M Company verkaufte. Aktuell entwickelt er mit der Natural Dental Implants AG ein innovatives kundespezifisch angefertigtes Zahnersatz-Implantat-System namens Replicate.

Fazit:

Die vorgestellten Beispiele zeigen, dass Finanzinvestoren nicht auf einen bestimmten Gründertypus festgelegt sind, sondern auf ganz unterschiedliche Gründerteams setzen. Der Teamaufbau und die Ergänzung von Managementteams stellen eine Kernkompetenz von Venture Capital-Gesellschaften dar, für die eigene Netzwerke gepflegt und enge Kontakte zu Rekrutierungsspezialisten unterhalten werden. ■

Zum Autor



Christian Seegers ist Senior Investment Manager der IBB Beteiligungsgesellschaft, die Berliner Technologieunternehmen und Unternehmen aus der Kreativwirtschaft Venture Capital zur Verfügung stellt.

„Der Schutz des Know-hows wird häufig vernachlässigt“

Interview mit Michael See, Leiter Gutachten & Analysen im Steinbeis-Transferzentrum TIB

Das Steinbeis-Transferzentrum Technologiebewertung und Innovationsberatung (TIB) wurde im Jahre 1998 von Prof. Dr. Udo Wupperfeld gegründet. Seither wurden über 1.000 Projekte aus den unterschiedlichsten Technologiebereichen realisiert. Im Interview spricht Michael See, Leiter Gutachten & Analysen, u.a. über aktuelle Technologietrends und -potenziale, Kosten und Dauer von Technologiegutachten sowie Probleme von jungen Unternehmern.

VC Magazin: Zur Prüfung welcher Technologiebereiche erhalten Sie aktuell die meisten Anfragen?

See: Am häufigsten werden Gutachten im Bereich Informations- und Kommunikationstechnologie nachgefragt. Hier bewerten wir z.B. Vorhaben im Bereich Social Media, Social Commerce und Cloud Computing. Darauf folgen Anfragen aus dem Bereich der Biotechnologie und Pharmakologie. Hier werden aktuell vermehrt Vorhaben im Bereich der Bioverfahrenstechnik, Molekularbiologie und Genetik evaluiert.

VC Magazin: Sie beraten u.a. den High-Tech Gründerfonds im Vorfeld von Investitionsentscheidungen. Welchen Zeitraum und welche Kosten müssen für ein Gutachten veranschlagt werden?

See: Der Zeitraum, der für die Gutachtenerstellung benötigt wird, variiert zwischen zwei und sechs Wochen und ist von dem jeweils angefragten Gutachtentyp abhängig. Am häufigsten wird das sogenannte Markt- und Technik-Gutachten angefragt. Die Bearbeitung des Gutachtens dauert hier bis zu vier Wochen. Die aktuellen Preise für unsere Gutachten liegen zwischen 2.050 EUR für Kurzgutachten und 9.900 EUR (Markt-, Kunden- und Konkurrenzanalyse).

VC Magazin: Wie schätzen Sie grundsätzlich die Bereitschaft der deutschen Beteiligungsindustrie gegenüber Technologieunternehmen aktuell ein?

See: Wenn ich die Beteiligungsaktivitäten des High-Tech Gründerfonds und von Bayern Kapital als Maßstab nehme, dann sehe ich eine große Bereitschaft der Beteiligungsgesellschaften, in Technologie- und Hochtechnologieunternehmen zu investieren.

VC Magazin: Sie arbeiten mit externen Experten zusammen, um Technologien, Innovationen, Märkte und Patente zu bewerten. Wie groß ist dieser Kreis und wie setzt er sich zusammen?

See: Unser Expertenkreis setzt sich aus über 1.700 Experten aus unterschiedlichsten (Technologie-)Bereichen zusammen. Die Experten stammen aus dem Steinbeis-Verbund, der Fraunhofer-Gesellschaft sowie freien und universitären Forschungseinrichtungen. Darüber hinaus arbeiten wir mit selbstständigen Wirtschaftsprüfern und Ingenieuren zusammen.



Michael See

VC Magazin: Sie bewerten u.a. die markt- und technikbezogenen Chancen und Risiken von Produkten und Technologien. Welche Problemfelder stellen Ihrer Erfahrung nach die größten Hürden bei der Entwicklung neuer Produkte dar?

See: Häufig liegen bei dem Gründer oder im Gründerteam ein hohes technologisches Know-how und gute Marktkennntnisse vor, die eine bedarfsgerechte und zeitnahe Entwicklung eines Produkts gewährleisten. Der Schutz des Know-hows z.B. über Patente und eine Überwachung des Technologieumfeldes wird aber häufig vernachlässigt.

VC Magazin: Vielen Dank für das Interview. ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Michael See ist Leiter des Bereichs Gutachten und Analysen beim Steinbeis-Transferzentrum Technologiebewertung und Innovationsberatung (TIB). Das Steinbeis-Transferzentrum TIB hat seinen Sitz in Mannheim und bewertet Technologien, Innovationen, Märkte und Patente für Venture Capital-Gesellschaften, Kreditinstitute, Technologiebeteiligungsgesellschaften sowie Unternehmen.



DANKE, MOUNTAIN CLUB!



From Zero to Hero

Ganz gleich ob Venture Capital oder Private Equity: der Mountain Club bietet Ihnen als Investor eine effiziente Online-Plattform zur Auswahl qualifizierter Unternehmenskandidaten für Ihre Engagements.

Bereits im ersten Geschäftsjahr haben wir 19 Unternehmensbeteiligungen mit einem Gesamtvolumen von knapp 73 Millionen Euro platziert. Dabei ist unser Angebot ebenso innovativ wie exklusiv: Über eine speziell für Private Equity entwickelte E-Banking Lösung können Sie gezielt an umfassenden Informationen partizipieren, in attraktive Unternehmen investieren und die Entwicklung Ihres Engagements detailliert kontrollieren. So viel Transparenz spricht für sich. Mit regelmäßigen Events spielt der Mountain Club zudem auch gesellschaftlich in der ersten Liga.

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.

Innovation in Erlöse umsetzen

Patente als wirtschaftliche Erfolgsfaktoren für Start-ups

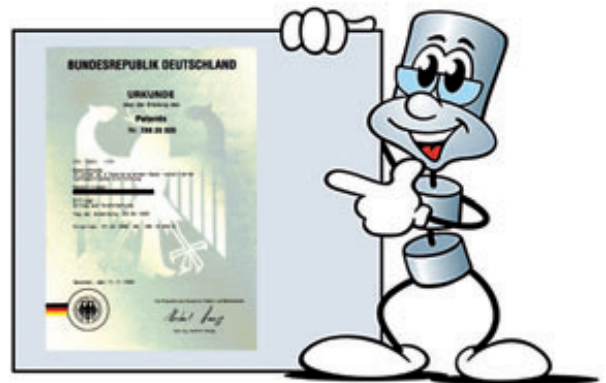
Für ein Hightech-Start-up ist eine gute Schutzrechtsituation einer der wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Unternehmensgründung. Häufig entstehen die Innovationen an Forschungseinrichtungen über einen längeren Zeitraum. Dabei ergeben sich meist zwei Probleme. Erstens, die Schutzrechte sind schon etliche Jahre alt, bevor sie durch die Gründung einer wirtschaftlichen Verwertung zugeführt werden. Zweitens entstehen solche Schutzrechte meist aus der Sichtweise des technologiefokussierten Forschers und decken die Wertschöpfungskette des Start-ups nicht so weit ab, dass damit eine tragfähige Geschäftsidee umgesetzt werden kann.

Patente flexibel überführen

Die Gründungsphase sollte insbesondere eine sorgsame Prüfung des Schutzrechtsportfolios beinhalten. Aus dieser Bestandsaufnahme ergeben sich dann mögliche Handlungsnotwendigkeiten wie weitere eigene Patentanmeldungen oder Einlizenzierungen von externem Know-how. Erst wenn die eigene Wertschöpfungskette zumindest in den Schlüsselbereichen abgedeckt ist, können auch unternehmensaufbauende Schritte wie das Einwerben von Risikokapital erfolgreich angegangen werden. Dabei besteht immer das Dilemma, dass hier Investitionen zu einem Zeitpunkt notwendig werden, zu dem weder ausreichend Kapitalausstattung noch umfassender Patentschutz besteht. Da meist Forschungseinrichtungen die Anmelder und Eigentümer sind, muss ein Weg gefunden werden, der zum einen die exklusive Verwertung durch die Gründer sichert, aber auch in einem ausgewogenen Verhältnis die finanziellen Möglichkeiten berücksichtigt. Eine solche Rechteübertragung sollte immer auf die tatsächliche Finanzkraft des Unternehmens Rücksicht nehmen. Das können flexible Zahlungsziele oder auch ein geringer Kaufpreis in Kombination mit einer erfolgsabhängigen Komponente sein. Diese darf dabei allerdings nicht abschreckend auf mögliche Investoren wirken und darf die Bewertung des Unternehmens nicht negativ beeinflussen. Sollte die Verwertung nur auf einer Lizenzierung beruhen, wird dieser Aspekt besonders wichtig.

Frühzeitig Rat bei Spezialisten suchen

Der richtige Umgang mit Schutzrechtsfragen erfordert ein Spezialwissen, über das Gründer in der Regel nicht verfügen. Die Weichen für ein wirksames Schutzrechtsportfolio sind bereits in der frühen Entwicklungsphase zu stel-



Die Gründungsphase sollte insbesondere eine sorgsame Prüfung des Schutzrechtsportfolios beinhalten.

len und auch im Zuge der weiteren Umsetzung der Erfindung in Innovationen in ihrer Schutzwirkung gegenüber dem Wettbewerb zu schärfen. Externe IP-Berater haben sich auf derartige strategische Fragestellungen – jenseits von anwaltlichen Tätigkeiten – spezialisiert und beraten effizient und zielführend. Zunehmend ergreifen auch Investoren die Initiative und regen im Vorfeld einer Beteiligung die sorgsame Bearbeitung von Schutzrechtsfragen an. Anlassbezogen sind für Schutzrechtsbewertungen die richtigen Methoden einzusetzen. Nur so kann für das Start-up eine sachgerechte Bewertung erfolgen, die ein für alle Beteiligten angemessenes Bild der technischen und wirtschaftlichen Situation widerspiegelt. Anlässe einer Bewertung können die Übertragung von Schutzrechten vom ursprünglichen Anmelder wie Hochschule bzw. Forschungseinrichtung, die Veräußerung von Patenten an Technologie-Interessenten sowie die Beteiligung von Investoren am Start-up sein.

Recherche und Analyse

Als Gegenleistung für den Patentschutz schreibt der Gesetzgeber die Veröffentlichung von Patentanmeldungen vor. Diese Informationen erscheinen in vielen Fällen sogar vor entsprechenden wissenschaftlichen Veröffentlichungen. Die systematische Recherche nach Wettbewerbsaktivitäten und kommenden Technologieentwicklungen am Markt eröffnet Start-ups die Möglichkeit, mit der technischen Entwicklung Schritt zu halten. Eigene Recherchen können zwar Orientierung bieten, ersetzen bei vertieften Fragestellungen aber keine externe Fachanalyse. Wenige führende Dienstleister auf diesem Sektor bieten mittlerweile mit semantischer Recherche ▶



Science4Life Venture Cup 2012

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 +++

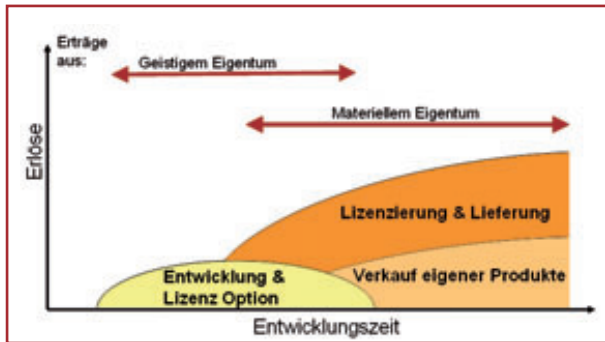
**75.000 €
PREISGELD**



+++

Eine Initiative von:





Quelle: Biometrics/Datev

im Volltext von Patentanmeldungen eine sehr hohe Trefferquote, einschließlich der Datenaufbereitung nach Relevanz und Dokumentation in einer Kundendatenbank. Besonderes Augenmerk vom Gründer liegt auf der Recherche der Nutzungsfreiheit „Freedom to Operate“, um Einschränkungen für das eigene Geschäft frühzeitig zu erkennen und darauf reagieren zu können.

Abgleich mit Geschäftsmodell

Technologieentwicklung erfolgt schrittweise von der ersten Idee bis zur Vermarktung als innovatives Produkt. Patente und die Patentansprüche zur Beschreibung des Schutzzumfangs werden dagegen zu einem frühen Zeitpunkt formuliert. Dies muss oft ohne genauere Kenntnis möglicher Anwendungen erfolgen und weist dann gegenüber der fortlaufenden tatsächlichen Entwicklung oft immer größer werdende Lücken auf. Im Sinne von Gründer und Investor ist es, den Abgleich von Patentschutz und Geschäftsmodell systematisch sicherzustellen und fortlaufend in Deckung zu bringen. In diesem Zusammenhang hat sich bewährt, auch nach versteckten, weil für die Entwickler nicht offensichtlichen Erfindungen zu suchen. Mit methodischen, durch geschulte Experten von außen moderierten Workshops lassen sich oft wichtige Sachverhalte der Entwicklungsarbeit zutage fördern, mit denen sich ein Schutzrechtsportfolio weiter ausbauen lässt. Regelmäßig ein- bis zweimal im Jahr durchgeführt, schärft dies zudem den Blick der Entwickler für potenzielle Erfindungen.

Drei Potenziale für Erlösgenerierung nutzen

Ein aktiv entwickeltes Patentportfolio kann – ohne dass es besonders umfangreich sein muss – einen sehr wirkamen Hebel bieten, um die Geschäfte von jungen technologiegetriebenen Unternehmen zu fördern. Dies gelingt dann besonders gut, wenn es sich bei der Technologie um eine Plattformtechnologie handelt, die einen langen Entwicklungszeitraum mit großen Risiken und auch großen Chancen beinhaltet. Grundsätzlich lassen sich drei wichtige voneinander unabhängige Szenarien der Geschäftsentwicklung unterscheiden, die auf die Generierung von Erlösen ausgerichtet sind. Bereits in einer frühen Entwicklungsphase ist es möglich, durch Entwicklungsaufträge, die von geeigneten (zukünftigen) Lizenznehmern

erteilt werden, technologie- und patentbezogene Erlöse zu erzielen. Dazu können auch Lizenzoptionen gehören, mit denen sich ein interessiertes Unternehmen den Zugriff auf die zu entwickelnde Technologie sichern kann. Für weiter entwickelte Innovationen kann ein Geschäftsmodell realisiert werden, bei dem die Lizenzierung einer Technologie mit der Lieferung der zugehörigen Produkte (oder Komponenten davon) gekoppelt wird. Sobald das Entwicklungsstadium eines verkaufsfertigen Produktes erreicht ist, tritt oft der Verkauf eigener Produkte in den Vordergrund. Diese Grundsicherung als Geschäftsmodell kann häufig erst spät im Entwicklungszyklus realisiert werden. Umso größer ist daher die Bedeutung, mit den beiden anderen aufgezeigten Modellen Erlöse frühzeitig und bereits entwicklungsbegleitend zu generieren. Voraussetzung dafür wiederum ist, dass das Start-up-Unternehmen auch tatsächlich das Eigentum an seinen Innovationen besitzt, also die zugrunde liegende Technologie mit Patenten geschützt hat.

Fazit:

Wenn Start-ups aus Forschung und Wissenschaft heraus gegründet werden, brauchen sie eine flexible Lösung, um Patente zu einem – für beide Seiten – fairen Preis in das junge Unternehmen zu überführen. Die Lösung muss dabei so gewählt sein, dass die Belastung moderat ausfällt und damit potenzielle Venture Capital-Geber nicht abschreckt. Wenn schließlich ein Patentportfolio sinnvoll entwickelt wurde, bieten sich Start-ups drei Optionen, ihre Patente nachhaltig zu monetarisieren. ■

Zu den Autoren



Dr. Günther Proll ist Geschäftsführer der Biometrics GmbH. Das Spin-off der Universität Tübingen entwickelt markierungsfreie Analysegeräte für die Pharma- und Life Sciences-Branche. **Dr. Edelbert Häfele** ist CEO der Patev Associates GmbH. Die Gesellschaft prüft, bewertet und gestaltet Patentportfolios, verleiht Technologien und Erfindungen das richtige Design und berät bei patentbezogenen Unternehmensprozessen.



Innovation realisieren, Zukunft gestalten

Risikokapital für junge Technologie- unternehmen

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



High-Tech Gründerfonds

Ludwig-Erhard-Allee 2 | 53175 Bonn

Telefon: +49 (0)228-82300-100

Telefax: +49 (0)228-82300-050

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

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

Ausbaufähig im Recht, gute Förderung von Start-ups

Rahmenbedingungen für Venture Capital-Investments in Deutschland



Der deutsche Beteiligungskapitalmarkt verfügt insbesondere im Venture Capital-Bereich noch über reichlich Wachstumspotenzial. Ein Beitrag zur Ausschöpfung dieses Potenzials wäre insbesondere eine Verbesserung der rechtlichen Rahmenbedingungen für junge Unternehmen und ihre Investoren.

Vergleichsstudien zeigen Schwächen auf

In den Vergleichsstudien des europäischen Private Equity- und Venture Capital-Verbandes EVCA zu den steuerlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen für Beteiligungskapital und Unternehmertum in den europäischen Ländern gehört Deutschland traditionell zu den Schlusslichtern. Kritikpunkte sind die generell zu hohe Steuerlast für Portfoliounternehmen, aber auch fehlende Anreize, um ein Unternehmen zu gründen und aufzubauen. Schlechte Noten gab es auch für die fehlende Förderung von Forschung und Entwicklung, da keine steuerlichen Fördermodelle für forschungsintensive Unternehmen existieren. Es ist eine Aufgabe der Politik, diese Rahmenbedingungen zu verbessern.

Steuerrecht verbesserungsbedürftig

Deutsche Beteiligungsgesellschaften vermissen eine rechtssichere Regelung der Besteuerung ihrer Fonds, womit die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität im internationalen Kapitalwettbewerb deutlich gesteigert werden könnten. Aber nicht etwa besondere Sparmodelle sind das Ziel. Vielmehr fordert die Branche, die deutschen Beteiligungsgesellschaften mittels eines eigenen Kapitalmarktrahmens zu regulieren und steuerrechtlich den sogenannten Private Equity-Erlass, eine Verwaltungsanweisung des Bundesfinanzministeriums aus dem Jahr 2003 zur Steuertransparenz von deutschen Private Equity-Fonds, in ein Gesetz zu überführen. Gleichzeitig sollte die nirgendwo sonst in Europa übliche Umsatzbesteuerung der Managementleistung bei deutschen Private Equity-Fonds rückgängig gemacht werden, da dies eine finanzielle Belastung des Fonds und zusätzliche Kosten für die Fondsinvestoren bedeutet. Ebenso sollten die im Erlass geregelten Voraussetzungen überprüft werden, da diese gerade für Venture Capital-Gesellschaften einige Hürden aufbauen, die es ihnen schwer machen, ihre jungen Portfoliounternehmen optimal zu unterstützen, ohne den steuertransparenten Status ihrer Fonds zu gefährden.

Die rechtlich nicht eindeutig geklärte Frage der steuerlichen Behandlung deutscher Private Equity-Fonds schreckt besonders ausländische Investoren von Engagements ab. Gleichzeitig verfügen andere westeuropäische Staaten über investorenfreundlichere, spezielle rechtliche Fondsstrukturen für Beteiligungskapitalfonds. Auch viele deutsche Beteiligungsgesellschaften sind inzwischen für die Strukturierung ihrer Fonds auf ausländische Rechtsformen ausgewichen, um den Anforderungen internationaler institutioneller Investoren nachzukommen.

Öffentliche Förderprogramme

Im Gegensatz zu den rechtlichen Rahmenbedingungen verfügt Deutschland im Bereich der öffentlichen Förderung von jungen Unternehmen mit Venture Capital über ein umfangreiches Angebot. Die Einrichtung des ERP/EIF-Dachfonds im Jahr 2004 hat dem Venture Capital-Fundraising erste Impulse verliehen. Der ebenfalls 2004 initiierte ERP-Startfonds der KfW als Nachfolger des BTU-Programms investiert als Koinvestor in Hightech-Unternehmen. Der High-Tech Gründerfonds finanziert zudem seit 2005 zahlreiche Gründungsprojekte. Umso mehr überraschte 2010 die Entscheidung der KfW, zukünftig keine Fonds-Investments in deutsche Venture Capital-Fonds mehr durchzuführen, da die KfW, als einer der letzten deutschen Investoren für einheimische Venture Capital-Fonds, in vielen Fällen als Ankerinvestor fungiert. Solange es nicht gelingt, deutsche Investoren wieder nachhaltig für Beteiligungen in Venture Capital-Fonds zu gewinnen, kann auf die KfW als deutscher Fondsinvestor nur sehr schwer verzichtet werden, weshalb sich der BVK auch nachdrücklich für eine Änderung der Entscheidung einsetzte.

Neues aus Europa

Rechtliche Neuerungen kommen auf die deutsche Private Equity-Branche durch die im November 2010 verabschiedete Richtlinie für Alternative Investment Fund Manager (AIFM) zu. Diese bestimmt Registrierungs- und Informationspflichten, Mindestkapitalanforderungen und Bewertungsrichtlinien für die Private Equity-Manager auf EU-Ebene. Bis Juli 2013 muss die Bundesregierung die AIFM-Richtlinie in nationales Recht umsetzen. Damit erhalten Private Equity-Gesellschaften in Deutschland

erstmal einen regulativen Rahmen. Es besteht die Hoffnung, dass die Bundesregierung die Gelegenheit nutzt, um den längst überfälligen Private Equity-Kapitalmarktrahmen einzuführen, der neben dem EU-harmonisierten Aufsichtsregime auch die steuerrechtliche Regulierung deutscher Private Equity-Fonds internationalen Maßstäben anpasst. In einer weiteren Initiative hat die EU-Kommission im Sommer ein Konsultationspapier mit europäischen Regeln für Venture Capital-Fonds vorgestellt und eine öffentliche Konsultation gestartet. Die darin enthaltenen Eckpunkte für ein harmonisiertes europäisches Regulierungssystem sollen entweder innerhalb des AIFM-Regimes oder als selbstständiges, maßgeschneidertes EU-Regulierungssystem für Venture Capital-Fonds geschaffen werden. Mit der Gesetzgebungsinitiative möchte die Kommission einen gemeinsamen Markt für Venture Capital in der EU schaffen und für Unternehmen den Zugang zu Venture Capital-Finanzierungen verbessern.

Fazit:

Wünschenswert im Sinne der gesamten Branche bleibt es, gesetzliche Regelungen für alle deutschen Private Equity-Gesellschaften einzuführen. Nur so kann Private Equity in Deutschland nachhaltig zur Unternehmensfinanzierung

und Wettbewerbsfähigkeit beitragen. Mit der Umsetzung der europäischen AIFM-Richtlinie ist nun der deutsche Gesetzgeber gefordert, mit dem entsprechenden politischen Willen einen entscheidenden Schritt in die richtige Richtung zu machen. ■

Zur Autorin



Ulrike Hinrichs ist seit Mai 2011 Geschäftsführerin des Bundesverbands Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK). Der BVK ist die Interessenvertretung der Private Equity-Branche in Deutschland. Diese umfasst Private Equity-Gesellschaften – von Venture Capital über Wachstumsfinanzierung bis zum Buyout-Bereich – sowie institutionelle Investoren, die in Private Equity investieren.

Anzeige



Innovation braucht Kapital.

Technologiegründerfonds Sachsen

Sie haben ein innovatives Unternehmenskonzept und wollen selbständiger Unternehmer werden?

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

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

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

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

„Ein Zeichen für die Stärkung der Innovations- und Gründerkultur“

*Interview mit Dr. Helmut Schönenberger,
Geschäftsführer der UnternehmerTUM GmbH*

Erstmals wurde diesen Sommer mit dem UnternehmerTUM-Fonds ein Venture Capital-Vehikel aus dem direkten Umfeld einer Hochschule aufgelegt. Im Interview berichtet Geschäftsführer Dr. Helmut Schönenberger über die erste Resonanz – seitens potenzieller Kapitalgeber und aus der hiesigen Gründerszene.

VC Magazin: Herr Dr. Schönenberger, Sie haben im Juli das First Closing des UnternehmerTUM-Fonds gemeldet, der besonders früh in junge, technologiebasierte Unternehmen investiert. Wie ist das Projekt in der Hochschullandschaft aufgenommen worden?

Schönenberger: Das Echo auf den Startschuss für den Fonds war groß und durch und durch positiv, nicht nur von den Hochschulen. Der Tenor war: UnternehmerTUM und die Investoren setzen ein Zeichen für die Stärkung der Innovations- und Gründerkultur in Deutschland. Dieses Zeichen wurde in der Politik, in der Wirtschaft wahrgenommen – vor allem aber bei den Gründerteams und potenziellen Investoren.

VC Magazin: Sie hatten das First Closing bei 12 Mio. EUR und streben 25 Mio. EUR an. Was hat sich bislang getan und wie wird sich der Fonds mit Commitments in der nahen Zukunft entwickeln?

Schönenberger: Die breite Berichterstattung über den Fonds hat Family Offices, private und institutionelle Anleger auf uns aufmerksam gemacht. Einen weiteren Investor konnten wir seit dem First Closing bereits gewinnen, mit einigen anderen sind wir in sehr konkreten Gesprächen. Wir sind im Fundraising auf einem sehr guten Weg, unser Ziel im nächsten Jahr zu erreichen.

VC Magazin: Können Sie schon ein erstes quantitatives Fazit Ihrer Arbeit ziehen?

Schönenberger: In den ersten beiden Monaten nach dem Start haben wir über 400 Geschäftsideen aus ganz Deutschland bekommen. Mehr als 100 davon waren so gut, dass wir uns das Geschäftsmodell genauer angesehen haben. Fast 60% der Ideen kommen aus dem Bereich IKT, 23% aus der Medizintechnik, 11% aus dem Cleantech-Segment. Der hohe Anteil der Medizintechnik spiegelt die Stärke des Standorts München in dieser Branche wider. Die Ideen kommen vielfach aus unserem Netzwerk: Technologien der TU München, den Fraunhofer-Instituten der Max-Planck-Gesellschaft und anderen Forschungsinstituten.

VC Magazin: Haben Sie schon erste Anfragen einer vertieften Prüfung unterzogen?

Schönenberger: Unser Fonds-Team hat sich in den letzten Wochen mit vielen spannenden Geschäftsmodellen befasst. Wir haben einen sehr guten Dealfow und können nun operativ arbeiten. In der nächsten Zeit werden wir bei acht Teams eine Due Diligence durchführen. Mit den ersten Investments rechnen wir in den nächsten beiden Quartalen.

VC Magazin: Durch die starke Ausrichtung auf forschende oder forschungsnahe Einrichtungen haben Sie quasi den Finger am Puls der Zukunft. Können Sie Trends erkennen, welche Techniken und Technologien morgen für eine breite Masse interessant sind?

Schönenberger: Ein Technologievorsprung ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil – und der ist für das Investment entscheidend. Rund ein Viertel der relevanten Geschäftsideen kommt aus dem Bereich Internet. Das sind keine Copycats, wir werfen hier einen Blick in die Zukunft des Internets. Das sind Technologien für die semantische Suche oder Bewegtbilder, die das Netz im nächsten Jahrzehnt prägen werden. Im Bereich Elektronik haben wir Technologien, die zum Beispiel in der Medizintechnik neue Diagnose- und Therapieverfahren ermöglichen.

VC Magazin: Vielen Dank für das Interview! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de



Dr. Helmut Schönenberger

Zum Gesprächspartner

Dr. Helmut Schönenberger ist Mitgründer und Geschäftsführer der UnternehmerTUM, dem Zentrum für Innovation und Gründung an der TU München. Seit Sommer 2011 ist er auch Geschäftsführer und Managing Partner des UnternehmerTUM-Fonds.

STELLEN SIE SICH VOR:

ES GIBT ANWÄLTE, DIE DENKEN, BEVOR 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

T +49 (0) 221 5108 4178



Osborne
Clarke

Geschlechtsspezifische Unterschiede

Studie: Gründungen von Frauen sind tendenziell weniger erfolgreich

Unternehmensgründungen von Frauen weisen in den ersten Jahren ihres Bestehens ein geringeres Beschäftigungswachstum, niedrigere Umsätze und eine geringere Umsatzrentabilität auf als Gründungen von Männern. Teilweise lässt sich dies auf geschlechtsspezifische Unterschiede im Bildungsniveau, der Branchenerfahrung, der Erfahrung als Selbstständige, der Erfahrung in Führungspositionen, der Größe des Gründungsteams und der Branchenzugehörigkeit zurückführen.

Unterschiede in der Humankapitalausstattung

Gründungen von Frauen sind in ihrer Anzahl nicht nur relativ selten, sondern auch weniger auf den ökonomischen Erfolg ausgerichtet als Gründungen von Männern. So wachsen von Frauen gegründete Unternehmen in den ersten Jahren weniger stark. Darüber hinaus erzielen sie eine geringere Umsatzrentabilität, so zeigt die Untersuchung. Ein möglicher Grund hierfür ist die schlechtere

Humankapitalausstattung der Gründerinnen. Sie haben im Vergleich zu Männern weniger häufig einen Hochschulabschluss (26 vs. 32%). Dieses Ergebnis ist erstaunlich, wenn man bedenkt, dass diesbezüglich in der deutschen Bevölkerung insgesamt nur ein geringer Unterschied zwischen Männern und Frauen besteht, so beträgt etwa die Akademikerquote unter Frauen 16, unter Männern 19%. Obwohl Gründerinnen zum Gründungszeitpunkt im Durchschnitt mit 43 Jahren vier Jahre älter sind als ihre männlichen Kollegen, verfügen sie über weniger Berufserfahrung in der Branche (13 vs. 15 Jahre Berufserfahrung). Ferner, so zeigt die Untersuchung, haben Frauen deutlich seltener als Männer vor der Gründung Erfahrung als Selbstständige (24 vs. 30%) oder in leitender Position (30 vs. 34%) gesammelt. Diese, was das Humankapital angeht, schlechteren Ausgangsbedingungen für Frauen werden noch dadurch verschärft, dass Gründungsteams von reinen Frauengründungen kleiner sind als Gründungsteams

DECOMPOSITION-ANALYSE DER PERFORMANCELÜCKE ZWISCHEN GRÜNDUNGEN VON MÄNNERN UND FRAUEN				
	relatives Beschäftigungswachstum	absolutes Beschäftigungswachstum	Umsatz 2009	Umsatzrendite
Gründungsteam				
Teamgröße	31%	27%	12%	-21%
Ausbildung	15%	15%	7%	4%
Berufserfahrung	20%	17%	21%	-10%
Davon:				
Branchenerfahrung	6%	1%	12%	14%
Frühere Selbstständigkeit	8%	11%	7%	-18%
Erfahrung in Führungsposition	6%	5%	3%	-6%
Gründungsmotiv				
Notgründung	4%	3%	3%	3%
Chancengründung	2%	2%	1%	-10%
Unternehmenscharakteristika				
FuE	14%	16%	5%	-32%
Branche	20%	17%	-17%	30%
Sonstige Variablen	18%	8%	7%	20%
erklärter Anteil an der Performancelücke insg.	123%	105%	40%	-17%

Quelle: KfW/ZEW Gründungspanel

Lesehilfe: 27% des Unterschiedes beim absoluten Beschäftigungswachstum zwischen Gründungen von Männern und Frauen können auf die Differenzen zwischen den Teamgrößen zurückgeführt werden. Insgesamt werden 105% des Unterschiedes durch die Differenzen der Variablen erklärt, d.h., aufgrund der beobachteten Differenzen zwischen den Charakteristika müsste der Performance-Unterschied sogar um fünf Prozentpunkte größer sein.

DETAILS ZUR STUDIE ÜBER GESCHLECHTSSPEZIFISCHE UNTERSCHIEDE BEI GRÜNDERN

Die Datengrundlage der Studie (ZEW Discussion Paper Nr. 11-019) bilden ca. 4.700 junge Unternehmen aus dem KfW/ZEW-Gründungspanel, die zwischen 2005 und 2008 gegründet wurden und deren Entwicklung bis zu vier Jahren ab Gründung beobachtet werden kann. Der Anteil der Gründungen mit Frauenbeteiligung ist mit 24% eher gering – immerhin sind 45% der Erwerbstätigen in Deutschland Frauen. Gründerinnen sind zudem meistens Einzelkämpferinnen: Weniger als 1% aller Unternehmen wird von rein weiblichen Teams gegründet.

von reinen Männergründungen (2 vs. 2,4 Personen). Frauen ist es somit nur in viel geringerem Maße möglich, auf das Wissen und die Erfahrung von Partnerinnen im Gründungsteam zurückzugreifen.

Abweichende Motivation

Eine weitere mögliche Erklärung für den vergleichsweise geringen Erfolg von Frauengründungen liegt in den unterschiedlichen Gründungsmotiven von Frauen und Männern. Gründerinnen geben häufiger an, sich vor allem mangels anderer Erwerbsalternativen selbstständig gemacht zu haben, man spricht in diesem Zusammenhang auch von Notgründungen (26 vs. 17%). Der Wille, eine konkrete Geschäftsidee umzusetzen (sogenannte Chancengründungen), ist bei Gründerinnen dagegen seltener ausschlaggebend als bei Gründern (23 vs. 30%). Überdies könnte die Auswahl der Branchen, in denen Frauen gründen, den geringeren Erfolg ihrer Unternehmen erklären. Wie die Untersuchung offenlegt, gründen Frauen oft im Dienstleistungssektor, im Einzelhandel und generell in Lowtech-Sektoren, wo der Wettbewerbsdruck relativ hoch und die Wachstumschancen tendenziell begrenzt sind.¹

Untersuchung in zwei Schritten

Ob und inwieweit diese geschlechtsspezifischen Unterschiede den geringeren Unternehmenserfolg von Frauen

tatsächlich erklären können, wurde im Rahmen der ZEW-Studie mikroökonomisch analysiert. Dazu wurde im ersten Schritt untersucht, welchen Einfluss die gründer- und unternehmensbezogenen Merkmale auf die Erfolgsindikatoren Beschäftigungswachstum, Unternehmensgröße – hier gemessen am Umsatz 2009 – und Umsatzrendite (Gewinn pro Umsatz) haben. Im zweiten Schritt ermittelt die Studie, welchen Beitrag die geschlechtsspezifischen Merkmalsunterschiede jeweils zur Erklärung der Performancelücke – also der Differenz zwischen dem Unternehmenserfolg von Gründerinnen und Gründern – leisten.

Bildungsniveau und Teamgröße machen den Unterschied

Es zeigt sich, dass der Erklärungsbeitrag stark vom betrachteten Erfolgsindikator abhängt (siehe Tabelle). So kann die schlechtere Ausstattung der Gründerinnen mit Humankapital teilweise die Lücke bei Beschäftigungswachstum und Umsätzen erklären: Dass sich die Beschäftigtenzahlen bei Frauengründungen weniger dynamisch entwickeln, ist zu 15% auf das niedrigere Bildungsniveau der Gründerinnen, zu 17 bis 20% auf ihre geringere Berufserfahrung und zu 27 bis 31% auf die geringere Größe weiblicher Gründungsteams zurückzuführen. Frauen mangelt es folglich insbesondere an Führungserfahrung in abhängiger Beschäftigung ▶

High technology...

...strong in IP...

...from European research...

...to global markets...

...nothing else.

www.triangle-venture.com

1) Die angegebenen Werte sind auf die Grundgesamtheit der Gründungen hochgerechnet.

oder als eigenständige Unternehmerin. Der deutliche Vorsprung, den Männer hier haben, trägt erheblich zur Erklärung des stärkeren Beschäftigungswachstums ihrer Unternehmen bei.

Bei der Umsatzlücke machen Unterschiede im Bildungsniveau (7%), in der Berufserfahrung (21%) und in der Teamgröße (12%) ebenfalls einen erheblichen Teil aus. Anders sieht es bei der Umsatzrendite aus. Nur die geringere Branchenerfahrung der Gründerinnen erklärt zumindest teilweise (14%), dass Frauengründungen weniger Gewinn pro Umsatz erzielen. Faktoren wie die Teamgröße, die unternehmerische Erfahrung und Führungserfahrung schmälern dagegen überraschenderweise die Rendite. Als Konsequenz scheidet die schlechtere Ausstattung der Gründerinnen mit diesen Ressourcen als Grund für die geringere Umsatzrendite aus. Im Gegenteil: Aufgrund der kleineren Teams und geringeren Managementenerfahrung müssten Gründerinnen sogar eine höhere Rendite erzielen als Gründer.

Kurzfristiger Vorteil bei der Umsatzrendite

Dieses erstaunliche und wenig intuitive Ergebnis zur Umsatzrendite dürfte mit dem relativ kurzen Zeitraum von vier Jahren, über den der Unternehmenserfolg gemessen wurde, zusammenhängen. Große, managementerfahrene Teams verfolgen häufig die Umsetzung innovativer Geschäftsideen, die in den ersten Geschäftsjahren Investitionen in Forschung und Entwicklung (FuE) erfordern und noch keine Gewinne abwerfen. So zeigt die ZEW-Studie auch, dass sich FuE-Aktivitäten im Untersuchungszeitraum negativ auf die Rendite auswirken. Insofern sind die Gründungen von Frauen, die zu einem deutlich geringeren Anteil FuE durchführen als Gründungen von Männern (6 vs. 15%), kurzfristig im Vorteil. Auf längere Sicht sollten sich FuE-Investitionen jedoch bezahlt machen und die Rendite steigern. Auch die unterschiedlichen Branchenpräferenzen der Gründerinnen und Gründer leisten einen bedeutenden Beitrag zur Erklärung der Lücke zwischen den Gründungen in Bezug auf das Beschäftigungswachstum (17 bis 20%) und die Umsatzrendite (30%).

Weitere Erklärungsansätze

Insgesamt können über 100% der Lücke im Beschäftigungswachstum erklärt werden, während der Erklärungsbeitrag zur Renditelücke negativ ist. Das bedeutet, dass

Gründungen von Frauen ein erstaunlich hohes Beschäftigungswachstum erzielen. Aufgrund der kleinen Teamgröße, des relativ geringen Humankapitals der Gründerinnen und ihrer Präferenz für Branchen mit niedrigem Wachstumspotenzial wäre eine noch schlechtere Performance zu erwarten. Bei der Umsatzrendite ist es umgekehrt. Hier sind Gründerinnen aufgrund ihrer beobachteten Merkmale eigentlich im Vorteil, sodass man sogar ein besseres Abschneiden im Vergleich zu den Gründungen von Männern hätte erwarten können. Es müssen demnach noch andere, im Rahmen der Untersuchung nicht erfasste geschlechtsspezifische Unterschiede bestehen, welche die Performancelücke zwischen Gründungen von Männern und Frauen erklären. Das könnten etwa eine höhere Belastung der Gründerinnen durch Haushalt und Familie, welche die zeitlichen Ressourcen für die unternehmerische Aufgabe einschränkt, eine höhere Risikoaversion oder ein geringeres Zutrauen der Gründerinnen in die eigenen unternehmerischen Fähigkeiten sein. ■

Zu den Autorinnen



Dr. Sandra Gottschalk (li.) und **Dr. Michaela Niefert** sind wissenschaftliche Mitarbeiterinnen am Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW Mannheim) im Forschungsbereich „Industrieökonomik und Internationale Unternehmensführung“. Sie beschäftigen sich schwerpunktmäßig mit Fragen der Gründungs- und Mittelstandsforschung. Im Speziellen untersuchen sie die Bedeutung des Humankapitals von Unternehmensgründern auf die Performance von jungen Unternehmen.

Fördermittel als Ergänzung

Finanzierung von Technologie-Innovationen bei kleinen mittelständischen Unternehmen

Eine hohe Innovationskraft geht in Deutschland nicht nur von Universitäten und Start-ups aus, sondern vor allem auch von technologieorientierten kleinen und mittelständischen Unternehmen. Diese finanzieren sich in der Regel über ihre Hausbank und nicht durch Venture Capital. Daher finden Fördermittel als Finanzierungsmittel – wie sie oftmals von Frühphaseninvestoren zur Ergänzung der Finanzierungsrunden hinzugezogen werden – nur selten den Weg in den Mittelstand.

Förderprogramme und Unternehmenshistorie

Programme wie das ERP-KfW-Innovationsprogramm oder Technologieförderungen der Länder passen eher auf die Strukturen im kleinen Mittelstand als auf Unternehmensgründungen. Daher ist es ratsam, Innovationen bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) eher als Projekt zu begreifen und diese innerhalb des bestehenden Unternehmens umzusetzen, als aus der bestehenden Struktur herauszulösen und als Spin-out bzw. Neugründung aufzusetzen. Fragestellungen der Gegenfinanzierung bzw. des sogenannten Eigenanteils lösen sich innerhalb der Unternehmen, die häufig über eine solide Eigenkapitalbasis und bestehende Cashflows aus dem Bestandsgeschäft verfügen, viel einfacher als bei neu gegründeten Gesellschaften. Diese haben dann eher die gleiche Stellung wie Start-ups. Auch die Fragestellung nach der begleitenden Hausbank ist sehr viel einfacher zu lösen als bei Gründungen, bei denen eine solche Beziehung erst aufgebaut werden muss. Beispielsweise setzen viele Förderprogramme eine zweijährige Unternehmenshistorie mit belastbaren Bilanzen, eine bestimmte Rating-Klasse oder Bonität voraus.

Fallbeispiel: Ein Zulieferer will mehr

Welche vielfältigen Möglichkeiten sich innerhalb eines Innovationsprozesses für einen mittelständischen Betrieb ergeben, zeigt das Beispiel eines mittelständischen Zulieferers der Flugzeugindustrie. Zielstellung war dort, die eigenständige Entwicklung einer Produktinnovation zu finanzieren, um das Unternehmen aus dem geringmargigen Zuliefergeschäft zu einem kompletten Produktanbieter zu überführen. Die vorausgehenden intensiven Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen konnten über Technologiezuschüsse aus Landesmitteln finanziert werden. In der weiteren Entwicklung des Prototyps konnte eine mezzanine Finanzierungskomponente über die Landesbank mit einbezogen werden, und die Patentierung wurde paral-

lel durch Zuschüsse aus der Signo-Patentaktion erleichtert. Nachdem der Prototyp die notwendigen Zulassungen, Patente und Spezifikationen erlangen konnte, mussten Produktion und Vermarktung vorfinanziert werden. Durch die verbesserte Bilanzstruktur der vorausgehenden nachrangigen stillen Beteiligung ließ das gute Rating der Hausbank eine größere Fremdkapitaltranche zu, die durch das ERP KfW-Innovationsprogramm zu zinsverbilligten Konditionen abgeschlossen werden konnte. Da der Aufbau der Produktion innerhalb des neuen Geschäftsbereiches mit erheblichen Neueinstellungen verbunden war, konnten dafür Zuschüsse aus Landesmitteln eingeworben werden. Nach Abschluss des Innovationsvorhabens im bestehenden Unternehmen lag das gesamte Finanzierungsvolumen in gleicher Höhe der vorherigen Gesamtumsätze. Die Umsätze verteilen sich nach Markteinführung auf 60% aus dem Innovationsbereich, und 40% entfallen auf das Bestandsgeschäft, bei gleichzeitig signifikanter Steigerung der EBIT-Marge, und die Mitarbeiterzahl hat sich fast verdoppelt.

Fazit:

Hier zeigt sich, dass die in Deutschland vorliegenden Finanzierungsinstrumente für den innovativen Mittelstand sehr gut greifen, diese aber oftmals aus Mangel an Informationen oder fehlender Beratung nicht vorhabensgerecht eingesetzt werden. ■

Zum Autor



Claas H. Nieraad ist geschäftsführender Gesellschafter der New Commercial Room GmbH, die sich seit über zehn Jahren mit der Finanzierung von Frühphasen und Technologieunternehmen beschäftigt. Die Gesellschaft ist akkreditierter Lead-Investor der KfW und vieler Fördermittelstellen sowie Coach des High-Tech Gründerfonds.

Viele gut dotierte Angebote

Universitäre Forschungsförderung in Deutschland

Ziel der universitären Forschungsförderung auf Bundesebene ist häufig die Überführung von wissenschaftlichen Erkenntnissen in eine wirtschaftliche Verwertung. Im Fokus steht dabei vor allem die Schließung der Finanzierungslücke von der Forschung bis zur Verwertung, damit vielversprechende Technologien und potenzielle Sprunginnovationen überhaupt das Seed-Stadium erreichen.

Förderfähige Aufwendungen

Förderfähig sind Personalkosten in unterschiedlichem Umfang sowie, je nach Programm, Aufwendungen für Investitionen, Verbrauchsmaterialien, Weiterbildung und fachliches Coaching der Gründer, professionelle patentrechtliche Überprüfung des Technologiefeldes und die Anmeldung von Schutzrechten, aber auch Marktrecherchen sowie die Vergabe von Aufträgen. Die Antragstellung erfolgt in der Regel über eine Hochschule, die aufgefordert ist, neben Infrastruktur mithilfe von Mentoren wissenschaftliche Unterstützung bereitzustellen, und die in ein regionales Transfer- bzw. Gründungsnetzwerk eingebunden sein sollte. Antragsteller sollten die Förderrichtlinien der einzelnen Programme beachten und einen Antrag gemäß dem Entwicklungsstand des Vorhabens stellen.

Validierung des Innovationspotenzials

Grundlage für die Förderung im Rahmen der Maßnahme „Validierung des Innovationspotenzials wissenschaftlicher Forschung – VIP“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) ist ein vielversprechendes Forschungsergebnis und der Entschluss der Forscher, den Befund wirtschaftlich nutzbar zu machen. Es gilt das Prinzip der „Technologieoffenheit“. Gegenstand der Förderung sind Projekte in allen Forschungsbereichen, die die technische Machbarkeit und das wirtschaftliche Potenzial von Forschungsergebnissen unter Beweis stellen und sich in der Orientierungsphase, in der die technische Machbarkeit und das wirtschaftliche Potenzial belegt und Anwendungsbereiche erschlossen werden, befinden. Ein Patent kann bereits angemeldet oder erteilt sein, Lizenzen und eine Forschungs- und Entwicklungskooperation mit der Wirtschaft dürfen dagegen ebenso wenig schon umgesetzt sein wie eine Unternehmensgründung.

Zuwendungen in Höhe von maximal 500.000 EUR pro Vorhaben und Jahr können im Wege der Projektförderung für einen Zeitraum von bis zu drei Jahren gewährt werden. Die Einbindung eines „Innovations-Mentors“, der

wirtschaftliches Know-how und Kenntnisse von Innovationsprozessen und -hemmnissen im relevanten Technologie- und Anwendungsbereich besitzt, ist erforderlich. Anträge können jederzeit gestellt werden.

GO-Bio

Noch bis zum 15. Dezember 2011 läuft die fünfte Auswahlrunde von „GO-Bio“, mit der das BMBF an einer Unternehmensgründung interessierten Teams die Möglichkeit gibt, wirtschaftlichen Erfolg versprechende neue Forschungsansätze mit einer eigenständigen Arbeitsgruppe in Deutschland zu bearbeiten und einer kommerziellen Anwendung zuzuführen. In der ersten Förderphase soll von der Arbeitsgruppe der Proof of Concept erarbeitet werden. Begleitend sollen konkrete Kommerzialisierungsstrategien für die weitere Umsetzung der Ergebnisse entwickelt werden. Dies betrifft insbesondere auch die Ausarbeitung und Fortschreibung eines Businessplanes sowie die Aufbringung des Eigenanteils für eine mögliche zweite Förderphase. Gefördert werden ausschließlich Einzelvorhaben an Hochschulen oder Forschungseinrichtungen. In der folgenden, bis zu drei Jahre dauernden, zweiten Förderphase soll der Proof of Technology gezeigt sowie Strategien für die Markteinführung (Proof of Market) entworfen werden. Zugleich sollen das verfolgte Geschäftsmodell

TYPISCHE FEHLER BEI DER ANTRAGSTELLUNG (AUSWAHL)

- Wissenschaftliche Erkenntnisse, auf denen die Gründung basieren soll, oder Gründerteam sind ohne Bezug zur antragstellenden Hochschule
- Antragstellende Institution ist nicht in ein Gründungsnetzwerk eingebunden
- Stand der Entwicklung entspricht nicht den Förderrichtlinien
- Keine erkennbare Innovationshöhe
- Externe Auftragsvergabe der Produktentwicklung vorgesehen
- Gründungsidee ist „Me too“-Anwendung oder bloße Abwandlung bestehender Geschäftsmodelle
- Geschäftsmodell unklar, wirtschaftliche Tragfähigkeit kann nicht vermittelt werden
- Nachweis der prinzipiellen Machbarkeit fehlt
- Team hat wenig oder keine unternehmerische Erfahrung/Branchen-Know-how

und Unternehmenskonzept weiter konkretisiert werden, um ein langfristiges Wachstum des Unternehmens und die dafür notwendigen Folgefinanzierungen sicherzustellen.



Vielfalt tut gut: Für Studenten und Wissenschaftler existieren an deutschen Hochschulen unterschiedliche Fördermöglichkeiten, um wissenschaftliche Erkenntnisse über eine Geschäftsidee zum wirtschaftlichen Erfolg zu führen.

DFG-Erkenntnistransfer

Mit dem Programm Erkenntnistransfer fördert die DFG Transferprojekte, die auf Ergebnissen von DFG-geförderten Forschungsprojekten aufbauen. Die Transferprojekte müssen in gleichberechtigter Kooperation mit Partnern aus der Wirtschaft oder dem öffentlichen Bereich durchgeführt werden. Neben den Ingenieur- und Naturwissenschaften erfolgt seit 2010 auch die Förderung von Projekten in den Geistes- und Sozialwissenschaften sowie den Lebenswissenschaften. Die Förderung ermöglicht einen „Transfer über Köpfe“, d.h. in einem DFG-Projekt tätige Wissenschaftler können einen Antrag auf Weiterfinanzierung für bis zu drei Jahre zur Fortführung der Arbeiten mit dem Ziel des Erkenntnistransfers in ein auszugründendes Unternehmen stellen.

Exist-Forschungstransfer

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) unterstützt herausragende forschungsbasierte Gründungsvorhaben, die mit aufwendigen und risikoreichen Entwicklungsarbeiten verbunden sind, im Zuge des „Exist-Forschungstransfers“ für maximal drei Jahre. In der ersten, auf anderthalb Jahre angelegten Förderphase ist das Ziel, Entwicklungsarbeiten zum Nachweis der technischen Realisierbarkeit durchzuführen, Prototypen zu entwickeln, den Businessplan auszuarbeiten und schließlich das Unternehmen zu gründen. Finanziert werden können die Personalkosten für Forscherteams an Hochschulen mit maximal drei Wissenschaftlern und technischen Assistenten sowie ab sechs Monate nach Projektstart eine Person mit betriebswirtschaftlicher Kompetenz. Zudem werden Sachkosten bis zu 60.000 EUR finanziert.

In der zweiten Förderphase können technologieorientierte Unternehmen, die im Verlauf von Förderphase I gegründet wurden, den Antrag auf weitere achtzehn Monate Förderung zur Realisierung der Entwicklungsarbeiten bis zur Marktreife stellen. Ziel dieser Förderphase ist die Aufnahme der Geschäftstätigkeit sowie die Sicherung einer externen Anschlussfinanzierung des Unternehmens. Der Projektträger gewährt einen nicht rückzahlbaren Zuschuss von bis zu 150.000 EUR, als Voraussetzung zur Förderung stellt das Unternehmen eigene Mittel sowie gegebenenfalls Beteiligungskapital im Verhältnis 1:3 zur Verfügung. Stichtage für die Antragstellung sind der 30. Juni und der 31. Dezember.

Exist-Gründerstipendium

Mit dem Exist-Gründerstipendium unterstützt das BMWi Studenten, Absolventen und Wissenschaftler aus Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen, die ihre Gründungsidee in einen Businessplan umsetzen möchten. Dabei sollte es sich um innovative technologieorientierte oder wissensbasierte Gründungsvorhaben mit guten wirtschaftlichen Erfolgsaussichten handeln. Gefördert werden Gründerteams aus maximal drei Mitgliedern, die idealerweise neben Studenten mehrheitlich aus Wissenschaftlern oder Hochschulabsolventen mit Praxiserfahrung bestehen. Neben technologieorientierten Vorhaben haben auch wissensbasierte Dienstleistungen, die auf an der Hochschule gewonnenen wissenschaftlichen Erkenntnissen beruhen, Aussicht auf eine Förderung. Je nach Status erhalten die Stipendiaten zwischen 800 und 2.500 EUR monatliche Förderung, die allerdings in aller Regel eine steuerpflichtige Einnahme darstellt. Die Förderung erfolgt für bis zu zwölf Monate, eine Unternehmensgründung während der Förderdauer ist zulässig. ■

Marc Kley

redaktion@vc-magazin.de

WEITERFÜHRENDE LINKS

- www.validierungsfoerderung.de/VIP
- www.go-bio.de
- www.dfg.de/erkenntnistransfer/
- www.exist.de/exist-forschungstransfer/index.php

Der gelungene Start

Initiativen und Wettbewerbe fördern junge Unternehmer

Auf vielfältige Weise wurden und werden Tausende junger Unternehmerteams mit innovativen Ideen in Deutschland gefördert und unterstützt – von Businessplan-Wettbewerben über staatliche Förderprogramme bis hin zu verschiedenen Netzwerken. Dabei haben alle Beteiligten mittlerweile klar erkannt: Kapital allein und eine gute Idee reichen nicht aus, um gegen Wettbewerber erfolgreich zu bestehen. Ein professionell ausgearbeiteter Businessplan ist Grundlage und Eckpfeiler für den erfolgreichen Start eines Unternehmens. Diesen Gedanken greifen vor allem die Initiatoren von Businessplan-Wettbewerben und Gründerinitiativen auf und entwickeln auf dieser Basis individuelle Fördermöglichkeiten.

Nationale und langfristige Ausrichtung

Zunehmend ist eine Ausweitung der Wettbewerbe und Initiativen auf ganz Deutschland zu beobachten. Viele vormals regional orientierte Businessplan-Wettbewerbe und Gründerinitiativen richten sich nun zunehmend national aus, um ihren Fokus zu erweitern und mehr Start-ups anzusprechen. Ein neues Gründerbewusstsein setzt sich aber nicht nur in Deutschland, sondern auch in Österreich und der Schweiz durch: venturekick, de Vigier, Heuberger, Venture und ZKB Pionier sind bekannte Schweizer Wettbewerbe, i2b und next generation richten sich an österreichische Start-ups. Des Weiteren unterstützen immer mehr Initiativen junge Start-ups über die reine Erstellung eines Businessplans hinaus. Vor allem die Realisierungsphase der Ideen und die Umsetzung des Businessplans werden betreut und begleitet.

Evobis lobt Businessplan-Wettbewerbe aus

Der wohl bekannteste von Evobis veranstaltete Contest ist der Münchener Businessplan Wettbewerb, der in drei Stufen mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden jungen Gründerteams den Weg zu einem erfolgreichen Geschäftseinstieg ebnet. Jährlich nehmen rund 250 Gründerteams daran teil und hoffen auf Prämien von insgesamt 50.000 EUR. Mit regelmäßigem Juroren-Feedback wird eine kontinuierliche Verbesserung der Konzepte angestrebt. Die Teilnehmer profitieren außerdem von dem ausgeprägten Netzwerk an Kontakten rund um Start-ups, Investoren und Business Angels. Schwerpunkte sind Informations- und Kommunikationstechnologie, Life Sciences und Medtech sowie Technologien wie Maschinenbau, Cleantech und Elektronik, aber auch Services und Sonstiges.

BPW Berlin-Brandenburg öffnet seine Tore

Mit der Auftaktveranstaltung am 21. Oktober 2011 auf den Deutschen Gründer- und Unternehmertagen (deGUT) öffnet der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg abermals seine Tore für interessierte Gründerteams. Der für alle Branchen offene Contest wird in die Bereiche Service, Technology und Study eingeteilt. Im Rahmen des Wettbewerbs werden 27 Businesspläne in den drei Stufen Idee und Gründerteam, Marktanalyse und Marketing und Unternehmen und Finanzplanung jeweils im Januar, März und Juni 2012 mit insgesamt 65.000 EUR prämiert. In Basis- und Vertiefungsseminaren werden die Teilnehmer

GRÜNDER- UND STANDORTINITIATIVEN (AUSWAHL)		
Name	Fokusregion	Website
dortmund-project	Dortmund	www.dortmund-project.de
Euregionale Gründer-Initiative	Deutschland, Niederlande	www.egi-online.eu
Forum Kiedrich	bundesweit	www.forum-kiedrich.de
Gründerinitiative Bretten	Bretten	www.gib-bretten.de
Gründerinitiative Fürth	Fürth	www.grif.de
Gründungswerkstatt Deutschland	bundesweit	www.gruendungswerkstatt-deutschland.de
hannoverimpuls	Hannover	www.hannoverimpuls.de
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
unternimm was - High-Tech-Gründerinitiative von Microsoft	global	www.microsoft.com
WFB Wirtschaftsförderung Bremen	Bremen	www.wfb-bremen.de

Quelle: eigene Recherche

des Wettbewerbs an die Erstellung und Umsetzung eines Businessplanes herangeführt und erhalten die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen. Besonders geeignet hierfür ist das Netzwerk BPW Business, mit dem die Bereiche Strategie und Innovation, Personal und Organisation, Marketing und Vertrieb und des Weiteren Finanzen und Controlling fokussiert werden. Der BPW Berlin-Brandenburg legt in Zukunft besonderen Wert auf Nachhaltigkeit – so soll in der dritten Phase der Sonderpreis Nachhaltigkeit verliehen werden, der unabhängig von Branche und Produkt bzw. Dienstleistung übergeben wird.

Startbahn Ruhr vereint Theorie und Praxis

Mit dem Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft hat Startbahn Ruhr einen Contest geschaffen, der speziell auf Unternehmen aus der Medizinwirtschaft zugeschnitten ist. Durch eine intensive Betreuung durch persönliche Mentoren und Experten und ein umfassendes Qualifizierungsangebot mit Seminaren und Workshops sowie regelmäßigem Feedback wird von jedem Gründerteam in vier Monaten und zwei Wettbewerbsphasen ein kompletter Businessplan für medizinwirtschaftliche Produkt- oder Dienstleistungsideen entwickelt. Besonders bei diesem Wettbewerb sind die Startbahn Ruhr Businessplan Zertifizierung

und die Startbahn Ruhr Sonderedition sowie das Gründercheckheft. Neben dem Medizin-Preis werden auch die mit jeweils 5.000 EUR dotierten Sonderpreise Essener Gründerpreis für Gesundheitswirtschaft und der Wittener Gründerpreis Zahnmedizin verliehen. Außer der Erstellung des Businessplans spielt für junge Gründerteams die Realisierung ihrer Geschäftsidee nach der Erstellung des Businessplans eine wichtige Rolle. Startbahn Ruhr hat daher mit dem Benchmark Award.Med NRW einen Wettbewerb entwickelt, bei dem Start-ups von bereits erfahrenen Unternehmen an die Hand genommen und geführt werden. Die Teilnehmer werden in das Benchmarking eingeführt und lernen, wie der passende Businessplan in die Tat umgesetzt werden kann. Anhand verschiedener Module werden Stärken und Schwächen der Unternehmen analysiert und mithilfe von erfahrenen Mentoren und regelmäßigen Erfolgskontrollen vorangetrieben. Mit einem modulbasierten Arbeitspaket, Beratungsangeboten und speziellen Vergleichspartnerschaften wird die Optimierung des Unternehmens angestrebt. Teilnehmen können Unternehmen, die nicht mehr als fünf Jahre alt sind. Nach einer viermonatigen Wettbewerbsphase werden die drei Unternehmen mit den besten Ergebnissen mit insgesamt 20.000 EUR prämiert.

Anzeige

**Das Netzwerk für Unternehmer mit innovativen Ideen
und
Business Angels mit Kapital und Know-how**

**BUSINESS
ANGELS
AGENTUR
RUHR**

e.V.

**Sie sind ein junges, innovatives Unternehmen
auf der Suche nach Beteiligungskapital?**

**Sie möchten innovative Start-ups mit Know-how
und Kapital unterstützen, suchen Syndizie-
rungspartner und den Erfahrungsaustausch?**

*Dann bewerben Sie sich um einen Präsentations-
platz vor den Business Angels der BAAR!*

*Das Netzwerk der Business Angels Agentur Ruhr
heißt Sie herzlich willkommen!*



BAAR ist Mitglied im Business Angels
Netzwerk Deutschland e.V. (BAND)

Weitere Informationen www.baar-ev.de

Das mitgliederstärkste Business Angels Netzwerk im größten Bundesland!

Science4Life überzeugt durch Networking-Veranstaltungen

Die Bereiche Life Sciences und Chemie fokussiert der Science4Life Venture Cup, bei dem in drei Phasen zunächst ein Geschäftskonzept und dann ein Businessplan erstellt werden. In der Prämierungsphase findet ein Gründerworkshop statt, in dem die fünf besten Teamteams aus Phase 2 ihre Businesspläne vor einer ausgewählten Science4Life-Jury präsentieren können. Insgesamt werden Preisgelder in Höhe von 76.000 EUR ausgeschrieben, allein der Gewinner des Contests kann sich über 30.000 EUR für sein Unternehmen freuen. Im Rahmen des Science4Life Venture Cups werden Online-Seminare, regionale Themenworkshops und ein Networking Dinner zum Austausch und zur Netzwerkpflge angeboten. Besonderes Highlight ist Seed4Money, ein eintägiges Investitionsforum für die Start-ups in den Bereichen Life Sciences und Chemie, das jährlich kurz nach der Preisverleihung im Sommer stattfindet. Die Gewinner des Wettbewerbs erhalten hier die Möglichkeit, potenzielle Investoren von sich zu überzeugen, um neben den Preisgeldern weiteres Kapital einzuwerben.

Branchen-Specials bei start2grow

Der bundesweite Gründungswettbewerb von start2grow richtet sich an alle Branchen mit technologischen Schwerpunkten in den Bereichen Informationstechnologien und Neue Technologien. In zwei Phasen entwickeln die Unternehmen ihren Businessplan in immer feineren Aufgliederungen. Da es sich bei start2grow nicht um einen reinen Businessplan-Wettbewerb handelt, steht in einer dritten

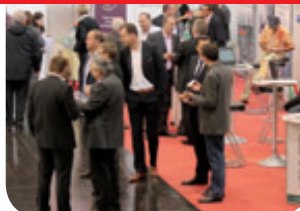
Phase die Realisierung der Geschäftsidee und die Gründung des Unternehmens im Vordergrund. Die Jury besteht u.a. aus Unternehmern, Business Angels und Fachleuten mit Gründungshintergrund. In regelmäßigen Abständen werden Coaching-Abende veranstaltet, um die Teilnehmer kontinuierlich zu unterstützen. In einzelnen Branchenspecials zu verschiedenen Themen erhalten die Jungunternehmer zusätzlich die Möglichkeit, weitere hilfreiche Informationen und Tipps zu sammeln. Neben 48.000 EUR an Preisgeldern erwarten die erfolgreichen Sieger Sachpreise. Auch Sonderpreise dürfen bei start2grow nicht fehlen: Der Bereich Neue Technologien ist mit 20.000 EUR dotiert, der Sonderpreis für Informationstechnologien umfasst 10.000 EUR.

Umweltschutz und Innovationssuche im Fokus

StartUp-Impuls startet in diesem Jahr in die neunte Runde. Die Preisträger können sich über insgesamt 80.000 EUR freuen. In vier Kategorien werden die Preise verliehen: der Ideenpreis für Innovationen und Außergewöhnliches, der Gründungspreis für Gründungen im Jahr 2011, der Wissenschaftspreis für praxisreife Forschungsergebnisse und der Branchenpreis „proKlima“ zur Sicherung der Energiezukunft sowie zur Förderung des Umweltschutzes. Nach dem Auftakt Mitte September 2011 haben die Unternehmen bis Anfang Januar 2012 Zeit, ihre Konzepte vorzustellen und auszuarbeiten. Im Februar bzw. März erfolgt dann die Prämierung. Das Beratungsangebot beinhaltet u.a. StartUp-Abende und kostenlose Themenabende zu unterschiedlichen Bereichen der Geschäftsideen. Teilnehmer, die sich bis einschließlich Ende

Anzeige

Hier werden Unternehmer gemacht!



Von der Idee zum erfolgreichen Unternehmen!

Auch 2011 war die START wieder eine optimale Plattform für Gründer und junge Unternehmer. Allen Ausstellern und Besuchern ein herzliches Dankeschön. Freuen wir uns auf ein spannendes Jahr 2012.

Aktuelle Infos: www.start-messe.de und unter



November 2011 anmelden, erhalten außerdem die Möglichkeit, drei individuelle Gespräche mit einem StartUp-Coach in Anspruch zu nehmen.

Fazit:

Junge Gründer finden im deutschsprachigen Raum hervorragende Voraussetzungen für ihre Vorhaben vor. Neben finanzieller Unterstützung profitieren sie vor allem von gut

ausgebauten Netzwerken und dem Know-how der Initiativen und Förderinstitute. Auch im Jahr 2012 ist mit einer hohen Zahl von neuen Gründungsvorhaben und Teilnehmerzahlen an den Businessplan-Wettbewerben zu rechnen, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf fruchtbaren Boden treffen. ■

dajana.hentschel@vc-magazin.de

BUSINESSPLAN-WETTBEWERBE IM ÜBERBLICK (AUSWAHL)

Wettbewerb	Region	Preisgeld in EUR	Website
Lokale Ausrichtung			
Gründerpreis Bremerhaven	Bremerhaven	50.000	www.gruenderpreis.de
StartUp-Impuls	Hannover	80.000	www.hannoverimpuls.de
Webfuture Award	Hamburg	10.000	www.hamburg-media.de
Regionale Ausrichtung			
1,2,3, Go	Saarland und Rheinland-Pfalz sowie Luxemburg, Lothringen und Wallonien	mehrere Tsd.	www.123go-networking.org
Benchmark Award.Med NRW	Nordrhein-Westfalen	20.000	www.startbahn-ruhr.de
BPWSchwaben	Bayerisch-Schwaben	17.250	www.evobis.de/wettbewerb/bpwschwaben
Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg	Berlin, Brandenburg	65.000	www.b-p-w.de
Businessplan-Wettbewerb Nordbayern	Nordbayern	37.500	www.netzwerk-nordbayern.de
ego.BPW	Sachsen-Anhalt	50.000	www.egobusiness.de
FutureSax	Sachsen	68.000	www.futuresax.de
Gründerpreis Thüringen	Thüringen	60.000	www.gera.ihk.de
Münchener Businessplan Wettbewerb	Südbayern	50.000	www.evobis.de/wettbewerb/mbpw_muenchen
Pioniergeist	Rheinland-Pfalz	30.000	www.pioniergeist.rlp.de
Überregionale Ausrichtung			
Promotion Nordhessen	bundesweit	40.000	www.promotion-nordhessen.de
Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft	bundesweit	55.000	www.startbahn-ruhr.de
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	270.000	www.gruenderwettbewerb.de
i2b Businessplan-Wettbewerb 2011	Österreich	mehr als 130.000	www.i2b.at
netStart Award	bundesweit	20.000	www.netstart.de
NUK-Businessplan-Wettbewerb	bundesweit	17.500	www.neuesunternehmertum.de
PreSeed Call	Österreich	bis zu 150.000	www.awsg.at
Science4Life Venture Cup	bundesweit	76.000	www.science4life.de
Senkrechstarter	bundesweit	mehr als 50.000	www.senkrechstarter.de
start2grow	bundesweit	mehr als 66.000**	www.start2grow.de
Venture 2012	Schweiz	150.000 CHF	www.venture.ch
venture kick	Schweiz	bis zu 130.000 CHF	www.venturekick.ch

* 50% werden sofort, der Rest bei Unternehmensgründung ausbezahlt

** Volle Auszahlung bei Gründung vor Ort

Quelle: eigene Recherche

Businessplan-Wettbewerbe – Weg zum Erfolg

Verbesserte Konzepte und oft auch Startkapital

Viele Gründerinnen und Gründer haben eine vielversprechende Idee für ein innovatives Produkt oder eine neue Dienstleistung – und den Mut, damit den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen. Was zur Umsetzung allerdings häufig fehlt, sind zum einen ein ausgefeilter Businessplan und zum anderen das notwendige Startkapital. Gleich zwei gute Gründe, um an einem Businessplan-Wettbewerb teilzunehmen.

Verschiedene Vorteile

Der Businessplan und die Finanzierung sind für Existenzgründer nach wie vor eng miteinander verknüpft. Es gilt die Devise: Ohne überzeugenden Businessplan in Kombination mit einem überzeugenden Team ist die Suche nach einer Finanzierung meist aussichtslos. Gründungs- und Businessplan-Wettbewerbe schaffen hier Abhilfe. Sie unterstützen angehende Jungunternehmer dabei, fundierte und tragfähige Businesspläne auszuarbeiten. Sie bieten darüber hinaus eine Plattform zur Kontaktaufnahme mit Kapitalgebern und geben die Möglichkeit, Geschäftsideen einem breiten Publikum zu präsentieren, um somit den Start in den Markt zu erleichtern. Zudem lohnt die Teilnahme auch finanziell: Geld- und Sachpreise erleichtern den Gewinnern den Start in die Selbstständigkeit.

Coaching und Netzwerk

Gründungs- und Businessplan-Wettbewerbe bieten verschiedenste Möglichkeiten des Coachings an, beispielsweise in der Form des Mentorings. Den Teilnehmern wird ein erfahrener Coach zur Seite gestellt, der als fester Ansprechpartner das Team bei der Erstellung des Businessplans begleitet und als eine Art Sparringspartner die Idee kritisch hinterfragt. Besonders von Vorteil ist es für Gründer, wenn ein Wettbewerb darüber hinaus ein großes Netzwerk an Experten bietet, die den Gründern bei Fachfragen in allen für sie relevanten Themengebieten zur Verfügung stehen. Im start2grow-Netzwerk beispielsweise sind über 650 Coaches aus den unterschiedlichsten Branchen gelistet, die den Teilnehmern im Online-Coaching und auf Veranstaltungen ihre Unterstützung anbieten. Aus diesen Kontakten können sich Gründer idealerweise ihr persönliches, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Netzwerk aufbauen, das sie auch über den Wettbewerb hinaus begleitet. Ergänzt wird das Coaching



Die Gewinner des Businessplan-Wettbewerbs start2grow im Jahr 2011

durch verschiedenste Veranstaltungsformate mit Themen rund um den Businessplan und die Unternehmensgründung.

Weniger Anfangsfehler durch Austausch

Gründer neigen dazu, ihren Businessplan im stillen Kämmerlein zu schreiben. Häufig kommt die große Überraschung dann beim ersten Kontakt mit Kapitalgebern oder potenziellen Kunden. Die Begutachtung im Rahmen eines Businessplan-Wettbewerbs kann hier Abhilfe schaffen. Der Businessplan wird detailliert geprüft und der Gründer erhält ein Feedback, anhand dessen er sein Konzept weiterentwickeln kann. Sorge um seine Geschäftsidee muss sich der Gründer nicht machen. Die Businesspläne werden nur Juroren und Gutachtern zugänglich gemacht und von diesen hoch vertraulich behandelt. Gründer, die alle Möglichkeiten eines Businessplan-Wettbewerbs nutzen, laufen deutlich weniger Gefahr, durch typische Anfangsfehler wertvolle Ressourcen beim Unternehmensstart zu verschwenden.

Verschiedenste Kapitalquellen verknüpfen

Businesspläne, die einen Gründungswettbewerb durchlaufen und im Idealfall prämiert worden sind, haben beste Voraussetzungen, die Aufmerksamkeit von Investoren zu erlangen. Der Gründungswettbewerb start2grow bietet hier Beispielsweise eine Vielzahl von Angeboten zur Vernetzung von Gründern und Kapitalgebern. Coaching-Abende zur Finanzierung, Finanzierungsforen, VC-Round-

tables und Business Angels-Marktplätze der NRW.Bank vermitteln Jungunternehmern das erforderliche Wissen und schaffen Kontaktmöglichkeiten. Eine langjährige Kooperation mit der Business Angel Agentur Ruhr e.V. (BAAR) erleichtert es den start2grow-Gründern zudem, mit den dort organisierten Business Angels in Kontakt zu kommen. Letztlich bieten verschiedene Seed-Fonds unter dem Dach der Sparkasse Dortmund die Möglichkeiten zu Koinvestments am Standort.

Fazit:

Ein exzellent ausgearbeiteter Businessplan öffnet Türen, weckt Interesse bei Kapitalgebern und Geschäftspartnern und dient dem Verfasser als Fahrplan für die Unternehmensgründung. Daher ist die Teilnahme an einem Businessplan-Wettbewerb für jeden Gründer sinnvoll; sowohl für alle technologieorientierten, kapitalintensiven Gründungsvorhaben als auch für Gründungsvorhaben z.B. aus dem Dienstleistungsbereich. Der Hauptgewinn für alle Teilnehmer, die dem stringenten Terminplan eines Wettbewerbs gefolgt sind und die Angebote und das Netzwerk entsprechend genutzt haben, ist in jedem Fall ein geprüfter Businessplan als Basis für die Gründung des eigenen erfolgreichen Unternehmens. ■

Zu den Autoren



Friedrich-Wilhelm Corzilius ist stellvertretender Teamleiter und Netzwerk-Koordinator bei start2grow. Der branchenoffene Gründungswettbewerb mit technologischen Schwerpunkten der Wirtschaftsförderung Dortmund unterstützt seit 2001 Gründerinnen und Gründer durch ein kostenfreies Coaching-Konzept auf dem Weg in die Selbstständigkeit. **Christian Weyers** ist seit 2006 Projektleiter für den Bereich Wirtschaftsdienstleistungen beim dortmund-project und ist darüber hinaus verantwortlich für den „Venture Capital Roundtable Dortmund“.

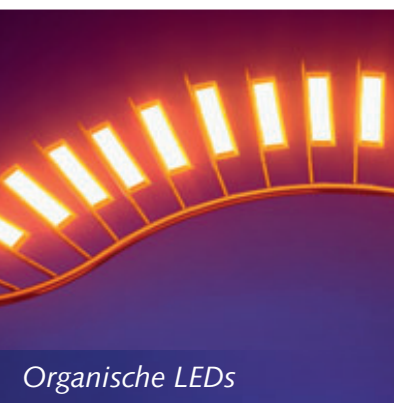
Anzeige

novalad 

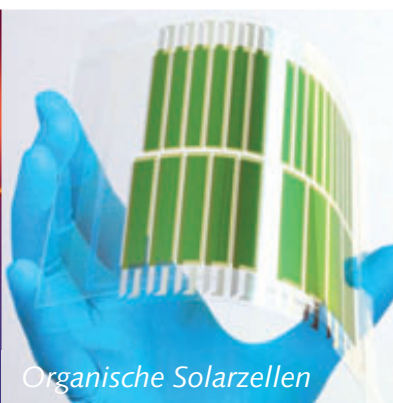
Heliatek
Say hello to solar. Wherever you are

eZelleron

feranova RENEWABLE SOURCES



Organische LEDs



Organische Solarzellen



Mobile Brennstoffzellen



Solarkollektoren

Investieren in eine saubere Zukunft

Die eCAPITAL entrepreneurial Partners AG ist eine unternehmergeführte Venture Capital Gesellschaft mit Sitz in Münster. Seit 1999 begleiten wir aktiv innovative Unternehmer in zukunftssträchtigen Branchen. Wir investieren bundesweit in Unternehmen in der Later und Early Stage Phase, die neue Technologien, insbesondere in den Cleantech Bereichen Energie, Neue Materialien, Wasser und Transport, entwickeln und erfolgreich weltweit vermarkten. In einem ersten Schritt können wir Eigenkapital von 0,5 Mio. bis zu 5 Mio. € bereitstellen.

Unsere eigene unternehmerische Erfahrung sowie ein ausgewiesener technologischer Background helfen uns in der erfolgreichen, partnerschaftlichen Begleitung visionärer aber ergebnisorientierter Unternehmer.

eCAPITAL
entrepreneurial Partners AG

eCAPITAL entrepreneurial Partners AG
Hafenweg 24 · 48155 Münster
Tel: +49 251 703767-0
info@ecapital.de · www.ecapital.de

„Wir bringen Ideen und Gründer zusammen“

Interview mit Prof. Dr. Ronald Gleich, Executive Director, Strascheg Institute for Innovation and Entrepreneurship

Theorie ist nicht gleich Praxis – das gilt auch für studentische Gründer: Sie haben sich im Laufe ihrer akademischen Ausbildung oft fundiertes Wissen über Entrepreneurship angeeignet, wenn sie sich aber wirklich selbstständig machen wollen, brauchen auch sie meist praktische Unterstützung. Den eigenen Studenten und Absolventen, aber auch anderen Jungunternehmern greift die EBS Business School jetzt unter die Arme: Unter der Leitung des Strascheg Institute for Innovation and Entrepreneurship (SIIE) baut die Hochschule das Gründerzentrum House of Ventures auf. Über das Konzept der neuen Einrichtung und die bisherigen Meilensteine spricht Prof. Dr. Ronald Gleich, Executive Director des SIIE, im Interview.



Prof. Dr. Ronald Gleich

VC Magazin: Wie entstand die Idee für ein Gründerzentrum unter dem Dach der EBS Business School?

Gleich: Die EBS Business School und das Thema Entrepreneurship sind schon lange eng verbunden. Der erste Lehrstuhl für Entrepreneurship in Deutschland wurde 1998 unter der Leitung von Prof. Heinz Klandt an der EBS aufgebaut – eine echte Pionier- und Gründerarbeit. Zudem hat die EBS durch ihre exzellente Ausbildung bereits zahlreiche Unternehmer- und Gründerpersönlichkeiten, aber auch erfolgreiche Business Angels und Venture Capitalists hervorgebracht. Hinzu kommt ein sehr großes Netzwerk an Unternehmens- und Hochschulpartnern. So lag es nahe, dieses enorme Potenzial an einem Ort zu bündeln: dem EBS House of Ventures oder kurz HoV.

VC Magazin: Welche Meilensteine haben Sie bislang erreicht?

Gleich: Obwohl wir als eigenes Start-up mit dem HoV noch in den Kinderschuhen stecken und erst seit Mitte des Jahres mit Personal und ersten Finanzmitteln am Markt aktiv sind, ist es besonders schön, dass unser Gründercoaching bereits nach kurzer Zeit einen großen Erfolg aufweisen kann: Unser erstes Start-up wurde Ende September von drei Business Angels mit einer kleinen sechsstelligen Summe finanziert, der Gründung steht also nichts mehr im Weg.

VC Magazin: Aus welchen Mitteln finanziert sich das House of Ventures?

Gleich: Es agiert selbst noch als Start-up und befindet sich daher auch in seiner eigenen Funding-Phase. Ziel ist es, das HoV in größten Teilen über Spenden, Sponsoren

und Investoren zu finanzieren. Unterstützer sind also jederzeit herzlich willkommen!

VC Magazin: Welche Leistungen bietet das House of Ventures für Start-ups?

Gleich: Das HoV bietet mehrere Kernelemente für Gründer und Investoren: Wir agieren als „Think Tank“, d.h. wir entwickeln innovative Ideen und neue Geschäftsmodelle und bauen zudem einen internationalen Talentpool an potenziellen Gründern auf. Wir bringen damit Ideen und passende Gründer zusammen. Unsere Start-ups coachen wir dann konstruktiv, fair und mit Blick auf eine Erfolg versprechende Finanzierung. Dazu haben wir einen Pool an exzellenten Fachcoachs aus Wissenschaft und Praxis sowie ein Netzwerk aus Gründern, Business Angels und Venture Capital-Gesellschaften. Das HoV bietet Räumlichkeiten, Infrastruktur und gute Kontakte zu Dienstleistern, wie z.B. Steuerberatern, Designern oder Webspezialisten, um klassische Anfängerfehler zu vermeiden. Schließlich unterstützen wir unsere Gründer schnell und zuverlässig bei der Suche nach Wachstumskapital. Der Gründer profitiert somit direkt von unserem Netzwerk und der HoV-Transaktionserfahrung.

VC Magazin: An wen richtet sich das Angebot? Können auch Teams jenseits der EBS profitieren?

Gleich: Das HoV ist eine offene Plattform von Gründern für Gründer und richtet sich an EBS-Studenten und -Alumni, aber darüber hinaus an alle, die ein Unternehmen gründen möchten. Eintrittshürden gibt es nicht:

Mitzubringen sind nur die Freude und Energie für das „Unternehmersein“ sowie kreative Ideen. Der Weg zu uns ist ganz einfach: Per Mail, per Telefon oder ein persönlicher Besuch in unserer HoV-Gründersprechstunde – das Team freut sich über kreative Ideen und innovative Gründer!

VC Magazin: Sie wollen die Seed-Finanzierung der Start-ups im HoV selbst übernehmen. Auf welche Mittel greifen Sie hierbei zurück?

Gleich: Gute Ideen brauchen eine schnelle Finanzierung in einem vertrauensvollen Rahmen. Bereits heute können wir mit unserem Netzwerk für fast jedes Team einen guten Finanzierungskanal finden. Unsere mittel- und langfristigen Planungen zielen aber klar darauf ab, aus einem eigenen HoV-Finanzierungsvehikel – sei es eine Stiftung oder ein Fonds – gemeinsam mit unseren Partnern gute Teams bei ihren ersten Schritten zu begleiten, also auch finanziell zu unterstützen. Das Zielvolumen liegt derzeit bei mindestens 5 Mio. EUR und steht allen interessierten Investoren offen.

VC Magazin: Was sind die nächsten Schritte, die das Projekt vor sich hat?

Gleich: Wir treiben die Arbeit mit Gründerteams weiter intensiv voran, um schnell an den ersten Funding-Erfolg

anknüpfen zu können. Zudem unterhalten wir bereits jetzt Partnerschaften mit Universitäten aus dem In- und Ausland, wie z.B. dem Karlsruher Institut für Technologie oder dem Technion Institute of Technology in Israel, die wir auch international noch weiter ausbauen möchten. Und natürlich steht auch der Ausbau der Partnerschaften mit Investoren im Fokus, um so auf noch breiterer Basis erfolgreich arbeiten zu können. Gerade für die erfolgreiche Weiterentwicklung sind wir froh, einen HoV-Beirat mit zahlreichen namhaften Persönlichkeiten wie Cornelius Boersch, Andreas Thümmel und Falk F. Strascheg gewonnen zu haben.

VC Magazin: Danke für das Interview, Herr Gleich. ■

susanne.glaeser@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Prof. Dr. Ronald Gleich ist Executive Director des Strascheg Institute for Innovation and Entrepreneurship der EBS Business School. Zudem hat er die Position als Geschäftsführer der EBS Executive Education GmbH inne. Er ist Vorsitzender des Beirats des EBS House of Ventures (HoV).

Anzeige

Save the date:
inoventec
23. November 2011
empower Innovation...
www.inoventec.de

gate

»Wir sind das Gründerzentrum«

gate – Garching Technologie- und Gründerzentrum GmbH
Lichtenbergstraße 8
85748 Garching/München
Telefon: +49 (0)89 54 84-0
www.gategarching.com

 facebook.com/gategarching1
 twitter.com/gategarching1

Synergien und Coaching nutzen

Technologiezentren als Chance für Start-up-Unternehmen

Technologiezentren haben in den vergangenen 27 Jahren bewiesen, dass sie den Start eines Unternehmens nachhaltig befördern. Schneller Zugang zu Netzwerken und Vor-Ort-Coaching sind die herausragenden Erfolgsfaktoren.

Gewerberäume mit Potenzial

In den letzten 27 Jahren sind in Deutschland ca. 300 Technologiezentren mithilfe öffentlicher Gelder entstanden. Alleine 156 haben sich im ADT (Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren e.V.) organisiert. Die erste laienhafte Assoziation mit dem Begriff Technologiezentrum ist oft, dass in solchen Häusern die Möglichkeit besteht, Gewerberaum zu einem günstigen Mietzins zu bekommen. Doch weit gefehlt! Wer mit dieser (leider etwas weit verbreiteten) Meinung ein solches Haus betritt, wird schon bei der Frage nach dem Businessplan eines Besseren belehrt. Schnell wird dem zukünftigen Unternehmer klar, dass das Potenzial des zu gründenden Unternehmens beim Zentrumsmanagement im Vordergrund steht – und es eben nicht darum geht, die letzten 50 oder 200 m² an ein Unternehmen zu vermieten. Im Gegenteil: Die Kapitalstruktur von Technologiezentren lässt es zu, einen gewissen Leerstand vorzuhalten, um Platz für Wachstum und Neuansiedlungen bereitzustellen.

Der Coach ist vor Ort

Die Beraterteams in den Zentren haben oft jahrzehntelange Erfahrung in der Begleitung der Unternehmen von ersten Gründungsschritten bis hin zur Expansion. Zudem sind sie Experten in einer Fachdisziplin des jeweiligen Zentrums oder haben ausgewiesene Erfahrung auf der betriebswirtschaftlichen Ebene. Der Coach aus dem Technologiezentrum ist in der Lage, unabhängig zu beraten, ohne auf eigene Aufträge zu schießen. Je intensiver die Möglichkeit genutzt wird, einen Berater des Zentrums einzubinden, desto besser können Synergien mit anderen Unternehmen aus dem Netzwerk des Zentrums erzeugt und genutzt werden.

Synergien erkennen muss der Unternehmer

Die Gründungsvision setzt der Unternehmer um, in technischen Fragen wie auch in Fragen des Marktes ist er der Know-how-Träger. Seine persönliche Ausgangssituation und sein familiäres Umfeld kennt er am besten. Ein beratungsaffiner Unternehmer ist durch den Coach weder in seiner Position als Geschäftsführer oder Vorstand berührt,



Das Technologiezentrum Teltow bietet Gründern weit mehr als günstige Büroräume.

noch werden ihm Entscheidungen abgenommen. Der Coach steht dem Unternehmer im realen Geschäftsleben als Berater und Sparringspartner zur Verfügung, scannt sein Netzwerk nach Kontakten und matcht Unternehmer aus der Region. Die Chancen muss der Unternehmer selbst sehen, entwickeln, lenken und wahrnehmen.

Fazit:

Ein Technologiezentrum stellt eine gelungene Symbiose aus Standort und Beratung dar. In der vertrauensvollen Umgebung gedeihen Unternehmen erfahrungsgemäß besonders gut. Dennoch gilt: Wer den Coach nur einmal im Jahr zur Mannschaft lässt, wird nie Meister. ■

Zum Autor



Dr. Udo Rettweiler ist Unternehmensberater im Technologiezentrum Teltow. Mit dem Erfahrungshintergrund des Innovationsfonds Brandenburg bringt der Physiker ein breites Spektrum in seine Beratungen ein.

Wir investieren in Wachstum



Weitere Informationen über unsere Leistungen und Investitionskriterien finden Sie auf unserer Website.

www.shsvc.net



Gesellschaft für Beteiligungsmanagement mbH

Eine Auswahl unserer Wachstums-Investments:



CryLaS GmbH



phenox GmbH



c-LEcta GmbH

Spiegelberg:

Spiegelberg (GmbH & Co.) KG

Stark im Netzwerk

Spherotec GmbH nutzt Verbundmöglichkeiten

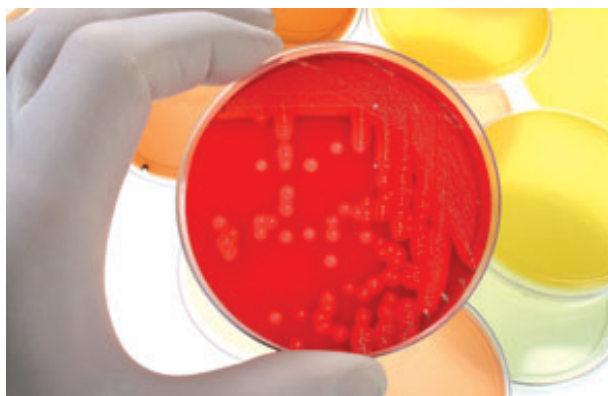
Rund 25% der bayerischen Biotech-Unternehmen haben ihren Sitz am Innovations- und Gründerzentrum Biotech (IZB) in Martinsried. Eines davon ist die Spherotec GmbH, ein Unternehmen, das sich der Optimierung von Krebstherapien verschrieben hat. Als Spin-off der Ludwig-Maximilians-Universität im Jahr 2006 gegründet, ist Spherotec seit zwei Jahren auch am IZB beheimatet und profitiert nachhaltig durch die Vernetzung zu anderen Unternehmen im Rahmen von Fördermaßnahmen oder in der Forschungsarbeit.

Kongeniales Führungsduo

Mit den beiden Geschäftsbereichen SpheroSelect und SpheroMed spricht Spherotec Arzneimittelhersteller, Ärzte und Patienten gleichermaßen an. SpheroSelect beschleunigt und erleichtert die Wirkstoffentwicklung in der Arzneimittelforschung durch die Selektion relevanter Wirkstoffkandidaten in der frühen Drug Discovery-Phase. SpheroMed geht anschließend einen Schritt weiter und selektiert die optimale Therapie für den individuellen Krebspatienten. Wesentliches Alleinstellungsmerkmal von Spherotec ist die Sphäroidtechnologie, ein dreidimensionales Zellkulturverfahren, das aufgrund seiner tumorbiologischen Wertigkeit eine realitätsnahe, qualitativ hochwertige Wirkstofftestung und -selektion ermöglicht. „Sphäroide können aus Tumorzelllinien, gut- und bösartigen Primärzellen sowie Gewebeproben hergestellt werden“, erklärt PD Dr. Barbara Mayer, Gründerin von Spherotec. Als Medizinerin fand Mayer in der ebenfalls promovierten Biologin Ilona Funke eine kongeniale Partnerin. Gemeinsam bilden beide die Geschäftsführung von Spherotec. Bis heute konnte das Führungsduo mehrere Preise für seine Geschäftsidee erringen, darunter den Gründerpreis „Science4Life“ 2006 sowie ein Jahr später den „Darboven Ideen-Preis“.

Von Vernetzung profitiert

Um von der Zusammenarbeit mit anderen Biotech-Unternehmen zu profitieren, wurden 2009 neben dem Standort am Campus Klinikum in Großhadern auch die Räume im



Gemeinsame Förderanträge eröffneten der Spherotec GmbH Finanzierungsmöglichkeiten für Forschungsprojekte rund um die Sphäroidtechnologie.

IZB Martinsried bezogen. Vor Ort profitieren die Unternehmen nicht nur von der gemeinsamen Nutzung der verschiedenen Organisationseinheiten. Barbara Mayer verweist auch auf die wirkungsvolle Vernetzung im Rahmen des Spitzenclusterwettbewerbs sowie auf eine stärkere Direkt-Publicity und Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. „Spherotec ist nicht nur ein dienstleistendes Unternehmen im Diagnostikbereich, sondern auch ein forschendes Unternehmen“, erläutert Mayer. „Durch den Standort IZB konnten verschiedene andere Unternehmen für gemeinsame Fördermaßnahmen gewonnen werden. Hierzu gehören beispielsweise die Crelux GmbH, die 4SC AG, die Quattro Research GmbH oder die Trion Research GmbH. Durch diese gemeinsamen Förderanträge konnten zusätzliche Finanzmittel akquiriert werden, die die Bearbeitung weiterführender Forschungsprojekte rund um die Sphäroidtechnologie überhaupt erst ermöglichten“, so Mayer.

Kurs auf Wachstum

Aktuell führt Spherotec zwei klinische Studien durch mit dem Ziel, die klinische Vorhersagekraft des Diagnostikverfahrens SpheroTest bei Brust und Darmkrebs zu prüfen. Weitere klinische Studien bei anderen Tumorarten sollen folgen. Parallel sollen die Durchsetzung des SpheroTest-Verfahrens am Gesundheitsmarkt und die Erstattungsfähigkeit durch die Krankenkassen forciert werden. Durch Altinvestoren wie den High-Tech Gründerfonds und Bayern Kapital sowie zwei neue Privatinvestoren ist die Serie A-Finanzierung gesichert. Außerdem expandiert das Unternehmen auf dem Gelände des IZB mit weiteren neuen Mitarbeitern und größeren Räumlichkeiten. „Dieser Expansionskurs soll auch zukünftig fortgesetzt werden“, sagt Mayer. ■

Holger Garbs
redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL SPHEROTEC GMBH	
• Vision:	Optimierung von Krebstherapien
• Gründungsjahr:	2006
• Unternehmenssitz:	Martinsried
• Mitarbeiterzahl:	10
• Umsatz 2010:	k.A.
• Umsatz 2011 (erwartet):	k.A.
• Finanzinvestoren:	High-Tech Gründerfonds, Bayern Kapital, Privatinvestoren
• Internet:	www.spherotec.com

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

VC Magazin: Herr Zobel, in welcher Form profitieren junge Unternehmen wie die Spherotec von der Vernetzung innerhalb des IZB?

Zobel: Der Campus an sich mit seiner Spitzenforschung ist ein großes Gut. Die Veranstaltungen im IZB und auf dem Campus nehmen kontinuierlich zu. Ein gelebtes Netzwerk sowie kollegialer Umgang unter den Mietern haben eine eingeschworene Gemeinde generiert. Projekte wie M4, die das Cluster pflegen und außerdem 94 Mio. EUR in die Region gebracht haben, sind hierbei sehr hilfreich. Das IZB, im Zentrum des Campus Martinsried, ist zu einem Gütesiegel geworden.



Dr. Peter Hanns Zobel

VC Magazin: Gehen Sie auch gezielt auf Neugründungen zu? Wie entsteht der Kontakt zu Firmen, die sich auf dem Gelände des IZB ansiedeln wollen?

Zobel: Selbstverständlich machen wir durch ein attraktives Standortmarketing auf uns aufmerksam. Aber die Tatsache, dass wir seit 16 Jahren erfolgreich über 120 Unternehmen betreut haben, hat dazu geführt, dass sich viele Gründer bei uns bewerben. Die meisten davon konnten und können wir aufgrund unseres kontinuierlichen Wachstums aufnehmen.

VC Magazin: Welche besondere Expertise besitzt das IZB in den Bereichen Medizinforschung oder Biotechnologie, also den Bereichen, in denen sich Spherotec engagiert?

Zobel: Die geografische Nähe zum Klinikum Großhadern, die erfolgreiche Ansiedlung einer kritischen Masse Gleichgesinnter sowie ein ausgewogener Mietermix helfen auch einer Spherotec. Weiter hilft die sehr individuelle Unterstützung, weit über Fragen der Infrastruktur hinaus, den Mietern. Das seit 16 Jahren gepflegte Netzwerk mit anderen Freistaatsunternehmen, z.B. Bayern International, Bio-M, Bayern Innovativ, Bayern Kapital, sowie mit den anderen Gründerzentren in Bayern, aber auch zu den Max-Planck-Instituten, zu Fraunhofer und Helmholtz hilft bei der individuellen Beantwortung von Mieterfragen. Seien Sie gespannt, wie sich der Campus Martinsried in den nächsten Jahren entwickeln wird. Wir haben noch einige Ideen im Köcher!



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

www.bayernkapital.de

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

Das Jahrzehnt der Business Angels

Gute Stimmung unter den Privatinvestoren in Deutschland

Ohne sie geht bei vielen deutschen Gründern nichts: Business Angels unterstützen Start-ups in der ganz frühen Unternehmensphase und stellen ihnen neben Kapital auch ihr Netzwerk und ihre Expertise zur Verfügung. In Deutschland tummeln sich Schätzungen zufolge rund 5.000 dieser „himmlichen“ Privatinvestoren. Bislang von der Öffentlichkeit kaum wahrgenommen, ist die Szene dabei, aus dem Verborgenen hervorzutreten. Die Stimmung unter den Investoren ist bestens – in den kommenden Jahren wollen sie viele Maßnahmen zur Entwicklung des Marktes anpacken.

Wenig Zahlenmaterial bekannt

Genaue Daten gibt es zum deutschen Business Angels-Markt nicht: Die Privatinvestoren treten meist im Verborgenen auf, ohne mit ihrem Engagement für junge Unternehmen öffentlich auf sich aufmerksam zu machen. Meist sind sie selbst Entrepreneurure oder ehemalige Topmanager, die Freude daran haben, ihre unternehmerischen Erfahrungen an die nächste Generation weiterzugeben – und ihr Privatvermögen renditeträchtig in den Aufbau neuer Firmen zu investieren. Know-how und Kapital – mit diesen beiden Flügeln fliegen Business Angels laut der Definition des Business Angels Netzwerks Deutschland e.V. (BAND). Der Verein ist der Dachverband der Business Angels-Netzwerke, die sich in Deutschland in den vergangenen zehn Jahren als Austauschplattformen der Investoren etabliert haben. Mit dem Business Angels Panel, einer Umfrage unter deutschen Angels, liefert BAND einmal im Quartal Zahlenmaterial zu den Aktivitäten der Investoren hierzulande. Am Panel nehmen aktuell zwar nur 31 Investoren teil, dennoch gibt es Auskunft über die Tendenz der Marktentwicklung und die Stimmung unter den Angels.

ZIELE DER „DEKADE DER BUSINESS ANGELS“

- Stärkung der Business Angels-Community
- Bekanntheit bei jedermann
- Anerkennung bei Politik und Öffentlichkeit
- Wahrnehmung als respektierter Partner der Investoren entlang der Finanzierungs-kette
- Verbesserung der Forschung und Statistiken über Business Angels

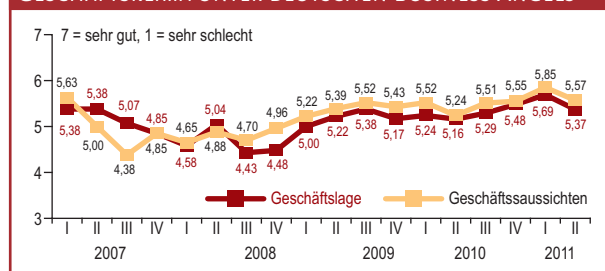
Quelle: BAND

Geschäftsklima ist bestens

Und die Stimmung ist derzeit gut: Auf einer Skala von 1 (= sehr schlecht) bis 7 (= sehr gut) bewerteten die im Rahmen des Panels befragten Business Angels ihre aktuelle Geschäftslage im Rückblick auf das zweite Quartal 2011 mit 5,37 Punkten. Für ihre Geschäftsaussichten vergaben sie

sogar 5,57 Punkte, zeigten sich also optimistisch. Zwar bedeutet das einen leichten Rückgang gegenüber dem ersten Quartal 2011, in dem 5,69 Punkte bzw. 5,85 Punkte vergeben wurden. Allerdings stellten diese hohen Werte auch Allzeithochs seit Beginn der Befragung Anfang 2002 dar – das aktuelle Geschäftsklima ist also auch jetzt noch hervorragend. Sorge bereitet den Business Angels allerdings das aktuell hohe Bewertungsniveau: Gerade mit Blick auf die USA, wo sich Online-Unternehmen wie Facebook, Zynga oder Groupon zuletzt über Milliardenbewertungen freuen konnten, fürchten 71% der deutschen Angels die Entstehung einer Blase mit irrationalen Preisen.

GESCHÄFTSKLIMA UNTER DEUTSCHEN BUSINESS ANGELS

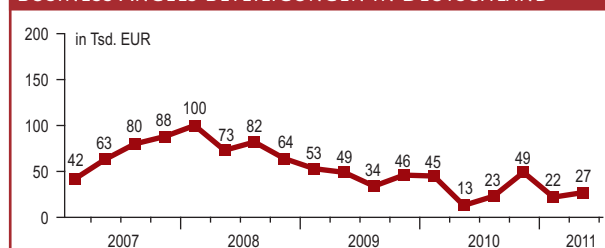


Quelle: Business Angels Panel/BAND

Rückgang bei Neuinvestments

Solche Sorgen könnten auch ein Grund für die momentane Zurückhaltung bei Neuinvestments sein: Im zweiten Quartal gingen lediglich 19% der Investoren eine Beteiligung an einem neuen Unternehmen ein – der langjährige Durchschnittswert liegt bei 37%. Ihr Kapital setzten die Angels stattdessen für Follow-up-Investitionen ein: In gut zwei von drei Fällen floss das Kapital in bereits bestehende Beteiligungen. Auch die ausgereichten Summen waren gering: Im Durchschnitt nur knapp 27.000 EUR umfasst ein einzelnes Investment – der Wert liegt deutlich unter dem langjährigen Durchschnitt von knapp 52.000 EUR. Allerdings

DURCHSCHNITTliches VOLUMEN VON BUSINESS ANGELS-BETEILIGUNGEN IN DEUTSCHLAND



Quelle: Business Angels Panel/BAND

bleiben damit Reserven bestehen: Laut Aussage der Panel-Teilnehmer stehen noch 48% des Kapitals zur Verfügung, das sie für Angel-Investments vorgesehen haben.

Partner für die Seed-Phase

„Mit ihren Investitionen sind Business Angels eine wichtige Stütze für die Seed-Finanzierung in Deutschland“, betont Dr. Michael Brandkamp, Geschäftsführer der High-Tech Gründerfonds Management GmbH, die Bedeutung der Angel-Investments. Im Rahmen des Business Angels Community Summits, den BAND als Investorentreff im September veranstaltete, wies er darauf hin, dass die Zusammenarbeit mit den Privatinvestoren nicht nur eine wesentliche Deal-flow-Quelle für den High-Tech Gründerfonds (HTGF) darstelle, sondern auch immer bedeutender werde für Wachstumsfinanzierungen und für die Vernetzung der jungen Hightech-Unternehmen. In Deutschland gibt es neben dem HTGF und den Business Angels nur wenige Investoren, die bereit sind, das Risiko eines Investments in eine sehr frühe Unternehmensphase einzugehen. BAND wirbt deshalb aktiv für mehr Business Angels-Engagement und unternimmt Anstrengungen, um die Bedeutung der Angels in der Öffentlichkeit zu unterstreichen.

Dekade der Business Angels

Das Jahr 2010 rief BAND daher zum „Business Angels Jahr“ aus und holte u.a. das Bundeswirtschaftsministerium als Partner mit an Bord. In insgesamt 512 Veranstaltungen wurde das ganze Jahr über auf das Engagement der „Engel mit dem Kapital“ hingewiesen, in 70 Gesprächsterminen adressierten die Angels das Thema an Politik und Verbände. „Wir haben damit viel erreicht“, zieht BAND-Vorstand Dr. Ute Günther Bilanz und kündigt an: „Das ist uns aber noch lange nicht genug. Die enorm positive Resonanz muss jetzt verfestigt werden.“ Deshalb deklariert der Verband das laufende Jahrzehnt nun zur Dekade der Business Angels. Mit langfristigen Projekten sollen Ziele wie eine Steigerung des Bekanntheitsgrades oder die Verbesserung der Forschung und Statistik zum Angels-Markt erreicht werden. Bis Ende 2011 sind alle am Thema Frühphasenfinanzierung Interessierten aufgerufen, sich in das Dekaden-Konzept mit Vorschlägen und eigenen Aktivitäten einzubringen.

Fazit:

Die deutsche Business Angels-Szene erlebt derzeit einen Aufschwung: Das Geschäftsklima unter den Investoren ist sehr gut, sie zeigen sich bereit für neue Investments. Mit dem Business Angels Jahr 2010 konnte der Dachverband BAND die öffentliche Wahrnehmung verbessern. Dennoch bleibt viel zu tun: Der Bekanntheitsgrad der Angels in der Öffentlichkeit ist noch ausbaufähig, und für deutsche Start-ups wäre es wichtig, dass sich noch mehr als die geschätzten 5.000 aktiven Privatinvestoren für das Unternehmertum hierzulande engagieren. ■

susanne.glaeser@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 Geschäftskonzepte 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:

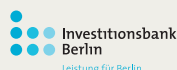
IBB Beteiligungsgesellschaft mbH
Bundesallee 171
10715 Berlin
Telefon: 030 / 2125-3201
www.ibb-bet.de

 **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.



„Als Business Angel sollte man in Menschen investieren“

Interview mit Dr. Michael Friebe, Business Angel des Jahres 2011

Mit der „Goldenen Nase“ zeichnet das Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND) jedes Jahr den Business Angel des Jahres aus – und ehrt den Investor damit für seine Verdienste um die Start-ups, denen er mit Kapital, vor allem aber mit Rat und Tat zur Seite steht. Nominiert werden die Kandidaten nur auf Vorschlag der Portfolio-Unternehmen. Dr. Michael Friebe ist in diesem Jahr der Träger der Auszeichnung. Der Unternehmer, der selbst bereits einige Firmen aufgebaut hat, ist als Business Angel bislang acht Beteiligungen eingegangen. Im Vordergrund steht für ihn dabei primär nicht die Rendite, sondern die Freude am Austausch mit den Gründern und den Projekten. Worauf er bei der Zusammenarbeit Wert legt und welche Geschäftsmodelle er für spannend hält, berichtet er im Interview mit Susanne Gläser vom VentureCapital Magazin.

VC Magazin: Herr Dr. Friebe, herzlichen Glückwunsch zur Auszeichnung mit der „Goldenen Nase“! Verraten Sie uns Ihr Erfolgsrezept?

Friebe: Die Goldene Nase ist erst einmal nur die Würdigung einer Beteiligung – noch keine Auszeichnung für einen Exit. Ob diese dann tatsächlich zu einer goldenen Nase führen, kann man also jetzt noch nicht sagen. Ich habe aber die Erfahrung gemacht, dass die Erfolge mit höherer Wahrscheinlichkeit kommen, wenn man Spaß an einem Investment hat und sich engagieren kann, ohne den Unternehmern die operativen Entscheidungen abnehmen zu wollen. Wenn man vom Fachthema Ahnung hat, sich kümmert und engagiert, klappt es meistens. Deshalb wähle ich meine Investments auch in erster Linie nicht nach möglichen Exit-Szenarios aus, sondern danach, ob ich dem Unternehmen neben dem Geld einen Mehrwert liefern kann und das Unternehmerteam den notwendigen Enthusiasmus für das Venture mitbringt.

VC Magazin: Aus welcher Motivation heraus engagieren Sie sich als Business Angel?

Friebe: Wir brauchen in Deutschland deutlich mehr Gründer. Ideen gibt es genug – aber gerade in den Ingenieurs- und Naturwissenschaften nur wenig Leute, die bereit sind, diese eigenverantwortlich umzusetzen. Einer der Hauptgründe ist die Unerfahrenheit und die Angst vor der Selbstständigkeit. Deshalb ist es wichtig, dass es erfahrene und glaubwürdige Personen gibt, die den Gründungswilligen dabei helfen, ihre Ideen in Geschäfte umzusetzen, und diese auch immer wieder mit Anregungen unterstützen.



Dr. Michael Friebe

Ich hoffe, dass der Entrepreneurship-Gedanke hierzulande deutlich gestärkt wird und bin sicher, dass Engagements wie die der Business Angels dazu einen großen Beitrag leisten können.

VC Magazin: Sie haben einen Investment-Schwerpunkt auf Medizintechnik. Welche Geschäftsmodelle in diesem Bereich sind zurzeit spannend?

Friebe: Ich glaube, ein Business Angel kann die beste Unterstützung leisten, wenn das Start-up in seinen fachlichen Erfahrungsschatz passt – bei mir ist das der Bereich diagnostische und interventionelle Medizintechnik. Dabei setze ich neben Hightech-Innovation zur Verbesserung der Diagnostik und Therapie auch auf innovative Dienstleistungsideen in diesem Bereich. Einsatz und selbstständiger Betrieb von neuen Systemen und Konzepten können hinsichtlich der Werthaltigkeit oft sogar interessanter sein als die Entwicklung und Vermarktung eines tollen neuen Produktes.

VC Magazin: Worauf legen Sie bei der Zusammenarbeit mit Gründerteams Wert?

Friebe: Mir ist es wichtig, dass zwischen den Teams und mir ein Verhältnis besteht, in dem nicht nur ein Part Geld gibt und der andere es annimmt. Idealerweise möchte der Gründer hören, was der Business Angel zu sagen hat – ohne allerdings den Zwang, dass auf den Input auch

gehört werden muss. Der Business Angel muss einen Mehrwert für das Unternehmen produzieren können, der Unternehmer muss den Investor freiwillig involvieren wollen. Wichtig dafür ist, dass der Angel nicht als großer Besserwisser auftritt, sondern Hilfestellung gibt. Beide Seiten sollten miteinander Spaß haben und sich gegenseitig respektieren!

VC Magazin: Was war die größte Schlappe, die Sie bislang als Investor einstecken mussten?

Friebe: Erst vor wenigen Tagen musste ich eine Investition begraben. Grund für das Scheitern war, was man eigentlich weiß, aber gelegentlich doch nicht beherzigt: Man sollte generell nie ausschliesslich in die tolle Technologie investieren, sondern in ein fähiges Managementteam, das eine gute Technologie mitbringt. Leider ist man als Ingenieur manchmal zu technikverliebt, so dass man dann doch investiert, obwohl man schon ahnt, dass es mit dem Team eigentlich nicht stimmt oder nicht klappen kann.

VC Magazin: Mit der Verleihung der Goldenen Nase will BAND öffentlichkeitswirksam auf die Bedeutung von Angels hinweisen. Wie beurteilen Sie das öffentliche Standing von Business Angels in Deutschland?

Friebe: Das Phänomen des Business Angels ist in der breiten Öffentlichkeit so gut wie gar nicht bekannt. Wenn überhaupt, werden Angels als reiche Individuen gesehen, die nicht wissen, wohin mit ihrem vielen Geld, und es deshalb verteilen. Das ist natürlich völlig falsch: Business Angels wollen ihre Erfahrung weitergeben und Jungunternehmern Starthilfe leisten und dabei das allerhöchste finanzielle Risiko tragen. Hier ist weitere Aufklärungsarbeit nötig.

Das gilt übrigens auch für die Wahrnehmung durch die institutionellen Frühphaseninvestoren: Die sehen den Angel häufig immer noch als denjenigen, der dankenswerterweise ein Risiko eingegangen ist, das sie selbst nicht hätten übernehmen wollen oder können. Wenn das Unternehmen dann eine Größe erreicht hat, die für Venture Capital-Gesellschaften interessant ist, wird der Angel leider viel zu häufig herausgedrängt. Hier würde man sich mehr Anerkennung und Unterstützung wünschen.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch! ■

susanne.glaeser@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Dr. Michael Friebe ist Serienunternehmer und Business Angel. Er war u.a. CEO der Alliance Medical GmbH, Gründer der Neuromed AG und der Tomovation GmbH und hat seit einigen Jahren einen Entrepreneurship-Lehrauftrag an der TU München. Als Business Angel ist er bislang acht Beteiligungen im Bereich der Medizintechnik eingegangen.



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

Was macht so ein Netzwerk eigentlich ganz konkret?

Mittler zwischen Gründernachfrage und Kapitalangebot

Am Anfang einer Unternehmensfinanzierung stehen meist das eigene Bankkonto und mutige Freunde und Familienmitglieder. In einer etwas späteren Phase investieren viele professionelle Kapitalgeber aus dem Venture Capital-Bereich dann bereits im Millionen-Euro-Bereich. Irgendwo dazwischen siedeln sich die meisten Business Angels an. Während der eine lieber alleine handelt, schließen sich andere zu Gruppen zusammen. Eine kleine fiktive Geschichte, die das Typische an Business Angels-Netzwerken einfängt, soll Gründern die Welt der Netzwerke näherbringen.

Onepager als Türöffner

Thorsten B., CEO des Start-ups, hat eine E-Mail bekommen. Er und seine Teamkollegen sind in zwei Wochen eingeladen, ihre Internet-Geschäftsidee vor den Mitgliedern

eines Business Angels-Netzwerkes zu präsentieren. Zur Bewerbung beim Netzwerk hatte das Team zuvor einen sogenannten Onepager, ein Formular mit den wichtigsten Informationen über das Geschäftsmodell, eingereicht.

Dieser Onepager war die Grundlage für die Entscheidung des Netzwerkes gewesen, „Core2cloud“ einzuladen. Nur in seltenen Fällen verlangt man dort den gesamten Businessplan. Die Entscheidung hatte eine Auswahlkommission des Netzwerkes getroffen, die die eingegangenen Onepager, auch den von Core2cloud, näher geprüft hatte. Aus einer größeren Zahl von Bewerbungen hatte die Kommission diejenigen für eine Präsentation ausgesucht, von denen sie glaubte, dass die Geschäftsidee für die Business Angels des Netzwerkes interessant sein könnte. Weil im Netzwerk mehrere Engel sind, die Erfahrungen mit Internetfirmen haben, und daneben auch andere bereit sind, in diesem Bereich zu investieren, war Core2cloud in die Vorauswahl gekommen. Zufrieden war die Kommission mit der Qualität und Aussagekraft der Informationen des Onepagers, gut war auch, dass das Team bereits Interneterfahrung nachweisen konnte und auch in kaufmännischer Hinsicht qualifiziert besetzt war. Der Investitionsrahmen von 500.000 EUR schien dagegen für die Business Angels des Netzwerkes, die eher 50.000 bis 100.000 EUR pro Deal investieren, recht hoch zu sein. Weil die Investitionen aber auf mehrere Jahre verteilt waren und die Mitglieder des Netzwerkes sich gerne oft zu mehreren engagieren, also sogenannte Syndikate bilden, wurde Core2cloud schließlich doch eingeladen.

Vom Businessplan zu Powerpoint

Bis zum Tag der Präsentation müssen Thorsten B. und seine Kollegen nun einen Vortrag mit Powerpoint erstellen. Basis des Vortrags bilden die wichtigsten Elemente des Businessplans. Ziel dieser Unternehmensvorstellung ist es, möglichst mehrere Engel von der Geschäftsidee zu begeistern und sie davon zu überzeugen, dass es sich auch finanziell lohnen könnte, in Core2cloud zu investieren. Insbesondere aber soll den Zuhörern Klarheit verschafft werden, ob sich mit dem Geschäftsmodell dauerhaft Geld

TIPP:

- Die in Deutschland vertretenen Business Angels-Netzwerke sind auf der BAND-Website – auf Wunsch nach Ländern sortiert – mit ihren Kontaktdaten gelistet und mit ihrer Homepage verlinkt.
- Start-ups können meist direkt auf der Website des Netzwerkes dessen Branchen- und Regionalfokus und dessen Angebote ansehen. Die Termine der Matching-Foren und deren Ablauf sind dort nachzulesen. Auch über eventuelle Kosten, z.B. Provisionen oder Auftrittsgbühren, kann man sich auf den Websites informieren. Neben Matching-Foren oder Internet-Matchings werden z.T. als (meist kostenpflichtige) Dienstleistungen auch Optimierung des Businessplans, Vorbereitung auf die Präsentation, Begleitung bei den Investorengesprächen und vor allem Qualifizierungsseminare und -workshops angeboten.
- Business Angels oder solche, die es werden wollen, finden ebenfalls auf diesem Wege die wichtigsten Informationen, etwa auch zur Organisationsform des Netzwerkes, zu Mitgliedsbeiträgen, zur Häufigkeit von Matching-Foren und zu den Aufnahmevoraussetzungen.

verdienen lässt und ob das Unternehmen wachstumsstark genug ist, um bei einem späteren Exit mit einem ordentlichen Gewinn herauszukommen.

Denn Business Angels sind zwar insofern „Zweiflüglige Engel“, als sie neben der Finanzierung dem jungen Unternehmen mit Rat, Tat und Netzwerkkontakten in der Zeit während der Beteiligung zur Seite stehen. Aber sie sind auch gute Geschäftsleute und wollen, wenn die Beteiligung wieder verkauft wird, aufgrund der inzwischen eingetretenen Wertsteigerung des Unternehmens möglichst viel Geld verdienen.

Präsentation mit Fragerunde

Am Tag der Präsentation treffen Thorsten B. und seine Kollegen noch auf drei weitere Teams, die ebenfalls eingeladen wurden. Bereits vor dem Termin sind den Start-ups die wichtigsten Daten der teilnehmenden Business Angels übermittelt worden. Für die Vorstellung der Geschäftsidee hat jedes Team zehn Minuten Zeit, die unbedingt eingehalten werden sollen. Bei der anschließenden Frageunde merkt Thorsten B. sehr schnell, dass die Business Angels etwas vom Thema verstehen. Da ist es gut, dass auch der CFO des Teams dabei ist, der erklären kann, wofür und in welchen Jahren die Investition benötigt wird. Genau wissen wollen die Engel auch, wie der Stand der Entwicklung ist, ob es große Partner gibt, mit denen zusammengearbeitet wird, welche konkurrierenden Internetunternehmen es gibt und ob es sich bei der Geschäftsidee um ein Copycat handelt.

Networking und Einzeltreffen im Nachgang

Nachdem alle Präsentationen durch sind, kommt man noch zum Networking zusammen. Thorsten B. hat sich anhand der vorher übersandten Liste der teilnehmenden Business Angels die internetaffinen unter ihnen – es waren auch die, die die meisten Fragen gestellt hatten – herausgesucht und sie direkt und ohne Scheu angesprochen. Zwei der Engel zeigen sich tatsächlich interessiert und verabreden sich mit dem Core2cloud-Team zu einem weiteren Treffen. Hier werden zunächst noch einmal der Businessplan und das Geschäftsmodell genau abgeklopft. Dabei wird Thorsten B. klar, dass Engel A schon große Beteiligungserfahrung hat, während Engel B vor allem Internetkenntnisse mitbringt, sich aber noch nie als Business Angel betätigt hat und erst vor Kurzem dem Netzwerk beigetreten ist.

Beim nächsten Treffen soll es dann um die Due Dilligence gehen und es sollen erste Überlegungen zur

Wertermittlung des Unternehmens angestellt werden. Mit diesen Themen hatten sich Thorsten B. und seine Kollegen noch nie befasst. Deswegen melden sie sich zu Workshops an, die das Netzwerk zu Fragen rund um den Komplex Beteiligungsfinanzierung durchführt. Zu ihrem Erstaunen treffen sie dabei auch Engel B wieder, der offenkundig ebenfalls noch mehr Kenntnisse in diesem Bereich vermitteln haben möchte. Gerade die Diskussion der Probleme aus der Sicht beider Seiten eines Beteiligungsgeschäfts im Rahmen des Workshops erweist sich jedoch als sehr hilfreich.

Ein vorläufiges gutes Ende ...

Letztlich führt aber doch der Erstkontakt mit den Engeln A und B zum Erfolg. Dazu trägt auch bei, dass von Anfang an alle Beteiligten das Gefühl hatten, sich gut zu verstehen. Trotz mancher Meinungsverschiedenheiten – so setzt Engel A in schwierigen Gesprächen mit dem Team um Thorsten B. durch, dass der Investitionsbedarf reduziert wird – kommt es zum Abschluss. A und B investieren jeweils 50.000 EUR und erhalten 5% Anteil am Unternehmen, und dank der Kontakte von A kann noch ein Seed-Fonds ins Boot geholt werden, um die gesamte Finanzierung abzusichern. ■

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.

Mehr Deals bei stärkerer Zurückhaltung

Early Stage-Investoren sind 2011 aktiver und schweigsamer

Ein Plus von gut 15% an Erstrundenfinanzierungen, aber ein Rückgang um 16% bei Informationen zu den finanziellen Details: Die Investoren aus dem deutschsprachigen Raum zeigten sich zwischen Dezember 2010 und September 2011 aktiver, aber auch schweigsamer als noch vor einem Jahr. Leichte Verschiebungen gab es auch bei den finanzierten Branchen, wie sich aus den veröffentlichten Deal-Meldungen herauslesen lässt.

Software und Internet dominieren

Als einzelne Gruppe haben sich junge Unternehmen aus dem Segment Software bzw. Software as a Service an die Spitze geschoben, wenn es um Transaktionen mit deutschsprachigen Investoren geht, die zwischen Dezember 2010 und September 2011 im Deal-Monitor des VentureCapital Magazins veröffentlicht wurden. Mit einem Anstieg um sechs Prozentpunkte auf rund 19% bzw. zehn von 53 Transaktionen liegt dieser Sektor knapp vor den Branchen Internet und E-Commerce, auf die neun bzw. acht Finanzierungen entfielen. Wie im Vorjahr hat dieses Duo aber erneut mit

einem Drittel der Deals die größte Aufmerksamkeit der Kapitalgeber auf sich gezogen. Ein spürbarer Anteil entfiel ebenfalls auf das Dreigespann Biotechnologie, Medizintechnik und Life Sciences, für das 14 Deals gezählt wurden. Nur einzelne Finanzierungen gab es dagegen u.a. in den Bereichen Segelbekleidung, Speiseeis oder Veranstaltungsmanagement. Die explizit als Transaktionen des High-Tech Gründerfonds ausgewiesenen Kapitalspritzen sind in dieser Kohorte nicht enthalten und wurden separat erfasst.

Besonders mitteilssam: Schweizer Investoren

Wurden im Vorjahr bei sieben Deals weniger noch in 26 Fällen finanzielle Details zu den jeweiligen Transaktionen veröffentlicht, sank dieser Wert um ca. 16% bzw. vier Fälle auf 22 Deals. Das bedeutet, dass sich die Investoren in 59% aller Erstrundenfinanzierungen lieber bedeckt hielten. Dann gab es neun Runden mit eher vagen Details, was weiteren 17% entspricht: Insgesamt hieß es sechsmal „sechstellig“ (davon je einmal mittel und hoch), einmal „siebenstellig“ und zweimal etwas präziser „ca. 1 Mio. EUR“. In den ver-

ERSTRUNDEN-FINANZIERUNGEN MIT DEUTSCHSPRACHIGEN AKTEUREN UND ANGABEN ZUR HÖHE (DEZ. 2010 BIS SEPT. 2011)

Name	Branche	Investoren	Volumen
Activaero	Medizintechnik	u.a. BioMedPartners, VI Partners, MedVenture Partners	5 Mio. EUR
Anergis	Biotechnologie	u.a. Vinci Capital, BioMedPartners	18 Mio. CHF
BioVersys	Biotechnologie	u.a. EVA – the Basel life science start-up agency	2,5 Mio. CHF
CE aerosol-technics	Lack-Sprühsysteme	Cresces Engineering	mittlerer sechstelliger Betrag
Covagen	Biotechnologie	u.a. Novartis Venture Fund	6,3 Mio. CHF
Credentis	Biotechnologie	u.a. Zürcher Kantonalbank via Venture-Fonds Pionier, StartAngels Network	2,36 Mio. CHF
Curetis	Molekulardiagnostik	CD-Venture, aeris Capital, LSP Life Science Partners, BioMedPartners, KfW Bankengruppe via ERP-Startfonds	4,5 Mio. EUR*
Cynora	Optoelektronik	u.a. MIG, KfW Bankengruppe via ERP-Startfonds	3 Mio. EUR
Delenex Therapaeuticals	Biotechnologie	u.a. BioMedPartners, VI Partners	16,7 Mio. CHF
Easystores	Online-Multishop	Media Venture	sechstellig
Fastforward RSA	Internet	u.a. Holtzbrinck Ventures, Hanse Ventures BSJ	sechstellig
Flightright	Internet	u.a. BFB Frühphasenfonds Brandenburg	1 Mio. EUR
Heliocos	Dentaltechnik	u.a. KfW Bankengruppe via ERP-Startfonds, MBG Baden-Württemberg	ca. 1 Mio. EUR
HouseTrip	Online-Reiseportal	Index Ventures	2,7 Mio. USD
Iversity	Software as a Service	bmp media investors, BFB Frühphasenfonds Brandenburg	ca. 1 Mio. EUR
Lieferheld	Online-Lieferservice-Plattform	Tengelmann E-Commerce, Holtzbrinck Ventures, Team Europe Venture	5 Mio. EUR
Maria	Internet	K5 Holdings	sechstellig
Me2me	Software	u.a. Credit Suisse via SVC, Swisscom Ventures	2,15 Mio. CHF
Menschmaschine Publishing	Software	Eastlake Beteiligungsgesellschaft	sechstellig
Palabea e-Service	Sprachlernplattform	Investitionsbank Berlin via Pro FIT	siebenstellig
Sapiens Steering Brain Stimulation	Medizintechnik	u.a. Wellington Partners, Life Science Partners	13 Mio. EUR
Yourvideocard	Onlineshop/Plattform	DuMont Venture, CFP & Founders Investment	hoher sechstelliger Betrag

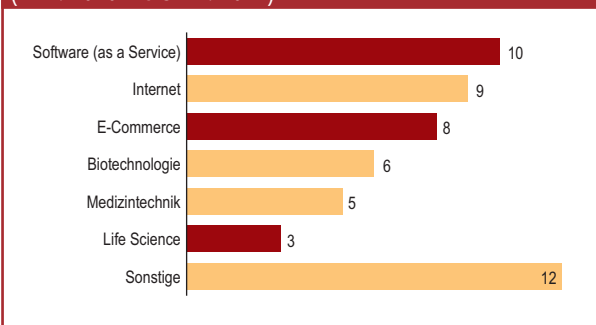
* Aufstockung 1. Finanzierungsrunde
Quelle: Deal-Monitor des VentureCapital Magazins

bleibenden 13 Fällen entschieden sich die Kapitalgeber aber für konkrete Angaben. Die höchsten Summen einer Series A-Finanzierung sammelten dabei die Schweizer Biotech-Unternehmen Anergis und Delenex Therapeutics, die von internationalen Konsortien 18 bzw. 16,7 Mio. CHF erhielten. Die höchste Summe in Euro ging mit 13 Mio. EUR an die deutsch-niederländische Gesellschaft Sapiens Steering Brain Stimulation. Am unteren Ende der Skala steht das Internetunternehmen Flightright, das u.a. vom BFB Frühphasenfonds Brandenburg 1 Mio. EUR überwiesen bekam. Auffällig ist die Mitteilungsfreude der Schweizer Kapitalgeber: In neun der 13 Fälle waren Investoren aus dem kleinen Alpenstaat mit an Bord.

Stets aktiv: der High-Tech Gründerfonds

Zwischen Dezember 2010 und September 2011 wurden insgesamt 17 Erstrundenfinanzierungen separat unter dem Label des High-Tech Gründerfonds erfasst (fünf weniger als vor einem Jahr). Anders als seine vorwiegend privat finanzierten Pendanten zeigt sich der Bonner Investor aber auskunftsfreudig bei der Höhe der jeweiligen Transaktionen – in zwei Dritteln der Fälle wurden Angaben veröffentlicht. Mit Protectimmun (Life Sciences), Saperatec (Recycling) sowie Transcatheter Technologies und Natural Dental Implants (Medizintechnik) übersprangen dank Side-Investoren vier Start-ups die Hürde von 1 Mio. EUR. Acht weitere Deals bewegten sich im sechsstelligen Bereich,

ERSTRUNDEN-FINANZIERUNGEN NACH BRANCHEN
(DEZ. 2010 BIS SEPT. 2011)*



* ohne Erstrunden-Finanzierungen des High-Tech Gründerfonds
Quelle: Deal-Monitor des VentureCapital Magazins.

lediglich fünfmal wurde Vertraulichkeit vereinbart. Nach Branchen aufgeteilt stehen Software (as a Service) und Medizintechnik mit je vier Transaktionen an der Spitze. Die restlichen neun Finanzierungen verteilen sich u.a. auf Cleantech, Internet und Life Sciences. Auch wenn der aktuelle High-Tech Gründerfonds weitgehend ausinvestiert ist, dürfen hiesige Gründer weiterhin auf eine Kapitalspritze aus Bonn hoffen: Nachdem die zweite Auflage schon im Koalitionsvertrag der Bundesregierung vereinbart wird, folgt bald die offizielle Umsetzung, wie auch Staatssekretär Ernst Burgbacher schon verkündet (siehe S. 8–11). ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Anzeige



Fertig zum Durchstarten?



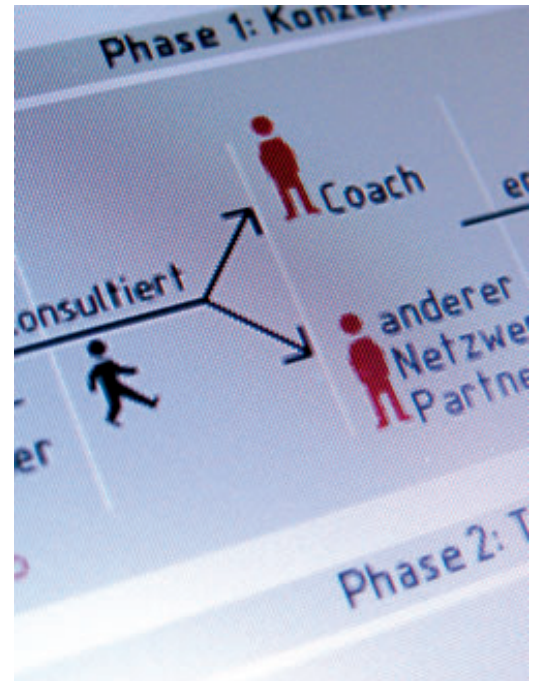
Gemeinsam stark mit Koinvestoren

High-Tech Gründerfonds belegt den Erfolg von Kooperationen

Konstruktiv und kooperativ – dies ist die Basis des partnerschaftlichen Ansatzes, von dem mittlerweile 241 Portfoliounternehmen des High-Tech Gründerfonds profitieren. Die in Bonn ansässige Gesellschaft arbeitet eng mit Partnern zusammen – sowohl auf der Kapitalsseite als auch im Bereich Know-how-Transfer. Welchen Mehrwert diese Kooperation für die Hightech-Branche schafft, zeigt sich u.a. daran, dass nach einer Anschubfinanzierung durch den Fonds in Summe mehr als 370 Mio. EUR zusätzliches Kapital in die Start-ups geflossen sind.

Business Angels als Side-Investoren

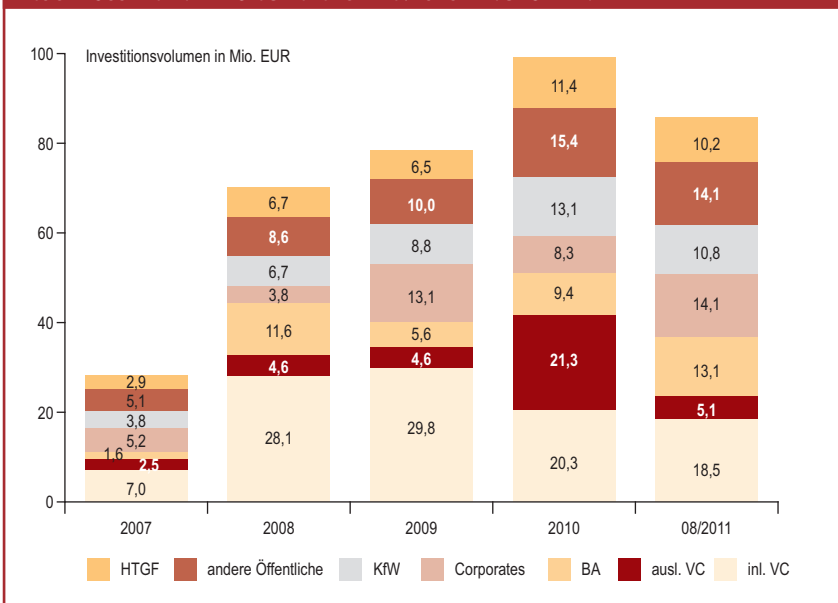
Die EKG-Geräte der Capical GmbH funktionieren nicht nur kabellos, sondern auch ohne Kontaktspray oder -gel. Gerade bei einem akuten Herzinfarkt sparen die von dem Braunschweiger Start-up entwickelten Innovationen Sekunden, die über die Zukunft des Patienten entscheiden können. Die neuartige Elektrodentechnologie und die Marktresonanz sind die zentralen Gründe dafür, dass neben dem High-Tech Gründerfonds auch der in Medizintechnik erfahrene Privatinvestor Klaus Würtenberger in das Unternehmen investiert hat. Zusätzlich zur Capical ist der badische Unternehmer unter anderem an einem weiteren Portfoliounternehmen des Fonds beteiligt: Die Cortec



Laufendes Netzwerk: Mit Hilfe von Coaches und anderen Partnern gelingt es vielen Start-ups, den Markteintritt erfolgreich zu meistern.

GmbH entwickelt eine Technologieplattform für die Messung und Interpretation von Gehirnsignalen. Würtenberger unterstützt das Spin-off aus der Universität Freiburg mit Kapital und operativ als Mitglied der Geschäftsleitung. „Er stellt damit ein gutes Beispiel für einen typischen Business Angel und Side-Investor dar, mit denen wir gerne und eng zusammenarbeiten“, sagt Claudia Raber, Senior Relationship Managerin beim High-Tech Gründerfonds.

ANSCHLUSSFINANZIERUNGEN NACH INVESTORENGRUPPEN



Quelle: High-Tech Gründerfonds

Angels verleihen auch den Gründern Flügel

Wie wichtig die „Engel“ für den Start-up-Bereich sind, belegt neben dem vielfach aktiven Know-how-Transfer die Statistik: Über 40 Mio. EUR haben Business Angels bis dato in das Hightech-Portfolio des Frühphasenfinanzierers investiert, alleine 13 Mio. EUR davon im laufenden Jahr. Gerade in der ersten Runde, der Seed-Runde, spielen die Business Angels eine zentrale Rolle: Lediglich 99 Erstfinanzierungen hat die Gesellschaft aus Bonn alleine gestemmt, bei 144 Erstfinanzierungen sind bereits von Anfang an weitere Partner an Bord. Hierzu zählen in vielen Fällen auch regionale öffentliche Investoren, mit denen der Fonds Kooperationen geschlossen hat.

Dazu gehören u.a. der Seedfonds Bayern, der aktuell an 35 Portfoliounternehmen des High-Tech Gründerfonds beteiligt ist, oder die NRW.Bank.Seed Fonds mit insgesamt sechs gemeinsamen Beteiligungen. Dabei haben die Side-Investoren entweder einen Beitrag zum vorgegebenen Eigenanteil des Gründers geleistet (50.000 EUR in den neuen und 100.000 EUR in den alten Bundesländern) oder zusätzliches Kapital in das Unternehmen eingezahlt und somit die Startposition für das junge Unternehmen verbessert. Auch für die Business Angels lohnte sich das Modell, bemerkt Raber: „Bei einer Direktbeteiligung von 50.000 bis 100.000 EUR bekommen sie in der Regel 5 bis 10% Unternehmensanteile und partizipieren somit am Erfolg.“

Abweichungen möglich

In ausgewählten Fällen hat der High-Tech Gründerfonds die Möglichkeit, von seinem Standardmodell (15% Gesellschaftsanteile für ein Nachrangdarlehen in Höhe von 500.000 EUR) abzuweichen und im Rahmen einer Pari-Passu-Lösung zu den Konditionen eines anderen Investors einzusteigen. Die maximale Summe, die der Fonds in ein Unternehmen investieren kann, wurde im vergangenen Jahr von 1 auf 2 Mio. EUR erhöht. Zusammen mit externem Kapital können somit auch Unternehmen mit hohem Kapitalbedarf adäquat finanziell ausgestattet werden.

Mitinvestoren profitieren von schlanken Prozessen

Da der High-Tech Gründerfonds bei seinen Beteiligungen die Lead-Funktion übernimmt, können die Mitinvestoren neben dem Zugang zu einer „Best of-Auswahl“ junger deutscher Technologieunternehmen weitere Vorteile genießen. Basierend auf der mehrjährigen Erfahrung des Teams sowie aus der Sichtung von mittlerweile fast 5.000 Finanzierungsanfragen hat der Fonds einen standardisierten Prozess entwickelt und ein stetig wachsendes branchenübergreifendes Netzwerk aufgebaut. Konkret profitieren alle Investoren u.a. „von den schlanken und erprobten Prozessen im Rahmen der Due Diligence, von dem Netzwerk hochkarätiger technischer Gutachter, der Strukturierung des Geschäftsvorhabens, dem Standardvertragswerk, dem Organisieren von Anschlussrunden oder auch dem Krisenmanagement“, zählt Raber auf. Der High-Tech Gründerfonds stellt als Lead-Investor gewissermaßen eine Grundversorgung sicher, auf deren Basis sich die Side-Investoren gemäß ihrer inhaltlichen Präferenzen und zeitlichen Möglichkeiten in das Portfoliounternehmen einbringen können. „Der High-Tech Gründerfonds ist ein Kristallisationspunkt in der deutschen Gründerlandschaft und damit eine wichtige Quelle für meine Beteiligungen“, so die Einschätzung von Eckard Wohlgehausen, Business Angel des Jahres 2006, der aktuell fünf gemeinsame Investments mit dem Fonds hält.



Eckard Wohlgehausen,
Business Angel

Mehrwert durch Coaches...

„Wir beim High-Tech Gründerfonds haben uns das klare Ziel gesetzt, die Gründerteams bestmöglich zu unterstützen“, gibt Raber die Route ihres Hauses vor. Wichtigen Support bieten dabei die mehr



Claudia Raber,
High-Tech Gründerfonds

als 80 Coaches, die der Fonds nach einem ausgefeilten Auswahlprozess aussucht. Die Experten kommen aus den unterschiedlichsten Bereichen. Die meisten waren selbst Unternehmer und bieten hierauf basierend maßgeschneiderte Managementunterstützung. Dies ist vor allem bei den Teams hilfreich, die gewisse unternehmerische Kompetenzen erst aufbauen müssen. Hier können erfahrene Coaches wichtige Aufgaben, zum

Beispiel im Bereich Vertrieb oder beim Aufbau skalierbarer Unternehmensstrukturen, übernehmen und somit das Management entlasten. Einige Coaches investieren ihr Honorar und/oder zusätzliches Kapital in die Unternehmen. Ein bedeutender Beitrag vieler Coaches stellt auch das Einbringen von Geschäftsbeziehungen zu Kunden oder Kooperationspartnern dar. Dies ist besonders hilfreich für Gründer, die den Markteintritt noch vor sich haben.

... und Corporates

Sinnvoll für alle jungen Technologieunternehmen sind Side-Investments von bzw. Kooperationen mit Corporates, die der Fonds aktiv forciert. So bietet die Anfang Februar 2012 zum dritten Mal stattfindende High-Tech Partnering Conference die Möglichkeit zu einem Matching mit maßgeblichen Industrievertretern. Dies ist besonders hilfreich, da eine Konzernbeteiligung Türen öffnen kann, die sonst verschlossen bleiben. Zudem können Start-ups dann die Vertriebs- und Kommunikationskanäle des Konzerns nutzen und von der Infrastruktur sowie dem Know-how des Industrieunternehmens profitieren. Nicht zuletzt sind die Konzerne selbst die wichtigsten Kunden, Lieferanten oder auch Finanziere.

Fazit:

Um die Wertsteigerung des Start-ups sicherzustellen, sollten allerdings alle Beteiligten darauf achten, dass der Know-how-Zuwachs im Start-up entsteht und nicht verloren geht. Es müssen klare Vereinbarungen über Patente und Exit-Regeln getroffen werden. Auch in diesem Bereich verfügt der High-Tech Gründerfonds über zahlreiche Erfahrungen, die angesichts einer kontinuierlich wachsenden Exit-Pipeline in Zukunft weiter zunehmen werden. ■

David Müller
redaktion@vc-magazin.de

Risikominimierung bei der frühen Kommerzialisierung von Hochtechnologie

Viele Herausforderungen – professionelle Lösungen

Bei der Entwicklung von Hochtechnologie-Ideen in marktfähige Produkte lauern zahlreiche Stolpersteine. Der erste: Wie entwirft man überhaupt ein disruptives Produkt? Daran schließen sich vielerlei Fragestellungen und Herausforderungen an – doch erstaunlich simple Ansätze können zu professionellen Ergebnissen führen.

Hightech und Spaß dabei

Diejenigen unter uns, die Hochtechnologie nicht mit Internet gleichsetzen, wissen: Das fasst der Otto Normalinvestor nur mit spitzen Fingern an – bei Biotechnologie weiß wenigstens jeder, dass man als VC ein Hasardeur ist, und auch der Internet-Investor weiß, es ist (meist) wie im Lotto: „The winner takes it all.“ Die in der Komplexität irgendwo dazwischen angesiedelte Hochtechnologie erscheint gleichzeitig langweilig und mit vielen Untiefen behaftet – aber Moment: So langweilig kann das ja aus Kundensicht nicht sein. Während wir im Internet über den 125. Schuhsalon mit Sozialfunktion stöhnen, freut sich der erfolgreiche Gründer über seinen Supersportwagen, der auch bei 300 km/h noch einmal Formel-1-mäßig durchzieht, der Besitzer eines Smartphones, der mit seiner Frau am anderen Ende der Welt mobil „video-skyped“ – eine Technologie die trotz Ursprüngen in den 30ern von einem Unternehmen konkurrenzlos zum Massenprodukt gemacht wurde – und der Gesundheitsbewusste, der sich morgens auf seine Internetwaage stellt und alles auf dem iPad analysiert bekommt. Die Liste der „Gadgets“, die Spaß machen und/oder nützlich, bisweilen unentbehrlich

bei der Arbeit und für Prozessabläufe sind oder als Komponenten in anderen Produkten verbaut werden, lässt sich beinahe unbegrenzt fortsetzen. Wie man damit Geld verdient, scheint man sich jedenfalls bei dieser Produktkategorie nicht fragen zu müssen; oft genug ist das den komplexen und proprietären Technologien im Hintergrund geschuldet.

Aus dem Labor zum „second use“

Woher kommen denn Hochtechnologien? Meistens aus dem Labor – und wenn diese nicht wie in der Industrie zielgerichtet und inkrementell zur Produktverbesserung entwickelt wurden, werden die Basistechnologien oft zufällig „zweckentfremdet“ und häufig auch kombiniert mit weiteren Basistechnologien einem „second use“ zugeführt, der dann oft zum ersten Mal Cash generiert. Bekannte Beispiele sind: „Heatpipes“, ursprünglich entwickelt zum Temperatenausgleich bei Satelliten im Weltall, unverzichtbar bei modernen Desktop-Computern mit hochgetakteten CPUs, der Mikrowellenherd als Abfallprodukt der Luftverteidigung und die Wellenfrontkorrektur bei der LASIK Augenchirurgie, eine Methode aus der frühen Astronomie.

Industrial Engineering plus zwei Faktoren

Aber kann das überhaupt ein erfolgreicher Fall für ein Start-up, und noch mehr für einen Start-up-Investor sein? Sicher kein Fall für Amateure – viele Herausforderungen, aber auch professionelle Lösungen; hier einige der wichtigsten:

Herausforderung	Lösung
Wie entwirft man ein disruptives Produkt?	Ingenieure und Marktin Insider zusammenbringen, brainstormen und „outside the box“ denken lassen.
Wie entwickelt man eine Technologie möglichst ohne Umwege so, dass das Produkt die Kundenbedürfnisse optimal erfüllt?	Strukturierte und systematische Dekomposition der technologischen Leistungsparameter und deren Relevanz für den jeweiligen Kunden, Detailbedürfnisse unter gleichzeitiger Berücksichtigung anderer Marktgegebenheiten wie Konkurrenzangebot, Wachstumsmöglichkeiten etc.
Wenn das Produkt noch nicht funktioniert, wie kann man dann Feedback vom Markt bekommen?	Auf Basis eines Mock-ups Kundenfeedback einholen und dem Kunden bereits jetzt das Produkt verkaufen („sell short, buy long“).
Verdirbt die frühe Professionalisierung nicht die ganze gute Start-up-Laune?	Wenn sich dieses Gefühl einstellt, sollte man entweder die eigenen „Leistungsparameter“ überprüfen oder sich einen weniger anspruchsvollen Investor suchen.
Wann weiß man als Seed-Investor in Hochtechnologie-Start-ups, wann man den Stecker ziehen muss?	Mit Open-Source-Software und 250.000 EUR das Internet antesten geht bei industriellen Produkten meist nicht. Um die proprietären Eigenschaften herauszuarbeiten und mit einem ersten Kunden zum Produkt zu entwickeln, sind ganz schnell 2 Mio. EUR weg. Dann sollten sich aber spätestens im Plan B Anschlusskunden gefunden haben, was dann oft weitere 1–2 Mio. EUR verschlingt. Um das guten Gewissens durchstehen zu können, sollte man sich in der Due Diligence einen sehr guten Lookahead verschafft haben.
Wie soll das Gründerteam neben den ganzen Start-up-Herausforderungen auch noch die ganzen industriellen Prozesse lernen?	Gar nicht. Wenn jemand im Team der geniale Ideengeber und Rapid-Prototyper ist, dann soll derjenige auch nur das machen – für den Rest muss man sich Profis von außen holen.

Die Lösungen sind zugleich das kleine Einmaleins des Industrial Engineering in Kombination mit einem gesunden kaufmännischen Verstand und unternehmerischer Einstellung – in der Start-up-Realität leider zu oft nicht gegeben und zuallererst vom Investor geschuldet, weswegen viele Produkte erst im Prozess der Mehrfach-Insolvenzveredelung reifen und jede Menge geläuterte Hobby-Investoren zurücklassen.

Fazit:

Hochtechnologie-Start-ups haben in unseren hoch entwickelten innovationsdynamischen Volkswirtschaften einen ganz besonderen Stellenwert und sind daher aufgrund ihres solitären Charakters ganz besonders attraktive Investitionsobjekte – wenn man die zugrunde liegenden operativen Prozesse beherrscht. ■

Zum Autor



Dr. Bernd Geiger ist Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter der Triangle Venture Capital Group Management GmbH. Die Gesellschaft hat sich auf Ausgründungen aus Universitäten und Forschungseinrichtungen spezialisiert.

Anzeige

unternehmertum
Center for Innovation and Business Creation at TUM

Nur bei uns!



Technologien

+



Talente

+



Venture Capital

UnternehmerTUM, das Zentrum für Innovation und Gründung an der TU München, verbindet Talente, Ideen, Kapital und Märkte. Jährlich begleitet UnternehmerTUM über 20 Start-up- und Spin-off-Teams bei der Gründung und beim Aufbau ihres Unternehmens. Der UnternehmerTUM-Fonds bietet Kapital für die Frühphase junger Unternehmen mit innovativen Technologien und überzeugenden Geschäftsmodellen.

www.unternehmertum.de

„Wir erwarten ein Marktpotenzial ab 250 Mio. EUR“

Interview mit Waldemar Jantz, Partner bei Target Partners

Üblicherweise wandelt sich bei Venture Capital-Investoren mit der Zunahme der verwalteten Mittel auch der Investitionsschwerpunkt. Target Partners dagegen investiert trotz über 200 Mio. EUR im Portemonnaie weiterhin auch in der Seed-Phase. Im Interview verrät Waldemar Jantz u.a., wie deutsche Gründer auch in der ganz frühen Phase überzeugen, wo sie zu den Technologieführern gehören und welche Technologie überschätzt wird.



Waldemar Jantz

VC Magazin: Wie können Sie ein Unternehmen von einem Investment überzeugen, wenn es erst eine Idee oder einen Prototyp gibt?

Jantz: In einer so frühen Phase erwarte ich ein Alleinstellungsmerkmal als Grundvoraussetzung. Dann schaue ich mir an, ob das Konzept realistisch ist und sich mit den Mitteln einer Venture Capital-Finanzierung umsetzen lässt. Außerdem muss das Marktpotenzial groß genug sein – größer als 250 bis 300 Mio. EUR in Deutschland oder in Europa.

VC Magazin: In welchen Sektoren gehören deutsche Gründer zu den Technologieführern?

Jantz: Wir waren im Cleantech-Sektor lange Zeit führend und sind es wahrscheinlich immer noch. Aber die Asiaten, und hier vor allem die Chinesen, holen massiv auf. Außerdem liegen deutsche und europäische Gründer im mobilen Sektor vorne. In vielen anderen Branchen hinken wir dagegen hinterher, was besonders im Consumer Internet offensichtlich wird. Zu viele Gründer kupfern schlicht von US-Vorbildern ab. Wenn es aber um Online-Gaming geht, sind wir international im Spitzenfeld zu finden.

VC Magazin: Wie stellt sich in diesen Sektoren derzeit das Bewertungsniveau dar, das Gründer fordern – und Investoren zahlen?

Jantz: Ich denke, dass es quer über alle Technologiefelder einen klaren Trend gibt. In sehr frühen Phasen sind die Gründer noch etwas forsich in ihren Vorstellungen. Später sind die Vorstellungen relativ ausgeglichen. Investoren wie Gründer wollen stets gute Deals umsetzen, dennoch wissen beide Seiten, dass es nach oben wie nach unten bestimmte Grenzen gibt. Gründer brauchen ausreichend Anteile, um weiterhin motiviert zu sein, und Investoren brauchen für ihren Kapitaleinsatz ebenfalls einen gewissen Anteil, um ein angemessenes Renditepotenzial heben zu können.

VC Magazin: Welche Technologie wird derzeit von Gründern wie Investoren überschätzt?

Jantz: In Deutschland wird so wenig in der frühen Phase investiert, dass ich diese Gefahr nicht sehe. Vielmehr müsste hierzulande eine deutlich höhere Summe investiert werden. Allerdings überschätzen manche Akteure das Potenzial im Bereich Consumer Internet und lassen sich von der Präsenz von Facebook blenden. Ich denke, dass hier mittelfristig der Sinn für die Realität einkehren wird, wie es schon im Cleantech-Sektor der Fall war.

VC Magazin: Sie befinden sich derzeit genau in der Mitte von zwei Fundraising-Zyklen und können sich ganz auf Investments fokussieren. Wie nutzen Sie die Zeit?

Jantz: Wir werden überflutet von interessanten Konzepten, die hauptsächlich aus den vier Feldern Consumer Internet, Gaming, mobile Applikationen und Cleantech stammen. Im Bereich Cleantech fallen aber Anfragen aus dem Hardware-Bereich direkt durch das Raster – wir schauen uns hier lieber intelligente Konzepte an, die beispielsweise durch Software die Effizienz im Stromverbrauch erhöhen. Darüber hinaus halte ich es für wahrscheinlich, dass wir in den kommenden zwölf bis 18 Monaten unsere Schlagzahl von üblicherweise zwei bis drei Deals pro Jahr verdoppeln.

VC Magazin: Vielen Dank für das Interview, Herr Jantz! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Waldemar Jantz ist Partner bei Target Partners. Er verfügt über fast 30 Jahre Branchenerfahrung, die er in Deutschland und den USA sammelte. Mit 225 Mio. EUR gehört Target Partners zu den führenden Early Stage Venture Capital-Gesellschaften in Deutschland. Die Gesellschaft finanziert junge Firmen beim Start-up und in der Frühphase mit Wagniskapital und unterstützt sie während ihrer Entwicklungs- und Expansionsphase.

Hier entsteht Zukunft



HOTSPOT FÜR LIFE SCIENCE- UNTERNEHMENSGRÜNDER

- Auf 25.000 m² moderne Büros und Labore (S1&S2)
- Kreatives Umfeld in direkter Nachbarschaft
(zwei Elite-Universitäten LMU, TUM, MPIs, Klinikum Großhadern, u.v.m.)
- Geografische Heimat für über 50 BioTech Firmen
- Über 100 Firmengründungen seit 1995
- Schnelle, unkomplizierte Lösungen
- Enge Kontakte zu Investoren
- Effizientes Netzwerk
- Attraktive Konferenzräume auch für Externe
- Vor Ort: Chemieschule Elhardt, Kita BioKids,
Café Freshmaker (IZB Martinsried), Versuchsgewächshaus (IZB Weihenstephan)



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

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

wir sind
aktiver Partner im
**CLUSTER
BIOTECHNOLOGIE**
BAYERN

www.izb-online.de

Unsere Mieter:

4SC AG (DD) · Adriacell SpA (DD) · AMSilk GmbH (P) · amYmed GmbH (DS) · Bayerische Gewebekbank 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 GmbH (DS) · Coriolis Pharma (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) · Exosome Diagnostics GmbH (DS) · Fresenius Biotech GmbH (DD) · FROST LIFESCIENCE (DS/S) · ibidi GmbH (DS) · Kinaxo Biotechnologies GmbH (DD) · Leukocare AG (DS) · MenloSystems GmbH (I) · NanoScape AG (P) · Octapharma Biopharmaceuticals GmbH (DD/DS) · Omegamatrix GmbH (DS) · origenis GmbH (DD/DS) · Patentquadrat Patentanwaltskanzlei (S) · Prionics Deutschland GmbH (S) · Proteros biostructures GmbH (P/S) · quattro research GmbH (DD/DS) · R&D Biopharmaceuticals GmbH (DD/DS) · RSA Consulting GmbH (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 (VC) · aromaLAB AG (S) · ATRES engineering biogas (S) · Euroderm GmbH (P) · GENidee · gimbio mbH (P/S) · 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) · CEM Chemieschule Dr. Elhardt GmbH · Café Freshmaker · Kindertagesstätte BioKids

DD = Drug Discovery · DS = Diagnostic Services · I = Instruments · IT-S = IT-Services · S = Services · VC = Venture Capital · P = Products

Stand: September 11

Standortgenaue Werbekampagnen

Madvertise Mobile Advertising GmbH: Werbung im mobilen Internet

Smartphones und Tablet-PCs sind die Statussymbole von heute, wer auf sich hält, spielt mit Apps und Co. Und das weiß auch die Werbebranche für sich zu nutzen. Ganz vorne dabei ist Madvertise, ein smartes Start-up aus Berlin, das zum europäischen Marktführer im Bereich Mobile Performance Advertising aufsteigen will. Für Wind unter den Flügeln sorgt dabei auch Earlybird Venture Capital.

„Leidenschaft für das mobile Internet“

2008 hob ein bunt gemischtes Gründerteam das Unternehmen Madvertise Mobile Advertising GmbH aus der Taufe – bestehend „aus jungen, dynamischen Technologen und dem etwas kühleren Betriebswirt in meiner Person“, wie CEO Carsten Frien erläutert. „Uns einte sofort die Leidenschaft für das mobile Internet“, erinnert er sich an die erste Begegnung. Für die Seed-Finanzierung fanden sich schnell einige Business Angels und die Venture Capital-Gesellschaft Team Europe Ventures, die gemeinsam etwa 300.000 EUR bereitstellten.

Streuverluste minimieren

Denn die Madvertise-Geschäftsidee und -Technologie überzeugen. „Wir bieten im Grunde nur ein Produkt an – mobile Werbekampagnen“, fasst CEO Frien zusammen. Madvertise kann mit seinem in Europa bisher einzigartigen Location Based Advertising bis auf 50 Meter zielgenau Werbebanner und Apps auf mobile Endgeräte senden. Befindet man sich etwa mit seinem iPhone gerade am Flughafen, erscheint dank GPS-Signal des Gerätes beispielsweise Bannerwerbung für Mietautos auf dem Smartphone. Frien: „Mit unserer Werbung in Abhängigkeit vom Standort lassen sich die Streuverluste extrem minimieren.“ Vor allem Kunden aus der Reise-, Automobil- sowie der Telekommunikationsbranche haben diese Werbung bereits für sich entdeckt.

KURZPROFIL MADVERTISE MOBILE ADVERTISING GMBH	
• Vision:	europäische Marktführerschaft im Bereich Mobile Performance Advertising
• Gründungsjahr:	2008
• Unternehmenssitz:	Berlin
• Mitarbeiterzahl:	55
• Umsatz 2010:	k.A.
• Umsatz 2011 (erwartet):	k.A.
• Finanzinvestoren:	verschiedene Business Angels, Team Europe Ventures, Earlybird
• Internet:	www.madvertise.com



Kleine Geräte ganz groß: Madvertise Mobile Advertising kann bis auf 50 Meter genau Werbebanner und Apps an mobile Endgeräte senden.

Mit Venture Capital in den europäischen Markt

Madvertise kam bald in Fahrt – und dementsprechend stieg der Bedarf an neuen Mitteln. In der Serie A-Finanzierungsrunde konnte es Anfang 2010 Earlybird Venture Capital für sich gewinnen, die einen einstelligen Millionenbetrag zur Verfügung stellten. „Wir haben diese Mittel genutzt, um unser Geschäft international auszurollen, in der DACH-Region sind wir bereits Marktführer“, so Frien. Es wurden Niederlassungen in Zürich, Mailand, London und Barcelona gegründet, derzeit arbeitet man intensiv an weiteren Märkten wie Frankreich, Skandinavien oder Osteuropa. Mittlerweile generiert Madvertise Umsätze in großer einstelliger Millionenhöhe: „Ende dieses Jahres planen wir, im Kernmarkt DACH die Profitabilität zu erreichen“, freut sich Frien. Und auch eine weitere Finanzierungsrunde steht kurz vor dem Abschluss, neben einer erneuten Investition von Earlybird wird auch ein Kapitalgeber aus dem Silicon Valley mit an Bord kommen.

Blick nach Amerika

Dies verdeutlicht, wie langfristig Earlybird sein Engagement plant. „Wir lassen uns locker fünf bis sieben Jahre Zeit“, erklärt Ciaran O’Leary, Principal bei Earlybird. Ziel sei es, ein großes Unternehmen mit mehreren Hundert Millionen Euro Umsatz aufzubauen, das den europäischen Markt anführt. Sind die wichtigen Märkte in Europa dann geknackt, kann sich Frien als Exit-Strategie seiner Investoren einen Verkauf an einen amerikanischen Technologiegiganten vorstellen, z.B. Microsoft, Google oder Yahoo. Dazu muss das Unternehmen aber erst eine entsprechende Größenordnung erreichen, doch der bisherige Verlauf lässt erahnen, dass das Ziel realistisch ist. ■

Esther Schwarzfischer-Mischkowski
redaktion@vc-magazin.de

NACHGEFRAGT BEI CIARAN O'LEARY, PRINCIPAL, EARLYBIRD VENTURE CAPITAL GMBH & CO. KG

VC Magazin: Herr O'Leary, ist Mobile Advertising die Werbeform der Zukunft?

O'Leary: Absolut. Derzeit herrscht zwar noch eine dramatische Lücke, weltweit werden nur unter 1% aller Werbeausgaben im Mobile Space ausgegeben. Aber man rechnet damit, dass in absehbarer Zeit mindestens 30 bis 40% unserer Medienaufnahme über das Mobile Device gehen wird. Nicht nur das Wachstum bei Madvertise lässt jetzt schon erahnen, dass Mobile Advertising in drei, vier Jahren einer der größten Werbemärkte sein wird.



Ciaran O'Leary

über das Timing. Denn Deutschland ist noch immer anderthalb Jahre hinter dem amerikanischen und englischen Markt hinterher. Die Entscheidungsträger über die Werbemittel behandeln Mobile immer noch etwas stiefmütterlich. Aber es war gut, dass wir jetzt schon eingestiegen sind, denn alles kam schneller als gedacht. Zwar war die Performance in den ersten Monaten nicht besonders beeindruckend, aber seit letztem Sommer geht es steil bergauf. Seit unserem Einstieg hat sich der monatliche Umsatz fast verfünffacht.

VC Magazin: Inwiefern unterstützen Sie das Gründerteam mit Ihrem unternehmerischen Know-how?

O'Leary: In der Tat waren alle vier schon vorher auf ihren jeweiligen Gebieten sehr erfolgreich. Wir müssen ihnen also keine Tipps geben, wie sie den Laden zu managen haben. Aber über die strategische Weiterentwicklung und die Expansion tauschen wir uns sehr intensiv aus. Vor allem helfen wir bei der Internationalisierung, indem wir erstens natürlich das Kapital und zweitens unser Netzwerk zur Verfügung stellen, um die richtigen Leute in den einzelnen Ländern anzusprechen.

Anzeige

INVESTFORUM

SACHSEN - ANHALT

Innovation trifft Investor

Das INVESTFORUM Sachsen-Anhalt entwickelt individuelle Konzepte und Veranstaltungen, um für Kapital suchende Unternehmen die passenden Finanzierungspartner zu finden.

Für private und öffentliche Finanzierungen werden Kontakte zu Personen und Institutionen der Finanzbranche vermittelt. Nationalen und internationalen Investoren stellt das INVESTFORUM Sachsen-Anhalt innovative Gründungsprojekte und Unternehmen vor und unterstützt den Beteiligungsprozess durch individuelle Beratung.

- > Beratung von Gründern und Unternehmen im Finanzierungsprozess
- > Screening und Scouting für Investoren
- > Planung und Durchführung von Matchinveranstaltungen

Das exzellente Netzwerk aus nationalen und internationalen Investoren, Unternehmern, Gründern, Hochschulen und Innovationsclustern kommt einmal jährlich im September zu Mitteldeutschlands größter Matchingveranstaltung, dem INVESTFORUM Sachsen-Anhalt, zusammen. Das INVESTFORUM Sachsen-Anhalt wird durch das Ministerium für Wissenschaft und Wirtschaft mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Sachsen-Anhalt gefördert.

Weder hohe Temperaturen noch Chemikalien

Saperatec GmbH hebt Schätze im Solarmodul

Die Bielefelder Saperatec GmbH hat ein umweltschonendes und effizientes Recyclingverfahren für Solarmodule entwickelt. Rund 90% der enthaltenen Halbleitermaterialien können wiederverwertet und weiterverkauft werden. Für das Geschäftsmodell gab es 1 Mio. EUR Startkapital.

Module in Massen

Die Idee sei „im Grunde uralte“, sagt Sebastian Kernbaum – für ihn zumindest. Lange Zeit hatte sich der Ingenieur bereits in einem Sonderforschungsbereich der Technischen Universität Berlin dem Thema „Demontagefabriken zur Rückgewinnung von Ressourcen in Produkt- und Materialkreisläufen“ gewidmet. Für seine Promotion suchte der Wissenschaftler einen Anwendungsbereich – und landete u.a. bei der Photovoltaik. Denn erstens, erklärt Kernbaum, gab und gibt es mit der Entsorgung, Verwertung und dem Recycling ausgedienter Solarmodule nur wenige industrielle Erfahrungen. Zweitens aber liege genau darin ein Markt mit enormem Entwicklungspotenzial: ausgediente Photovoltaikmodule, ist Kernbaum überzeugt, werden „zu einem Massenstrom anwachsen“.

Lukrative Edelmetalle

Lukrativ sind dabei vor allem die in den Modulen enthaltenen seltenen Metalle wie etwa Indium, Selen oder Tellur, deren Marktpreise stetig steigen. Kernbaum tüftelte mit Chemikern lange an einem Verfahren, das diese Bestandteile nicht nur möglichst effizient, sondern auch möglichst umweltschonend aus Produktionsabfällen und Modulen zurückgewinnen lässt. Die Lösung verzichtet sowohl auf hohe Temperaturen als auch auf die aggressiven Chemikalien, die bislang als notwendig galten. Parallel zur Entwicklung habe das Team sich „sehr genau in der Branche umgehört“ und den „Bedarf abgeklopft“. Im Dezember 2010 konnte die Saperatec GmbH in Bielefeld gegründet



Die Masse der in den nächsten Jahren auszusondernden Solarzellen lässt für die von Saperatec entwickelten Recyclingverfahren großes Wachstum erwarten.

werden. Der High-Tech Gründerfonds und der Gründerfonds Bielefeld-Ostwestfalen investieren gemeinsam 1 Mio. EUR in das junge Unternehmen.

Rosige Perspektiven

„Saperatec geht mit einem sehr guten Team und einer überzeugenden Technologie auf einen stark wachsenden Markt“, erläutert Dr. Peter Güllmann, Bereichsleiter Beteiligungen bei der NRW.Bank und Mitglied im Investitionskomitee des Gründerfonds Bielefeld-Ostwestfalen. Mit der wachsenden Nachfrage werde auch das Erlösmodell greifen – den Löwenanteil soll der Weiterverkauf der sortenrein recycelten Edelmetalle bringen. Aktuell, sagt Kernbaum, stelle Saperatec seinen Kunden für die Solarmodule noch eine Entsorgungsgebühr in Rechnung. Die Pilotanlage des Unternehmens hat seit August ihre Betriebsgenehmigung. Die Finanzierung reicht nach Kernbaums Angaben bereits aus, „zum Break-even zu fahren“. Die Aussichten hält der Saperatec-Gründer für durchaus rosig: Allein die bis 2010 in den Markt gebrachte Modulkapazität verspreche mehr als 350.000 Tonnen Abfall, also potenziell verwertbares Material. Selbst wenn man sich, wie die Saperatec, auf Dünnschichtmodule konzentriere, bleibe ein „gigantisches Potenzial“.

Langfristiges Engagement

Dass es sich bei Technologie und Investment um die ersten Schritte eines langen Weges handelt, ist allen Beteiligten bewusst. „Der Planungshorizont bei derartigen Frühphaseninvestments kann durchaus bei mehr als zehn Jahren liegen“, erläutert Güllmann. „Das schließt aber einen früheren Exit mitnichten aus“, ergänzt er, „wenn das Unternehmen laufen kann oder zu fliegen beginnt.“ ■

Lars Radau

redaktion@vc-magazin.de

KURZPROFIL SAPERATEC GMBH

• Vision:	Gain value from the loop
• Gründungsjahr:	2010
• Unternehmenssitz:	Bielefeld
• Mitarbeiterzahl:	6
• Umsatz 2010:	k.A.
• Umsatz 2011 (erw.)	k.A.
• Finanzinvestoren:	High-Tech Gründerfonds, Gründerfonds Bielefeld-OWL
• Internet	www.saperatec.de



TENGELMANN
ventures

Funding your ideas

Werden Sie Teil unseres
herausragenden Portfolios.

Profitieren Sie von unserer
145-jährigen Erfahrung in
17 Ländern.

- Partnerschaftlich
- Mit langjähriger Erfahrung
- Engagiert
- Erfolgreich

Für Ihren Erfolg!



& Your Company...

Individualisierung ist Trumpf

Nevigo GmbH: Nutzerfreundliche Programmierung von Videospielen

Etwa 23 Millionen Deutsche beschäftigen sich regelmäßig mit Videospielen und nutzen dabei unterschiedliche Medien wie Computer oder Spielekonsolen. Auf dem Markt für Videospielsoftware wurden im letzten Jahr laut dem Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware rund 1,86 Mrd. EUR umgesetzt – und ein Wachstum im Jahr 2011 ist bereits absehbar. Für eine Differenzierung am Markt ist es für Spieleproduzenten daher essenziell, neue technische Entwicklungen zu verfolgen und die Handlungen in den Spielen optimal aufzubereiten. Vor diesem Hintergrund hat sich die Nevigo GmbH für Spieleentwickler als Lösungsanbieter positioniert.

Geschichten mit alternativem Ende

Im Trend liegen Spiele mit individuellen Handlungsmöglichkeiten und alternativem Ausgang. Nur wenige Softwarefirmen können für diese nicht linearen Handlungsstränge passende Programmierungssysteme für große Spieleentwickler zur Verfügung stellen, ein junges Start-up aus dem Ruhrgebiet gehört dazu. Komplexe Handlungsmuster werden bei Nevigos neuem Produkt articy:draft in einzelne Abschnitte unterteilt, die sich wiederum zu einem Netzwerk individuell verbinden lassen. Neben diesen Fragmenten können auch Bilder, Filmsequenzen oder andere Dateien verknüpft werden. Die Entwicklung der Spiele ist durch einzelne Fachkräfte und als Multi-User-Projekt möglich. Nevigo hat für seine Produkte einen breiten Absatzmarkt aufgetan: Neben Herstellern von Videospielen sind die Programme auch für Buchautoren und Drehbuchautoren einsetzbar. Ein Produkt, an dem zurzeit bei dem Bochumer Jungunternehmen gearbeitet wird, basiert auf Lasertechnologieanwendungen. Ziel ist es, diese für ein breites Spektrum von Anwendungsfällen nutzbar zu machen. Kai Rosenkranz, Gründer und Geschäftsführer, betont: „Unser Produkt eröffnet dem Laserscanning neue Märkte, vor allem im Bereich Medien.“

KURZPROFIL NEVIGO GMBH

• Vision:	Entwicklung von Softwarelösungen für die Spieleindustrie und verwandte Branchen
• Gründungsjahr:	2009
• Unternehmenssitz:	Bochum
• Mitarbeiterzahl:	17
• Umsatz 2010:	k.A.
• Umsatz 2011 (erwartet):	k.A.
• Finanzinvestoren:	EnjoyVenture, KfW
• Internet:	www.nevigo.de



Nevigo erwartet für sein Produkt einen breit gestreuten Absatzmarkt.

Von Beginn an erfolgreich

Nevigo wurde 2009 neben Rosenkranz von Stefan Nyul, Peter Sabath und Carsten Schröder in der Ruhrmetropole Bochum gegründet und beschäftigt mittlerweile 17 fest angestellte Mitarbeiter. Trotz anfänglicher Schwierigkeiten im Hinblick auf die Kapitalsuche und wegen der schlechten Wirtschaftslage 2009 konnte das Gründer-team bald erste Erfolge verbuchen. Der Businessplan wurde im Rahmen des Gründungswettbewerbes Senkrechstarter ausgezeichnet und Nevigo erhielt nach seinem Sieg bei dem Medien.NRW-Wettbewerb Förder-gelder in Höhe von rund 1,7 Mio. EUR. Im Oktober 2009 beteiligte sich neben der KfW die EnjoyVenture Management GmbH über den ELS-Fonds an der Gesamtfinanzierung von deutlich über 2 Mio. EUR in der ersten Finanzierungsrunde. Überzeugt hat vor allem das Nevigo-Team: „Sie hatten bereits unternehmerische Erfahrung gesammelt, die technische, kaufmännische und Marktexpertise ist ausgewogen im Team vorhanden. Der Beteiligungsprozess wurde äußerst professionell durch das Team begleitet“, beschreibt Dr. Peter Wolff, Geschäftsführer von EnjoyVenture, zwei Gründe für das Investment. Das frische Kapital wurde zu großen Teilen für die Einstellung neuer Fachkräfte und somit zum weiteren Ausbau der Forschungskapazitäten eingesetzt.

Ausblick

„Unser Fokus liegt darauf, die bisher eröffneten Chancen bestmöglich zu nutzen und das Produkt in diese Richtung weiterzuentwickeln – die Kunden reißen es uns aus den Händen“, sagt Rosenkranz. Nevigo plant bereits eine zweite Finanzierungsrunde, die langfristig weitere Wachstumspotenziale, insbesondere eine Ausweitung der Einsatzmöglichkeiten der Programme und die Internationalisierung eröffnen soll. ■

dajana.hentschel@vc-magazin.de

NACHGEFRAGT BEI DR. PETER WOLFF, GESCHÄFTSFÜHRER DER ENJOYVENTURE MANAGEMENT GMBH

VC Magazin: EnjoyVenture ist über den ELS-Fonds an Nevigo beteiligt. Welche Faktoren haben Sie von der Investition überzeugt?

Wolff: Wir haben Nevigo in unserem Netzwerk mit anderen Investoren kennengelernt. Besonders überzeugt hat uns das starke Nevigo-Team: Dieses hatte bereits unternehmerische Erfahrungen gesammelt, die technische, kaufmännische und Marktexpertise ist ausgewogen im Team vorhanden. Der Beteiligungsprozess wurde äußerst professionell durch das Team begleitet.



Dr. Peter Wolff

VC Magazin: Wie hoch war Ihre Beteiligung an der Finanzierungsrunde?

Wolff: In den Seed-Investments wie bei Nevigo investieren wir normalerweise zwischen 300.000 und 500.000 EUR. Da wir in dieses Beteiligungsprojekt noch die KfW eingebunden haben und Nevigo durch den Medien.NRW-Wettbewerb darüber hinaus noch rund 1,7 Mio. EUR Förderung bekam, fühlten wir uns mit einer ersten Finanzierungsrunde von deutlich über 2 Mio. EUR gut aufgestellt.

VC Magazin: Wie lautet Ihre persönliche Zwischenbilanz?

Wolff: Unsere Erwartungen haben sich voll und ganz erfüllt. Das interne Projektmanagement und -controlling läuft sehr gut. Die ersten Produkte sind marktnah und robust entwickelt worden. Aber erst jetzt wird sich zeigen, ob die Kunden die Produkte annehmen, und da zählen letztlich nur die fakturierten Umsätze.

VC Magazin: Was sind Ihre zukünftigen Erwartungen an Nevigo?

Wolff: Wir erwarten, dass unser positiver Eindruck und auch das aktuelle Kundenfeedback der ersten Betatester sich in spürbaren Umsätzen widerspiegeln werden. Diese erwarten wir im aktuellen Quartal. Auf dieser Basis ist dann eine weitere Finanzierungsrunde geplant, die es uns ermöglicht, den Markt für Nevigo-Produkte weiter auszubauen. Wachstumspotenziale sehen wir für die Nevigo-Technologie insbesondere im Softwareeinsatz in verschiedenen Branchen und Anwendungen wie beispielsweise in Serious Games, industriellen Anwendungen oder geobasierten Ansätzen.

Anzeige

rap-network.de



REFIT
AKTIENGESELLSCHAFT

Regionaler Finanzierungsfonds für
Innovationen und Technologieunternehmen

G U T E E R T R Ä G E

Ob zur Gründung oder zur Wachstumsfinanzierung eines Unternehmens – neben persönlichem Engagement, Wissen und Augenmaß benötigt man als Unternehmer auch professionelle Partner, um mit seinen Investitionen gute Erträge zu erzielen.

S-Refit unterstützt seit über 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 über 25 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



Beraten und (Anteile dann teuer) verkauft?

Aspekte der professionellen Hilfe für Gründer

Gründer müssen vorrangig operativ ihr Geschäft beherrschen – für alles andere können und sollten sie sich Spezialisten wie Corporate Finance-Berater und Anwälte an Bord holen. Dieses Vorgehen wird von Investoren gerne gesehen, da es einige Vorteile in sich birgt. Dennoch müssen Gründer ihr Vorgehen strukturiert angehen, da es auch einige Nachteile gibt.

Reibungsloser Ablauf des Tagesgeschäfts

Objektive Gründe, einen Corporate Finance-Berater hinzuzuziehen, sind dessen Marktkenntnis und Prozess-erfahrung, die das Management erheblich entlasten können. Dies geschieht durch eine gründliche Vorbereitung auf eine Finanzierungsrunde (z.B. durch aktive Hilfe beim Businessplan, Bestimmung marktgerechter Finanzierungsziele und eventuell Präsentationstraining) sowie den guten Zugang zu geeigneten Investoren. Denn eines muss während des heute oftmals monatelangen Finanzierungsprozesses unbedingt gewährleistet sein, um erfolgreich zu sein: der reibungslose Ablauf des operativen Geschäftes bei möglichst vollständiger Zielerreichung der in der ersten Investorenansprache gemachten Prognose. Bereits dies erfordert bei Start-ups den mehr als 100%-igen Einsatz der geringen personellen Ressourcen. Der Berater ist somit auch als temporäre Managementverstärkung anzusehen.

Risiken beachten

Nachteil der Einbindung eines Beraters sind offensichtlich die zusätzlichen Kosten, das Risiko einer Verschlimm-besserung der Lage durch falsche Beraterwahl und nicht zuletzt einer Fehldelegation unternehmerischer Kernaufgaben. Die Kapitalbeschaffung gehört neben Kundenakquise und Personalangelegenheiten nämlich auf jeden Fall dazu, der Berater ersetzt nicht den Geschäftsführer. Auch bei Dax-Konzernen übernimmt der CEO die Analysenpräsentation. Die Resonanz auf Berater in der Investorenszene ist gemischt. Frühphaseninvestoren begegnen gerade unbekannten Beratern manchmal mit Misstrauen: Will da einer etwa schon lange vor dem Exit viel Geld haben? Kann das Management seine Interessen in dieser wichtigen Angelegenheit nicht selbst vertreten? Berater, die etwas von ihrem Geschäft verstehen, können aber durch Effizienzsteigerung auch für die Investoren sehr wertvoll sein. Viele zusätzliche Gesprächsstunden sind vermeidbar, wenn auf der anderen Seite ein Profi mithilft.

Referenzen und Grenzen

Wie kann ein Gründer nun die Auswahl des Beraters effizient gestalten – um nicht bereits hier den gleichen Aufwand zu betreiben, den er bei der Investorensuche vermeiden will? Gute Berater sind gute Verkäufer, und dies mindestens hinsichtlich der eigenen Person. Referenzen sind der Schlüssel – und nicht nur die Hinnahme hübscher Geschichten auf der Website oder vieler Daumen bei Facebook. In Zeiten scheinbar umfassender Information sowie Netzwerke allerorten eigentlich einfach, dennoch nicht selbstverständlich: andere Gründer nach ihren ganz persönlichen Erfahrungen zu fragen. Ein Berater, der in den letzten Jahren keine erfolgreiche Finanzierung eines Unternehmens in der relevanten Phase vorweisen kann, ist weniger geeignet – es sei denn, Sie sind gern Versuchskaninchen. Hier ergibt sich in der Frühphase momentan ein praktisches Problem: Der enge Markt und die (gemessen an der Größe der Volkswirtschaft) geringe Anzahl von Start-up-Finanzierungen machen das Gebiet wenig attraktiv, um sich als Berater zu spezialisieren. Viele Berater sind im für sie lukrativeren Mittelstandsgeschäft tätig. Die Übertragung von Erfahrungen aus der Mittelstandsfinanzierung ist jedoch nicht ohne Anpassungen möglich. Vor der Wahl des zweitbesten Beraters empfiehlt sich klar das Selbermachen. Echte Seed-Investoren, die sich auch an Erstgründer wenden, erwarten weder Hochglanzprospekte noch Sicherheit im Finanzchinesisch, sondern stellen sich auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppe ein. Wichtiger sind umfangreiche Erfahrungen im avisierten Zielmarkt, Kontakt zu (potenziellen) Kunden, ein smartes Geschäftsmodell und vernünftiges Auftreten.

Anwälte: Bitte nur Spezialisten

Nur vordergründig einfacher ist die Auswahl eines geeigneten Anwalts, schließlich gehört die juristische Absicherung des kaufmännisch Gewollten nicht zu den unternehmerischen Kernkompetenzen, sondern wird an Dienstleister delegiert. Daher sind bei Anschlussfinanzierungen in der Regel Venture Capital-kundige Fachanwälte mit in den Prozess eingebunden. Glücklicherweise hat sich auch in Deutschland eine kleine Szene von Spezialisten gebildet, welche das angelsächsische Modell gut unter deutsches Recht zu bringen verstehen. Was macht jedoch der Gründer, der sich die teuren Spezialisten nicht leisten kann oder will? Auch hier ist der Rückgriff auf die scheinbar zweitbeste Lösung ein Irrweg. Der Anwalt, der neulich

brillant die Scheidung des Bruders oder über viele Jahre das Autohaus des Vaters begleitet hat, sieht mangels Erfahrung und Gesamtsicht auf das VC-Geschäftsmodell in den üblichen Sonderrechten der Investoren nur den Teufel und trägt infolge falschen Verantwortungsbewusstseins oder gar Haftungsängsten dann sehr zur Verunsicherung seines Klienten bei. Nicht wenige Finanzierungen sind daran schon gescheitert, schließlich vertraut der Gründer seinem Anwalt. Erfreulicherweise gibt es inzwischen eine hohe Transparenz der branchenüblichen Verträge, sodass auch der Laie sich eine Übersicht erarbeiten kann. Auch das Verwenden von veröffentlichten Standardverträgen einiger Marktteilnehmer ist aus pragmatischen Gründen zu begrüßen. Start-ups scheitern selten, weil Paragraphen über das Vesting oder Erlöspräferenzen schlecht formuliert waren, sondern schlicht, weil sie am Markt versagen! ■

Zum Autor



Sören Schuster leitet seit 2007 den Technologiegründerfonds Sachsen, ein Gemeinschaftsprojekt sächsischer Sparkassen, der LBBW und des Freistaates Sachsen. Der Diplom-Physiker ist seit 1996 ausschließlich im Bereich Technologie-Venture Capital tätig, u.a. bei der Technologieholding, 3i und Triangle Venture.

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



Welcher Sinn und welcher Zweck?

Anglizismen in Beteiligungsverträgen

Was kann man von einer Anlageklasse, die sich selbst mit einem englischen Begriff als „Venture Capital“ bezeichnet, anderes erwarten, als dass auch wesentliche bestimmende Begriffe dem Englischen entlehnt sind? Problematisch ist nur, dass das „Eindeutschen“ dieser Begriffe zu inhaltlichen Unschärfen und Missverständnissen führen kann. Dahinter verbergen sich aber keine „Folterwerkzeuge“ für Gründer, sondern es geht im Kern nur darum, dass Investoren das „Venture“ ihres Investments durch Eckpunkte bei ihrem Einstieg und Ausstieg zu sichern suchen (und sichern müssen), da sich aus beidem das für sie wesentliche „Return on Investment“, also ihre Rendite ableitet.

Klauseln zum Einstieg

Ausgangspunkt ist zunächst die Einstiegsbewertung, die sich stets „Post Money“, also als Summe des vereinbarten Unternehmenswerts vor der Finanzierungsrunde und des Investments, seine vollständige Leistung unterstellt, versteht. Sie muss gegen einen Missgriff geschützt werden, da gerade in frühen Phasen eine klassische Unternehmensbewertung nicht möglich ist. Dies geschieht über die „Anti-Dilution“ oder Verwässerungsschutzregelung. Hier verbirgt sich die erste Begriffsunschärfe. Denn tatsächlich geht es bei einer Regelung, die vorsieht, dass ein Investor im Falle einer Folgefinanzierungsrunde zu einer niedrigeren Bewertung (Down Round) dadurch geschützt werden soll, dass er selbst so zu stellen ist, als sei er zu dieser eingestiegen, nicht um Verwässerungs-, sondern um Bewertungsschutz. Der Verwässerungsschutz, sprich der Schutz gegen eine Verringerung der eigenen Beteiligungsquote durch die Beteiligung weiterer Investoren über eine Kapitalerhöhung, erfolgt über das gesetzlich gewährleistete Bezugsrecht eines Gesellschafters, also das Recht, bei einer Folgefinanzierungsrunde (allerdings zu deren Konditionen!) teilnehmen zu dürfen. Für den „Anti-Dilution“-Schutz gibt es verschiedene Spielformen,

etwa den vollen Verwässerungsschutz (Full Ratchet) oder den Durchschnitt beider Bewertungen, bei Einstieg und in der Down Round (Average), meist unter Berücksichtigung der unterschiedlich hohen Investments (Weighted Average).

Garantien und Schlüsselpersonen

Zweitens erwarten Investoren, dass Gründer für die Richtigkeit ihrer Angaben zu den rechtlichen und wirtschaftlichen Verhältnissen der Gesellschaft durch Garantien (Representations and Warranties) einstehen. Hier geht es um die Inhalte solcher Garantien, insbesondere zu Schutzrechten (Intellectual Property Rights), die Ausgestaltung von Haftungsmindest- und -höchstgrenzen und die Form der Wiedergutmachung eines Schadens (finanzieller Ausgleich oder Ausgleich durch Anteilsübertragung seitens der Gründer bzw. durch „kompensierende Kapitalerhöhung“ zu nominal, die dann zulasten aller Altgesellschafter geht).

Drittens geht es um die Bindung des Gründerteams und der Know-how-Träger an das Unternehmen. Denn primär gründet sich das Venture Capital-Investment auf das Vertrauen in die Persönlichkeiten des Gründerteams. Diese Bindung wird über sogenannte Vesting-Regeln erreicht. Gemeint ist hiermit, dass Gründern ihre Anteile nur dann und in dem Umfang unentziehbar zustehen sollen, wenn und soweit sie über eine bestimmte Zeitdauer, die meist den Investment-Horizont von drei bis fünf Jahren abdeckt, für die Gesellschaft tätig bleiben. Hier wird üblicherweise zwischen den Gründen des Ausscheidens differenziert. Hat der Gründer sie nicht zu vertreten, ist er ein „Good Leaver“, wenn doch, ein „Bad Leaver“. Ist ein Teil ihrer Anteile einem solchen Vesting nicht ausgesetzt, spricht man von „Pre-vested“-Anteilen. Bei einem vorzeitigen Exit wird meist ein vollständiges Anwachsen vorgesehen (Accelerated Vesting).

ÜBLICHE REGELUNGEN IN EINEM BETEILIGUNGSVERTRAG

Einstieg	Beteiligung	Ausstieg
1. Garantien der Gründer: <ul style="list-style-type: none"> • Inhalt prüfen (ggf. Best Knowledge-Vorbehalt) • Haftungsmindest- und -höchstgrenzen (de minimis/cap)? • kompensierende Kapitalerhöhung als Ausgleich? 2. Verwässerungsschutz (Full Ratchet oder Weighted Average) 3. Vesting der Gründer (nur Bad oder auch Good Leaver-Fälle? Pre-vested-Anteile?)	<ul style="list-style-type: none"> • Informationsrechte • Zustimmungsrechte der Investoren bei Grundlagenbeschlüssen der Gesellschafter • bei außergewöhnlichen Geschäftsführungsmaßnahmen 	1. Vinkulierung, Vorerwerbsrecht 2. Drag/Tag along-Rechte 3. Liquidationspräferenz <ul style="list-style-type: none"> • Verzinsung? • Anrechnung? • Carve-out für Gründer?

Typische Klauseln für den Ausstieg

Spiegelbildlich verhält es sich beim Ausstieg. Hier werden die Investoren zunächst den Zeitpunkt bestimmen wollen. Ohne ihre Zustimmung kann niemand aussteigen. Die Anteile sind nur mit Zustimmung der Mitgesellschafter übertragbar oder „vinkuliert“, also „gefesselt“. Wenn ein anderer Gesellschafter einen potenziellen Käufer gefunden hat, so werden primär die Investoren diese Ausstiegsmöglichkeit in Anspruch nehmen wollen und nutzen, wenn sich dies rentiert (sogenanntes Tag oder auch Take Along-Recht, also Mitveräußerungsrecht). Da ein potenzieller Käufer meist zumindest die Mehrheit erwerben will, muss es einen Hebel geben, die Mitgesellschafter zu einem Verkauf auf Verlangen der Investoren zu zwingen. Dies sieht das „Drag Along“-Recht vor. Von ganz wesentlicher Bedeutung ist aber schließlich das Liquidationspräferenzrecht (englisch gleichbedeutend Liquidation Preference). Auch hier gibt der Begriff nicht genau den Inhalt wieder. Denn die Erlöspräferenz der Investoren soll ihnen nicht nur bei Auflösung und Liquidation der Gesellschaft, sondern in allen Fällen eines „Exits“, also gerade auch bei einem Anteils- oder Vermögensverkauf (Share oder Asset Deal) zustehen. Hier wird der gesamte Erlös kaskadenartig verteilt. Zunächst beanspruchen die Investoren ihr Investment, gegebenenfalls verzinst, aus dem Gesamterlös, ehe der restliche Erlös auf einer letzten Ebene quotall nach Anteilen verteilt wird. Für Gründer, aber auch Investoren der ersten „Seed“-Runde, wie typischerweise auch Business Angels, ist diese Regelung problematisch, weil alle späteren Investoren wiederum dieses Vorrecht für sich beanspruchen (Last in, First out oder Lifo-Prinzip). Abhilfe gegen allzu große Ungerechtig-

keiten durch die hiermit bewirkte Doppelbegünstigung (Double Dipping) kann eine Anrechnung der Liquidationspräferenz auf der letzten Verteilungsebene nach Anteilen, die Einführung einer weiteren nachrangigen Präferenzenebene auch für Gründer in bestimmter Höhe (meist beteiligen sie sich ja nicht finanziell) oder das Entfallen der Liquidationspräferenz bei Überschreiten bestimmter Bewertungsschwellen im Fall eines Exits schaffen.

Fazit:

Dies alles in ein ausgewogenes Verhältnis zu bringen, ist dem Verhandeln vorbehalten. Die Unsicherheiten einer Prognose und der Einstiegsbewertung lösen sich aufgrund der beschriebenen Regelungsmechanismen häufig auf. ■

Zum Autor



Dr. Wolfgang Weitnauer, M.C.L., ist Rechtsanwalt und Gründungsgesellschafter von Weitnauer Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater. Seine Schwerpunkte sind Unternehmensfinanzierung und -beteiligungen, Unternehmensrestrukturierungen und M&A.

Wachsende Ansprüche von Investoren

Zeitliche und juristische Unterschiede in Finanzierungsrunden



In der Entwicklung einer Gesellschaft treten verschiedene Situationen auf, bei denen eine Eigenkapital- oder eigenkapitalähnliche Finanzierung mit einem externen Partner sinnvoll oder wirtschaftlich notwendig ist. Je nach der Phase der Unternehmensentwicklung, in welcher eine solche Finanzierung erfolgt, sind die zeitlichen und juristischen Ansprüche an die Beteiligten unterschiedlich.

Seed-Phase: juristisch schnell

Die Seed-Phase lässt sich kurz als Finanzierung der Entwicklung, Beurteilung und Konkretisierung einer Geschäftsidee beschreiben; d.h. ein Unternehmen startet mit einer ersten Idee. Eine Bewertung der Gesellschaft in diesem Stadium ist schwer quantifizierbar. Das Investitionsvolumen variiert in dieser Phase daher sehr stark, da eine enorme Vorarbeit und Arbeitszeit des Gründer(teams) vorab einfließt, die unterschiedlich bewertet werden kann. Generell wird eine Seed-Phasen-Finanzierung einen Betrag von 100.000 bis 500.000 EUR nicht überschreiten. Im Rahmen der Seed-Phase spielt für eine Finanzierung aus juristischer Sicht vor allem die Festlegung einer angemessenen Bewertung eine Rolle. Da sich ein Geschäftsmodell noch nicht erwiesen hat, ist in dieser frühen Investitionsphase vor allem die sogenannte Pre-Money-Bewertung (d.h. die Bewertung für sämtliche Geschäftsanteile an der Zielgesellschaft) ein Diskussionspunkt. Die Gründer haben ein natürliches Interesse daran, dass diese Bewertung im Zeitpunkt des Investments so hoch wie möglich ist, um im Rahmen des Investments vergleichsweise gering verwässert zu werden. Der Investor geht hingegen im Rahmen dieser Unternehmensphase in der Regel das höchste Risiko ein, da sich das Geschäftsmodell noch nicht etabliert hat und gegebenenfalls nicht funktioniert. Insoweit hat der Investor ein Interesse an einer niedrigen Bewertung.

Im Zweifel wird der Investor daher vor allem einen Verwässerungsschutzmechanismus verlangen, der ihn im Rahmen von Folge-Investments, die gegebenenfalls auf einer niedrigeren Bewertung erfolgen, auf der er inves-

tiert hat, so stellt, als hätte er seine Gesellschaftsanteile ebenfalls auf einer niedrigeren Bewertung erworben. Die Seed-Phase ist aus juristischer Sicht die schnellste Phase, da die Erstinvestoren in der Regel auf die Höhe ihrer Kapitalbeteiligung achten, aber relativ wenig Investorenrechte fordern. Vor diesem Hintergrund ist die Seed-Phase davon geprägt, die Zielgesellschaft und die Beteiligungsverhältnisse juristisch korrekt aufzusetzen, um möglichst schnell an den Markt zu gehen. Garantien und Sonderrechte der Investoren spielen in dieser Phase eine eher untergeordnete Rolle. Diese werden meist erst von den Investoren verlangt, die auf Grundlage einer höheren Bewertung in die Zielgesellschaft investieren.

Start-up-Phase: mehr Investorenrechte

Die Start-up-Phase beschreibt im Grundsatz die Finanzierung der Produktentwicklung und der Markteinführung der Gesellschaft. In dieser Phase beläuft sich ein durchschnittliches Investment eines Investors auf 0,5 bis zu 2 Mio. EUR, kann aber in Einzelfällen auch höher ausfallen, wenn bereits institutionelle Venture Capital-Fonds mitfinanzieren. In dieser Phase erwirtschaftet die Gesellschaft typischerweise die ersten Umsätze. Je weiter die Gesellschaft in ihrer Entwicklung fortgeschritten ist, desto geringer sind in der Regel die mit der Investition verbundenen Risiken (wobei dies nicht für Restrukturierungs- oder Turn-around-Situationen gilt). Während Seed-Finanzierungen oftmals noch durch Privatpersonen, „Family and Friends“ oder sogenannte Business Angels getätigt werden, werden Finanzierungsrunden mit einem größeren Umfang in der Regel von professionellen Fonds oder sogenannten Corporate VCs getätigt. Start-up-Finanzierungen zeichnen sich dadurch aus, dass seitens des Kapitalgebers Know-how zur Verfügung gestellt wird, aber auch gleichzeitig erhebliche Kontrollrechte und Einflussmöglichkeiten gefordert werden. Ein Venture Capital-Geber, der Finanzmittel von Drittinvestoren investiert, wird Bestimmungen in den Gesellschaftervereinbarungen verlangen,

die sein Investment absichern. In dieser Phase wird demgemäß meist unter erheblichem Zeitdruck eine Vielzahl von Bestimmungen verhandelt, die ihren Niederschlag in einer Gesellschafter-/Aktionärsvereinbarung bzw. dem Gesellschaftsvertrag/der Satzung der Zielgesellschaft finden. Zu solchen zählen: Einrichtung eines Beirats (der Kontroll- und Gesellschafterversammlungen ausübt), Zustimmungsvorbehalte, Verwässerungsschutzbestimmungen, Bestimmungen über Vorerwerbs- und Mitveräußerungsrechte sowie Rechte, einen Gesamtverkauf (Exit) oder Börsengang (IPO) der Gesellschaft zu erzwingen.

Expansion: Strategen als Chance und Gefahr

In der sich anschließenden Phase steht die Finanzierung des Wachstums und der nationalen bzw. internationalen Expansion im Vordergrund. Häufig wird der Break-even erreicht bzw. steht unmittelbar bevor. Typisch ist auch, die Internationalisierung des Geschäftsmodells voranzutreiben. Angrenzende oder leichter zu bearbeitende, chancenreiche Märkte werden betreten. Auch werden strategische Investoren auf den Plan gerufen, da der Einstiegspreis (zumindest aus Sicht des strategischen Investors) noch relativ gering sein kann und nach dem Einstieg Kooperationen möglich werden oder Synergiepotenziale gehoben werden können. Allerdings hat ein strategischer Investor über die reinen finanziellen Interessen hinaus klare strategisch-technologische Zielsetzungen. Obwohl strategische Investoren oft nicht nur mit Geld und Betreuung, sondern auch mit Ressourcen (Produktion, Vertrieb) zur Verfügung stehen, sind diese Beteiligungen stets auch eine potenzielle „strategische“ Bedrohung der Eigenständigkeit der zu finanzierenden Gesellschaft. Altinvestoren haben daher eine natürliche Abwehrhaltung gegenüber strategischen Investoren, da damit ein gegebenenfalls wirtschaftlich günstigerer Unternehmensverkauf nicht mehr möglich ist. In diesem Zusammenhang spielen Bezugsrechte und Vorerwerbsrechte eine Rolle, um den Einstieg eines strategischen Investors zu verhindern.

Bridge-Finanzierung: Weg zum Exit

Bei weiterem positivem Wachstum denken die Gesellschafter gegebenenfalls auch darüber nach, weiteren Finanzbedarf über einen Börsengang abzudecken. Häufig wird als Zwischenfinanzierung vor einem Börsengang eine Brückenfinanzierung durchgeführt, um die Zulassungskriterien der Börse zu erfüllen und auch, um die erforder-

lichen Finanzmittel für die Kosten des Börsengangs zur Verfügung zu stellen. Auch Restrukturierungs- oder Turn-around-Situationen können einen Anlass für eine Bridge-Finanzierung geben. Eine Brückenfinanzierung ist ein typisches Mittel, um einen geplanten Exit voranzutreiben bzw. erst zu ermöglichen. In einer solchen Situation werden allerdings häufig die bislang gleich gelagerten Interessen von Seed- und Early Stage-Investoren gegenläufig. Ist beispielsweise ein finanzkräftiger Investor, der möglicherweise auch strategische Interessen verfolgt, in der Lage, eine entsprechende Brückenfinanzierung zu erbringen, wird er entsprechende Rechte einfordern. Dies hat bei einer Fremdkapitalfinanzierung mit verbundener Option der Wandlung in Eigenkapital gegebenenfalls eine erhebliche Verwässerungswirkung für die Gründer. Diese Verwässerung sind die Gründer aber in der Regel nicht bereit zu akzeptieren, vor allem vor dem Hintergrund, dass eine dennoch erfolgreiche Exit-Transaktion möglich erscheint. In diesem Fall müssen vor allem im Interesse der Gesellschaft die verschiedenen Interessen ausgeglichen werden.

Fazit:

Jede Stufe einer Unternehmensentwicklung generiert unterschiedliche Interessenlagen, denen die beteiligten Anwälte gerecht werden müssen, vor allem mit dem nötigen Fingerspitzengefühl, die verschiedenen Interessen im Sinne einer positiven Gesellschaftsentwicklung auszugleichen. ■

Zum Autor



Rechtsanwalt **Christian Tönnies**, LL.M. Eur., ist Partner bei P+P Pöllath + Partners in München. Zu seinen Arbeitsbereichen gehören außerbörsliches Beteiligungskapital, Käufe und Fusionen sowie Steuerrecht. Er ist spezialisiert auf Venture Capital-Investitionen und Mezzanine-Finanzierungen.

Die Finanzierung muss passen

Worauf Gründer bei der Finanzierung achten müssen – bei sich und den Investoren

Ohne externes Kapital lassen sich viele gute Geschäftsideen gar nicht verwirklichen. Einige Gründer geraten beim Thema Finanzierung in Panik und sind geneigt, „zu nehmen, was sie kriegen können“. Statt in eine Rolle als Bittsteller zu verfallen, sollten Start-ups aber ganz selbstbewusst passende Kapitalgeber danach auswählen, wie groß ihr Nutzen insgesamt ist, nicht nur monetär. Das gilt für Venture Capital, Business Angels und auch für die Inkubatoren, die sich momentan in Deutschland sehr dynamisch entwickeln und die Start-ups enger denn je begleiten.

Venture Capital: Große Erwartungen

Die Ansprüche dürfen auf beiden Seiten gestellt werden: Venture Capital-Geber erwarten ein sehr hohes Wachstumspotenzial und ein vollständiges und sehr kompetentes Gründerteam. Start-ups sollten nicht nur die hohen Geldsummen im Blick haben, sondern auch Erfahrung, Know-how und Kontakte der Investoren. Dafür lohnt sich der Blick ins bisherige Portfolio: Gibt es schon erfolgreiche Investments in ähnlichen Märkten und Branchen? Die Unterstützung setzt normalerweise nicht im Tagesgeschäft an, aber Venture Capital kann „very smart money“ sein.

Business Angels: Alles ist möglich

„Klassische“ Business Angels waren selbst schon als Unternehmer in derselben Branche wie das Start-up erfolgreich und investieren kleinere Beträge in der frühen Startphase eines Unternehmens. Aber Privatinvestoren beteiligen sich ganz individuell: von wenigen Zehntausend Euro bis zu siebenstelligen Beträgen, als stiller Gesellschafter „nur“ mit Geld bis hin zu einer aktiven Rolle in der Geschäftsführung. Hier müssen Gründer sich klar werden, was sie wollen, und dann ganz gezielt Business Angels ansprechen.

Inkubatoren: (fast) All-inclusive-Pakete

Einige jüngere Inkubatoren wurden von einer Gruppe erfolgreicher und teilweise sehr bekannter, gut vernetzter Entrepreneure gegründet, um ausgewählte Start-ups nicht nur finanziell, sondern auch durch Bereitstellung der Infrastruktur und mit viel aktivem Einsatz voranzubringen. Meistens konzentrieren sie sich auf bestimmte Bereiche, z.B. Internet-Ideen, die mit relativ kleinen Investments schnell erfolgreich werden können. Sinnvoll ist die enge Begleitung vor allem für Teams, die noch nicht komplett aufgestellt sind: die IT-Freaks, denen die Marketing-Fähigkeiten fehlen, oder die Visionäre, die ihre geniale Idee

nicht programmieren können. Hier schaffen die Inkubatoren zum Teil mit eigenem Personal Abhilfe. Dadurch erspart sich das Start-up die langwierige Suche nach weiteren Mitgliedern oder guten Mitarbeitern, die für Start-up-typische Gehälter schwer zu kriegen sind. Große Vorteile für alle Teams bieten die gebündelten Erfahrungen und das Netzwerk der Inkubatoren. Und wer sich nicht um die Auswahl von z.B. Dienstleistern oder Büroräumen kümmern muss, sondern auf bestehende Ressourcen zurückgreifen kann, kann vielleicht den entscheidenden zeitlichen Vorsprung vor der Konkurrenz gewinnen. Es kann natürlich sein, dass Gründer mit Inkubatoren nicht mehr ganz so selbstständig arbeiten, wie sie sich das vielleicht mal vorgestellt hatten.

Fazit:

Start-ups müssen sich einen Überblick über die aktuellen Angebote des Kapitalmarkts verschaffen, genau abwägen und sich immer die Frage stellen: „Bekomme ich für die abzugebenden Anteile wirklich alles, was ich brauche, bzw. brauche ich alles, was ich bekomme?“ ■

Zum Autor



Dr. Carsten Rudolph ist seit 2009 Geschäftsführer der evobis GmbH, die den Münchener Businessplan Wettbewerb ausrichtet. Zuvor leitete er bei Microsoft Deutschland die Gründerinitiative „unternimm was.“ und sammelte Erfahrung im Umgang mit Start-ups u.a. als Geschäftsführer des Netzwerks nordbayern und als Geschäftsführer eines Start-ups.

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



Sentimentumfrage, Teil II

Gründung & Finanzierung aus Unternehmersicht

Was ist das Schönste an einer Unternehmensgründung?

Sarah Voigtländer,
Geschäftsführerin, Wildfire GmbH:

Vieles, z.B. der neu gewonnene Raum für die eigene Kreativität, die Möglichkeit, die Welt nach den eigenen Vorstellungen zu verändern, und die spannenden, neuen Dinge, die man täglich erlebt.

Julian Handte,
Geschäftsführer,
ayondo GmbH:

Etwas zu erfinden, daraus eine Vision zu formulieren, diese umzusetzen und Schritt für Schritt zu verwirklichen, um dann zu erleben, wie sie vom Markt angenommen wird.



Julian Handte

Julian Handte,
Geschäftsführer, ayondo GmbH:

Förderprogramme sind essenziell für eine gute Innovations- und Entrepreneurship-Kultur eines jeden Landes. Bei ayondo hatten wir von Anfang an das Glück, dass Investoren im Boot waren, die unsere Visionen und die Leidenschaft für unsere neuartige Trading-Plattform geteilt haben.

Dr. Timo Ehmann,
Geschäftsführer,
Jusmeum GmbH:

Für sehr wichtig! Ideen brauchen Geld – deswegen ist es toll, dass es diese Angebote gibt. Jusmeum war durch das Exist-Programm gefördert, und ohne diese Mittel hätten wir es nicht geschafft. Auch die öffentlichen Seed-Investoren spielen natürlich eine wichtige Rolle im Markt. Mehr davon wäre besser.



Dr. Timo Ehmann

Dr. Timo Ehmann,
Geschäftsführer, Jusmeum GmbH:

Das Schönste an einer Unternehmensgründung ist es, etwas wachsen zu sehen. Es gibt wohl kaum eine kreativere Tätigkeit als Unternehmertum.

Wie wichtig sind die Angebote der öffentlichen Hand für die Finanzierung eines Start-ups?

Fritz Volkert,
Geschäftsführer, Micropelt GmbH:

Sie sind ungemein wichtig. Als kapitalintensives Unternehmen mit eigener Halbleiter-Fertigung profitieren wir beispielsweise erheblich von regionalen und europäischen Fördermaßnahmen. Neben SHS unterstützen uns beispielsweise die KfW Bankengruppe, die Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften von Baden-Württemberg und Sachsen-Anhalt oder die Investitionsbank Sachsen-Anhalt. Ohne sie würde es weder das Unternehmen noch die Serienfertigung unserer Thermoelektrik-Chips in Halle an der Saale geben.

Welche Ansprüche und Wünsche an Ihre Eigenkapitalgeber haben Sie über Geld hinaus?

Fritz Volkert,
Geschäftsführer, Micropelt GmbH:

Investoren sollten nahe an den Zielbranchen sein. Denn dann verfügen sie meist über gute Kontakte zu den entsprechenden Firmen. In unserem Fall helfen sie uns, Wege zu verkürzen und Entscheidungsprozesse zu beschleunigen. Gute und harmonische Zusammenarbeit innerhalb des Investorenkonsortiums, vor allem in Krisensituationen, sind jedem Start-up-Unternehmer zu wünschen. Das klappt bei uns hervorragend.

Sarah Voigtländer,
Geschäftsführerin, Wildfire GmbH:

Er muss ein Visionär sein. Er sollte neben dem geschäftlichen Gespür einen hohen Grad an Menschlichkeit besitzen. Ein Kapitalgeber, der in einem Start-up nur seine Rendite sieht, verliert unserer Meinung nach die Vision aus den Augen.

Julian Handte,
Geschäftsführer, ayondo GmbH:

Das regelmäßige unternehmerische Feedback ist von hohem Nutzen. Dieser konstruktive Dialog mit den Business Angels und anderen Investoren schärft die unternehmerischen Prioritäten. Das hilft, eine klare Linie zu behalten, auch in turbulenten Wachstumszeiten.

Ab wann und aus welchen Gründen sollte ein Gründer professionelle Berater engagieren?

Fritz Volkert,
Geschäftsführer,
Micropelt GmbH:

Das hängt sehr stark vom Background des Gründers ab. In der Regel werden von den Investoren formale Prozesse und Dokumentation, wie testierte Jahresabschlüsse, gefordert. Für mich als Ingenieur und Marketing-Spezialisten war es



Fritz Volkert

deshalb notwendig und sinnvoll, unter anderem für Recht, Steuern und Controlling professionelle Berater zu engagieren.

Sarah Voigtländer,
Geschäftsführerin,
Wildfire GmbH:

Eine Handvoll empfohlener Ansprechpartner in seinen notwendigen Bereichen sollte sich jeder Gründer von Beginn an zulegen. Die kann man schneller brauchen als erwartet. Verträge sollte jeder Gründer in jedem Fall von einem spezialisierten Berater prüfen lassen.



Sarah Voigtländer

Dr. Timo Ehmann,
Geschäftsführer, Jusmeum GmbH:

Berater kosten immer Geld, auch wenn die erbrachte Leistung nicht weiterhilft. Bevor man einen Auftrag vergibt, sollte man genau wissen, was man braucht und wer dafür geeignet ist. ■

Anzeige

...munich
network

Technology & Innovation Network

Wir unterstützen innovative Technologie-Start-ups auf der Suche nach

- > **Kapital**
- > **Strategischen Beteiligungen**
- > **Entwicklungskooperationen**
- > **Lizensierungsgeschäft**

mit einem **starken Netzwerk** und **unternehmerischem Know-how**.
Melden Sie sich an unter www.munichnetwork.com

Industriepartner:



Audi
Electronics Venture GmbH



Autodesk



BOSCH
Technik fürs Leben



Giesecke & Devrient



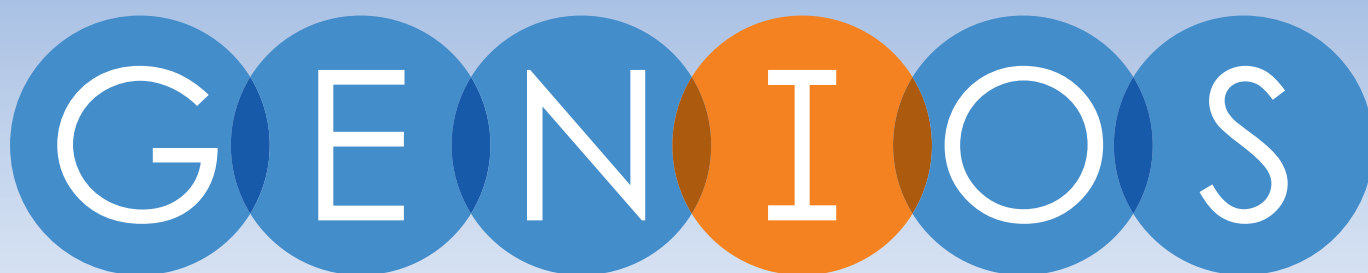
ROHDE & SCHWARZ

Munich Network – Netzwerk München e.V.

Prinzregentenstraße 18 | D-80538 München | Tel: +49-89-630253-0 | Fax: +49-89-630253-10 | technology@munichnetwork.com | munichnetwork.com

Events

Datum & Ort	Veranstalter	Event
14.–15.10.2011 Vallendar	WHU Otto Beisheim School of Management www.idea-lab.org	IdeaLab!2011 – Der Gründerkongress: Ideenaustausch zwischen Studenten, Gründern, etablierten Unternehmern, Wissenschaftlern und Investoren Teilnahme: ab 50 EUR
15.10.2011 Oestrich-Winkel	Gesellschaft zur Förderung der EBS Studentenschaft mbH www.ebspreneurship.de	EBSpreneurship Forum 2011: Deutschlands größte studentische Entrepreneurship Convention
17.–18.10.2011 Budapest	EVCA www.evca.eu	EVCA Venture Capital Forum 2011: Jahrestreffen der Venture Capital-Investoren innerhalb der EVCA Teilnahme: ab 495 EUR
19.10.2011 München	Venture Capital Club www.vc-munich.de	VC Club Stammtisch: Veranstaltung für Investoren, Gründer und Berater zum Austausch und Netzwerken Teilnahme: 13 EUR
20.10.2011 München	LMU Entrepreneurship Center www.entrepreneurship-center.uni-muenchen.de	Unternehmertag: Motto: Weltklasse-Unternehmertum, u.a. mit Franz Beckenbauer und Dietmar Hopp Teilnahme: kostenfrei
21.–22.10.2011 Berlin	Investitionsbank Berlin, Investitionsbank des Landes Brandenburg www.degut.de	Deutsche Gründer- und Unternehmertage (deGUT 2011): Messe rund um die Themen Existenzgründung und Unternehmertum Teilnahme: 10 EUR
26.10.2011 Bochum	Biotechnologische Studenteninitiative (bts) www.sciecon.bts-ev.de	ScieCon NRW: Firmenkontaktmesse für Studenten, Doktoranden und Absolventen aus dem Bereich Life Sciences Teilnahme: kostenfrei
26.10.2011 Ilmenau	Rapid Venture Accounting GmbH www.vc-campus.de	VC Campus 2011: Start-ups aus der Region treffen Investoren, Motto: Incubating Innovative Initiatives Teilnahme: kostenfrei
27.10.2011 München	Munich Network www.munichnetwork.com	2. Münchener Innovations-Konferenz: Netzwerktreffen von innovativen Unternehmern, Investoren, Wissenschaftler und anderen Entscheidungsträgern Teilnahme: ab 260 EUR
31.10.–2.11.2011 Düsseldorf	EBD Group AG www.ebdgroup.com	Bio-Europe 2011: Treffpunkt der europäischen Biotech-Industrie, Austausch mit Investoren Teilnahme: ab 1.900 EUR
1.11.2011 Zürich	Swiss Equity Medien AG www.cleantechday.ch	Swiss Equity cleantech day: Kongress zur aktuellen Branchenentwicklung in der Schweiz und international Teilnahme: 400 CHF
16.11.2011 Bensheim	F.A.Z.-Institut www.faz-institut.de	Gründerflirt: Veranstaltung für Gründer und Gründerinteressenten Teilnahme: kostenfrei
15.11.2011 Frankfurt	Haubrok Corporate Events GmbH www.haubrok.de	Haubrok Newcomer-Workshop: Praxisseminar 2011 für Börsen- und HV-Neulinge Teilnahme: 250 EUR
21.–23.11.2011 Frankfurt	Deutsche Börse, KfW Bankengruppe www.eigenkapitalforum.com	Deutsches Eigenkapitalforum: Etablierte und renommierte Veranstaltung für Investoren und kapitalsuchende Unternehmen Teilnahme: ab 350 EUR
07.12.2011 Frankfurt	Aurelia Private Equity www.aurelia-pe.de	VC-Meeting Frankfurt: Begegnung der hessischen Venture Capital-Szene Teilnahme: kostenfrei
14.12.2011 Zürich	Swiss Equity Medien AG www.equityfair.ch	Swiss Equity Fair: Investorenkonferenz für Wachstumsunternehmen Teilnahme: 250 EUR
20.–22.01.2012 Dresden	Ortec Messe und Kongress GmbH www.messe-karrierestart.de	Karriere Start 2012: Messe für Ausbildung, Studium, Weiterbildung, Personal, Existenzgründung und Unternehmensentwicklung
01.02.2012 Bonn	High-Tech Gründerfonds Management GmbH www.high-tech-gruenderfonds.de	High-Tech Partnering Conference: Konferenz für etablierte und junge Technologieunternehmen mit Branchenworkshops und Networking Teilnahme: kostenfrei
21.–22.03.2012 Berlin	Management Forum Starnberg GmbH www.trendforum.de	Trendforum 2012: Plattform zum Austausch über Zukunfts- und Trendforschung, Innovationsmanagement und Trendmarketing



Entscheidend mehr Wissen!

Sicher investieren? Als Finanzprofi wissen Sie, wie wichtig **zuverlässige und aktuelle Informationen** sind.

GENIOS bietet Ihnen genau das: **Firmen-, Finanz- und Marktdaten** sowie Fachinformationen aus den Bereichen Wirtschaft, Management, Unternehmen und Politik.

Sichern Sie sich Ihren Informationsvorsprung auf
www.genios.de

Fordern Sie bis zum
31. Dezember 2011
Ihr unverbindliches
Testangebot an unter
www.genios.de/testen_vc



GBI-Genios Deutsche Wirtschaftsdatenbank GmbH

Ein Unternehmen der Frankfurter Allgemeinen Zeitung
und der Verlagsgruppe Handelsblatt

Rework – Business intelligent & einfach

Warum Fünfjahrespläne aufstellen, wenn sich der Markt in einigen Wochen ohnehin komplett verändert hat? Warum ein Toptalent einstellen, obwohl man keine Stelle frei hat? Weshalb Kredite aufnehmen und sich von Investoren abhängig machen? Jason Fried und David Heinemeier Hansson, beide selbst erfahrene Unternehmer, räumen in ihrem Buch „Rework – Business intelligent & einfach“ mit gängigen – und aus ihrer Sicht unsinnigen – Glaubenssätzen von Managern auf und raten stattdessen zur Einfachheit: Produkte entwickeln, die man selbst gerne kaufen würde, Mitarbeiter einstellen, die noch ein Leben außerhalb der Arbeit haben, nicht blind nach Wachstum streben, sondern die ideale Unternehmensgröße erkennen. In kurzen, übersichtlichen Kapiteln und mit einer klaren, frischen Sprache wird der Leser dazu angeregt, sich und seinen eigenen Fähigkeiten zu vertrauen, statt anderen gefallen zu wollen. Die Lektüre dürfte Gründer wie erfahrene Unternehmenslenker zum Nachdenken anregen. *Erschienen im Riemann Verlag, 288 Seiten, 16,95 EUR.*



Die Entwicklung von Geschäftsideen

Aussichtsreiche Ideen für neue Geschäftsfelder entstehen nicht zufällig, sondern können mithilfe eines strukturierten Verfahrens planmäßig erzeugt werden. Hierfür sei ein systematischer Prozess zur Ideengenerierung und -evaluierung erforderlich, ist Tom H. Lautenbacher überzeugt. Folgerichtig hat er „Die Entwicklung von Geschäftsideen“ in einem Buch zusammengetragen. Dieses möchte ein „Leitfaden zur systematischen Erzeugung, Bewertung und Auswahl von Ideen für neue Geschäftsfelder im Rahmen des Internal Corporate Venturing“ sein, so der Untertitel. Anhand eines Praxisbeispiels wird ein Prozessmodell vorgestellt, das eben als dieser Leitfaden dient. Für die Umsetzung des gesamten Prozessmodells wurden Tools und Vorlagen entwickelt, die dem Leser zum Download bereitstehen. Dieses Buch richtet sich an Praktiker aus dem Umfeld Venture Management, Innovationsmanagement, New Business Development und Corporate Entrepreneurship sowie an interessierte Dozenten und Studierende der Wirtschaftswissenschaften. *Erschienen bei VDM, 190 Seiten, 79 EUR.*



Geschäftsmodelle für Inkubatoren: Strategien, Konzepte, Handlungsempfehlungen

Inkubatoren unterstützen Unternehmensgründer beim Aufbau der eigenen Firma: Sie stellen Bürofläche und Laboratorien zur Verfügung, bieten Coachings und eine Plattform für den Austausch mit anderen Gründern und mit Investoren. Während die positiven Auswirkungen von Inkubatoren auf die darin angesiedelten Start-ups bereits in einer Reihe von Studien analysiert wurden, hat die Forschung bislang einen Aspekt völlig übersehen: Inkubatoren sind selbst Unternehmen, die ein Geschäftsmodell und finanzielle Mittel benötigen. Jan Alberti geht in „Geschäftsmodelle für Inkubatoren: Strategien, Konzepte, Handlungsempfehlungen“ erstmals auf breiter wissenschaftlicher Basis der Frage nach, wie Inkubatoren wirtschaften und ihre Finanzierung dauerhaft sicherstellen. Dazu untersuchte er die Geschäftsmodelle von 18 Inkubatoren weltweit und wertete außerdem zahlreiche wissenschaftliche Studien zum Thema aus. Damit bietet der Autor einen wertvollen Überblick über den aktuellen Forschungsstand. *Erschienen bei Gabler, 214 Seiten, 59,95 EUR.*



Crowdsourcing – Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz

Zu welcher Leistung eine undefinierbare Masse, die sogenannte Crowd, fähig ist, nimmt die breite Öffentlichkeit vor allem über das von zahllosen Freiwilligen gepflegte Nachschlagewerk Wikipedia wahr. Daneben gibt es aber noch andere Ansätze, die sich auch Start-ups zunutze machen können: neben der Finanzierung via Crowdfunding etwa das „Crowdsourcing – Innovationsmanagement mit Schwarmintelligenz“. Unter diesem Titel hat jetzt Oliver Gassmann, Professor für Innovationsmanagement an der Universität St. Gallen, ein praxisorientiertes Buch mit Beiträgen von führenden Autoren aus Wissenschaft und Unternehmenspraxis veröffentlicht. Das Werk zeigt Wege auf, wie Crowdsourcing gewinnbringend genutzt und konkret umgesetzt werden kann. Sprich: Wie sich Kunden, externe Experten, aber auch unbeteiligte Amateure mithilfe des Internets aktiv in den Innovationsprozess eines Unternehmens einbeziehen lassen. Fallbeispiele und Checklisten runden das Buch ab. *Erschienen im Carl Hanser Verlag, 203 Seiten, 39,90 EUR.*



Start-up 2012

Sponsoren der Sonderausgabe im Portrait



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 TEUR ausgereicht werden. Folgefinanzierungen sind im Einzelfall möglich (SFB-Anteil max. 300 TEUR). Allein kann der SFB bis zu 250 TEUR 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 TEUR bereitgestellt.

Der Clusterfonds Innovation reicht Beteiligungskapital in Höhe von max. 2 Mio. Euro in Kooperation mit einem privaten Leadinvestor aus. Nach aktuellem EU-Recht ist ein paritätischer Mitteleinsatz von Clusterfonds Innovation und Leadinvestor erforderlich.

In gleicher Weise arbeitet im Schwerpunkt ländlicher Raum der Clusterfonds EFRE Bayern. Als Besonderheit kann der Clusterfonds EFRE Bayern in sogenannten C-Fördergebieten bis zu 70% der gemeinsam mit dem Leadinvestor erbrachten Beteiligungssumme investieren.

www.bayernkapital.de



ENJOY | VENTURE

EnjoyVenture ist eine unternehmergeführte Beteiligungsgesellschaft für Seed- und Start-Up-Finanzierungen innovativer Technologieunternehmen. Sitz der Gesellschaft ist Düsseldorf, durch Büros in Hannover und Gelsenkirchen wird die regionale Nähe zu den Portfoliounternehmen sichergestellt. Der Investmentfokus liegt in den Bereichen ausgewählter IT / Software-Lösungen, Nano-/Mikrosystemtechnik, Fertigungs-/Automatisierungstechnik, Medizintechnik und Telekommunikation. Besondere Expertise hat EnjoyVenture in der Strukturierung von Spin Off-Finanzierungen aus Konzernen und technisch-wissenschaftlichen Institutionen.

Aktives Coaching, intensive Netzwerkkontakte und Managementbegleitung gehören zum Selbstverständnis von EnjoyVenture als Industrial Adviser und Investor. Der EnjoyVenture-Partnerkreis zeichnet sich durch langjährige Unternehmer-, Finanzierungs- und Industrie-Expertise und den damit verbundenen Netzwerken aus. Seit der Gründung im Januar 2000 hat EnjoyVenture über 45 Unternehmensgründungen begleitet. Aktuell verwaltet EnjoyVenture vier Venture Capital-Fonds mit einem Gesamtvolumen von mehr als 50 Mio. EUR.

www.enjoyventure.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 Beteiligung voraussichtlich 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 ist eine Investment-Holding mit spezialisierten Investmentvehikeln. Zu Mountain Partners gehören die Gesellschaften Mountain Super Angel AG, die Cleantech Invest AG, der Mountain Cleantech Fund II, der Inkubator Rheingau Founders GmbH sowie die RFID-Industrieholding Identive Group. Das Portfolio der Mountain Partners Group umfasst außerdem die Taishan Invest AG für den chinesischen Markt. Darüber hinaus ist das Unternehmen mit 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 „institutionalisierter Business Angel“. Den Portfoliounternehmen wird damit nicht nur Kapital, sondern auch der Zugang zu einem weltumspannenden Netzwerk an anerkannten Business Angels und somit einzigartiges Know-how zur Verfügung gestellt. Durch diese Verknüpfung von Mountain Partners zu ausgewiesenen Experten wird oftmals gemeinsam mit hochkarätigen Co-Investoren investiert. Dadurch unterstützt die Mountain Partner Group ihre Portfolio-Unternehmen aktiv beim Wachstum. Als Investoren konnten ein exklusiver Kreis an herausragenden Business Angels, Serial Entrepreneurs, institutionellen Investoren aus Europa, China und den USA sowie arabische Familien gewonnen werden.

www.mountain-partners.ch



Mountain Club

Für Investoren von Venture Capital oder Private Equity sind Suche und Auswahl geeigneter Unternehmen in der Regel mit hohem persönlichen, zeitlichen und finanziellen Einsatz verbunden. Die Mountain Club AG vereinfacht diesen Prozess. Das im Sommer 2010 gestartete Unternehmen bedient sich dazu eines eigens entwickelten Internet-Portals als zentralem Forum. Hier finden Mitglieder geprüfte Angebote zur direkten Beteiligung an Unternehmen aller Größen und Branchen. Vom Start-up bis hin zum international agierenden Global Player auf dem Weg zum IPO. Der Club liefert ihnen alle relevanten Informationen zur Entscheidungsfindung. Über

die Kooperation mit einer Schweizer Großbank wurde zudem eine innovative e-Banking-Lösung speziell für non-listed Securities geschaffen, die neben den zum Online-Kauf nötigen Transaktionen auch aktuelle Daten zur weiteren Entwicklung des Investments bereitstellt. Im ersten Geschäftsjahr wurden 19 Beteiligungen mit einem Volumen von knapp 73 Mio. EUR im Markt platziert. Neben der digitalen Präsenz bietet der Club seinen Mitgliedern zudem zahlreiche Events auf höchstem Niveau.

www.mountain-club.ag

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



Osborne Clarke ist eine große wirtschafts- und steuerberatende Rechtsanwaltssozietät mit Büros u.a. in Köln und München. Durch unsere Partnerkanzleien innerhalb der Osborne Clarke Alliance sind wir in allen wichtigen Metropolen Europas und im Silicon Valley (USA) vertreten. Dabei beraten wir insbesondere im Gesellschafts- und Steuerrecht, im IT-Recht und Gewerblichen Rechtsschutz, im Arbeits-, Vertriebs- und Immobilienrecht.

Unsere Mandanten finden sich größtenteils im Mittelstand mit einem Fokus im IT- und Technologiebereich sowie im Bereich der Venture Capital- und Private Equity-Fonds. Darüber hinaus betreuen wir von jeher bundesweit auch

viele Start-ups und junge Wachstumsunternehmen. Häufig stehen dabei Fragen der Unternehmensgründung und -finanzierung, insbesondere durch Venture Capital oder andere Gründungsfinanzierungen, im Vordergrund.

Osborne Clarke ist offizieller Sponsor des Gründungsforums NUK Netzwerk und Know-how in Köln und des Business Angels Netzwerks BAND. Carsten Schneider, Nicolas Gabrysch und Konstantin Ewald sind regelmäßig als Referenten auf Venture Capital-Veranstaltungen sowie als Autoren im VentureCapital Magazin vertreten.

www.osborneclarke.de

Steinbeis-Transferzentrum Technologiebewertung und Innovationsberatung TIB

Das Steinbeis-Transferzentrum Technologiebewertung und Innovationsberatung (TIB) bewertet seit 1998 Technologien, Innovationen, Märkte und Patente.

Die Bewertungen werden mit Hilfe eines modular aufgebauten Gutachtensystems (NTG – Netzwerk für Markt- und Technologiegutachten), das ausschließlich vom Steinbeis-Transferzentrum TIB in Mannheim angeboten wird, vorgenommen. Die NTG-Gutachtensystematik ist speziell auf die Bedürfnisse und Anforderungen von VC-Gesellschaften und Banken ausgerichtet. So können Finanzierungsrisiken und unternehmerische Schwachstellen im Vorfeld einer Finanzierungsentscheidung kompetent eingeschätzt werden.

Zur Bearbeitung der Gutachten verfügt das Steinbeis-Transferzentrum TIB über ein weitverzweigtes Experten-

netzwerk, das derzeit über 1.700 Experten aus unterschiedlichsten Technologiebereichen umfasst. Die Experten stammen aus dem Steinbeis-Verbund, der Fraunhofer-Gesellschaft sowie freien und universitären Forschungseinrichtungen. Darüber hinaus arbeitet das Steinbeis-Transferzentrum TIB mit selbstständigen Wirtschaftsprüfern und Ingenieuren zusammen.

Durch das breite Spektrum an wissenschaftlich-theoretischer als auch praxisorientierter Expertise können Fragestellungen in nahezu allen Technologiebereichen auf höchstem Niveau in kürzester Zeit bearbeitet werden.

Weitere Information rund um das Thema Bewertung unter

www.steinbeis-tib.de

Inserentenverzeichnis

ALFRED WIEDER AG (MIG FONDS)	U4
AURELIA PRIVATE EQUITY	67
BUSINESS ANGELS AGENTUR RUHR	45
BAYERN KAPITAL	59
CORPORATE FINANCE PARTNERS	U3
CIPIO PARTNERS	12
DIWA DÜSSELDORFER INNOVATIONS- UND WISSENSCHAFTS-AGENTUR	63
E/CAPITAL ENTREPRENEURIAL PARTNERS	53
EGO.-BUSINESS NETZWERK FÜR UNTERNEH- MENSGRÜNDUNGEN IN SACHSEN-ANHALT	15
ENJOYVENTURE	23
GATE – GARCHINGER TECHNOLOGIE- UND GRÜNDERZENTRUM	55
GBI – GENIOS DEUTSCHE WIRTSCHAFTSDATENBANK	91
HIGH-TECH GRÜNDERFONDS MANAGEMENT	37
IBB BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT	61
INVESTFORUM SACHSEN-ANHALT	75
INNOVATIONS- UND GRÜNDERZENTRUM BIOTECHNOLOGIE IZB	73
LFÄ FÖRDERBANK BAYERN	21
MOUNTAIN CLUB	33
MUNICH NETWORK – NETZWERK MÜNCHEN	89
NRW.BANK	7
ORTEC	97
OSBORNE CLARKE	41
PÖLLATH + PARTNERS	U2
RAPID VENTURE ACCOUNTING	81
S-REFIT	79
SCIENCE4LIFE	35
SEVENTURE PARTNERS	19
SHS GESELLSCHAFT FÜR BETEILIGUNGSMANAGEMENT	57
SPARKASSEN-FINANZGRUPPE	9
START-MESSE	50
TENGELMANN VENTURES	77
TECHNOLOGIEGRÜNDERFONDS SACHSEN MANAGEMENT	39
TRIANGLE VENTURE CAPITAL GROUP MANAGEMENT	43
TECHNOLOGIEZENTRUM DRESDEN	5
TECHNOLOGIEZENTRUM LUDWIGSHAFEN AM RHEIN	3
UNTERNEHMERTUM	71
WEITNAUER	29
XANGE PRIVATE EQUITY	25

Impressum

VentureCapital Magazin

12. Jahrgang 2011, Sonderausgabe „Start-up 2012“

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 (Redaktionsleitung), Susanne Gläser,
Markus Hofelich, Mathias Renz (Objektleitung)

Mitarbeit an dieser Ausgabe: Ernst Burgbacher, Friedrich-Wilhelm
Corzilius, Holger Garbs, Dr. Bernd Geiger, Andy Goldstein, Dr. Sandra
Gottschalk, Dr. Ute Günther, Dr. Edelbert Häfele, Dajana Hentschel,
Ulrike Hinrichs, Torsten Holler, Dr. Roland Kirchhof, Marc Kley, Dr. Jürgen
Marchart, David Müller, Jens Munk, Dr. Michaela Niefert, Claas H. Nieraad,
Martin Pacht, Dr. Günther Prohl, Lars Radau, Dr. Udo Rettweiler, Dr.
Carsten Rudolph, Sören Schuster, Esther Schwarzfischer-Mischkowski,
Christian Seegers, Christian Tönies, Dr. Wolfgang Weitnauer, Christian
Weyers

Interviewpartner: Dr. Michael Friebe, Prof. Dr. Ronald Gleich, Waldemar
Jantz, Ciaran O'Leary, J.-Wolfgang Posselt, Dr. Helmut Schönenberger,
Michael See, Jean-Pierre Vuilleumier, Dr. Peter Wolff, Dr. Peter Hanns
Zobel

Lektorat: Sabine Klug, Magdalena Lammel

Gestaltung: Holger Aderhold, Andreas Potthoff

Bilder: Bilderbox, Fotolia, Pixelio, Photodisc

Titelbild: © Carsten Reisinger/Fotolia.com, eigene Komposition

Anzeigen: An den Verlag. Gültig ist Preisliste Nr. 4 vom 1. November 2006

Anzeigen: Denise Hoser, Claudia Kerszt
Tel.: 089-2000339-30, 089-2000339-52, Fax: 089-2000339-39

Erscheinungstermine 2011: 28.01. (2/11), 25.02. (3/11), 25.03. (4/11), 21.04.
(5/11), 27.05. (6/11), 24.06. (7-8/11), 26.08. (9/11), 23.09. (10/11), 28.10.
(11/11), 25.11. (12/11), 16.12. (1/12)
Sonderausgaben: 16.07. (Tech-Guide 2011), 8.10. (Start-up 2012)

Preise: Einzelpreis 12,50 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 & Callwey Medien GmbH, Forstinning

Haftung und Hinweise: Artikeln, Empfehlungen und Tabellen liegen Quellen
zugrunde, welche die Redaktion für verlässlich hält. Eine Garantie für die
Richtigkeit der Angaben kann allerdings nicht übernommen werden. Bei
allen eingesandten Beiträgen behält sich die Redaktion Kürzungen oder
Nichtabdruck vor.

Nachdruck: © 2011 GoingPublic Media AG, München. Alle Rechte, ins-
besondere 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 978-3-943021-12-7, ZKZ 53974

Karriere Start 2012

Die Bildungs-, Job- und
Gründermesse in Sachsen

MESSE DRESDEN 20.–22. Januar

Fr. 9–17 Uhr, Sa./So. 10–17 Uhr

Schwerpunkthemen

- Gründung
- Selbständigkeit
- Unternehmensentwicklung
- Kundengewinnung/Marketing
- Bildung, Beruf, Personal

KarriereStart – seit vielen Jahren eine der bekanntesten Messen ihrer Art in Deutschland – führt bereits zum 14. Mal die verschiedenen arbeitsmarktrelevanten Themenbereiche Bildung, Beruf, Personal, Gründung unter einem Dach am starken Wirtschaftsstandort Dresden zusammen. Sie ist der zentrale Anlaufpunkt für Gründungsinteressierte, Existenzgründer und Unternehmer. Einzelinitiativen zur Gründerberatung werden gebündelt – von der Geschäftsidee über das Unternehmenskonzept, Finanzierung und Förderung bis zu Personalentwicklung, Marketing, Vertrieb, Recht, Steuern oder Unternehmensübergabe. Die enge Zusammenarbeit mit starken und kompetenten Partnern sichert und fördert die Aktualität und Qualität der Themen.



Auszug Vortragsthemen:

- ▶ Gründertipps für's 1. Jahr – Worauf es beim Unternehmensstart ankommt
Die Arbeitsbeschaffer, Gera
- ▶ Der Gründungszuschuss zur sozialen Absicherung in der Gründungsphase
Agentur für Arbeit Dresden
- ▶ Nebenberufliche Selbständigkeit – die Rahmenbedingungen und Tipps für die praktische Umsetzung
Muchowitsch Unternehmensberatung GmbH, Dresden
- ▶ Vortragsreihe zur Gründung und Selbständigkeit der Handwerkskammer Dresden
Handwerkskammer Dresden
- ▶ Wie gestalte ich die NachFOLGE RICHTIG? Chancen und Herausforderungen für einen Unternehmensnachfolger
FOLGERICHTIG – Nachfolgenetzwerk für die Region Dresden – Dresden exists, Industrie- und Handelskammer Dresden, Ostsächsische Sparkasse Dresden

Änderungen vorbehalten!

Aktuelle Informationen 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

☺ IHRE FREUNDLICHE MESSE



Ideeller Träger:



Landeshauptstadt Dresden
Amt für Wirtschaftsförderung

Mission möglich!

Erfolgreich gründen in Deutschland

Im Jahr 1983 habe ich in Wien, später in München meine erste Softwarefirma gegründet, zwölf Jahre, bevor das Internet überhaupt zum Thema wurde. Trotzdem gab es in den frühen 80er-Jahren in Deutschland schon ein sehr starkes „Net“, das oftmals noch immer das größte Hindernis für eine wirklich unternehmerische Kultur in Deutschland ist. Ich spreche vom „Hamma net“ – wie wir in Bayern sagen – und vom „Gibt's net“ und „Geht net“. Als Mitgründer und Geschäftsführer der German Entrepreneurship GmbH setze ich heute unser eigenes Motto dagegen.

Amerikanische Kultur des Neuen

Oft werde ich als gebürtiger Amerikaner gefragt, ob es nicht einfacher und klüger ist, eine Firma in den Vereinigten Staaten zu gründen. Meine Antwort lautet: „Nein.“ Den wichtigsten Vorteil, den meine Landsleute haben, ist eine entsprechende „Kultur“: die Kultur, Neues zu begrüßen und positiv anzunehmen. Amerikaner sagen eben nicht „Hamma net“. Was in Deutschland fehlt, um aus einem Land der Ideen auch ein Land der Gründer zu machen, ist ein neues Selbstverständnis, das auch gelebt werden muss. Und deshalb lautet mein Motto: „Mission möglich!“

Staatliche Förderung ist top

Wenn ich die Gründungslandschaft in Deutschland betrachte, kann ich nur sagen: „Hut ab.“ Hätte ich den Staat für seine Gründerunterstützung zu benoten, würde ich eine glatte Eins vergeben und sagen: „Weiter so.“ Eine amerikanische Kollegin glaubte mir zuletzt nicht, was ich ihr über das Exist-Gründerstipendium oder den Gründerzuschuss erzählte. Wir stehen in Deutschland aber durchaus vor Herausforderungen – und eine davon ist im Vergleich zu den Vereinigten Staaten sicher ein Mangel an Investoren bzw. Risikokapital. Dafür gibt es dort aber eben keinen High-Tech Gründerfonds und kein Exist-Programm.

Mehr Zeit fürs Geschäft

Meiner Meinung nach verbringen wir zu viel Zeit damit, Gründern beizubringen, wie sie Kapital einsammeln können, statt ihnen beizubringen, ihr Produkt zu verkaufen. Wenn 90% der Zeit für Kapitalsuche in den Aufbau eines Vertriebs und eines Kundenstamms investiert würden, würden die Gründer schneller und am Ende

auch mehr Geld verdienen. Diesen Weg müssen wir verfolgen, und genau dies versuche ich als Executive Director des LMU Entrepreneurship Centers zu tun. Dort haben wir zuletzt Meilensteine für die Start-ups eingeführt, die größtenteils vertriebs- und marketingorientiert sind.

Make your own money!

Am Ende profitieren davon auch die Venture Capital-Geber. Diese haben nämlich in Deutschland das Problem, dass sich die Erträge auf ihr eingesetztes Kapital lange Zeit nicht gut entwickelt haben. Von wenigen spektakulären Erfolgsgeschichten wie z.B. Google abgesehen, sind die Zahlen in den USA auch nicht besser. Aber die Situation in Deutschland hat sich in den letzten Jahren verändert und die Erträge der Venture Capital-Fonds entwickeln sich positiv. Der Grund ist, dass immer bessere und sicherere Firmen für Investments gesucht werden und Venture Capital-Gesellschaften heute oft gar keine „Risikokapital“-Geber mehr sind. Deshalb ist meine Botschaft an die Gründer: „Mission möglich! Make your own money!“ Deutschland ist weltweit eines der besten Länder, um zu gründen. Starten Sie mit Ihrer Idee, stehen Sie auf eigenen Beinen! Haben Sie das geschafft, dann werden die Kapitalgeber Sie wahrnehmen und auf Sie zukommen. Kurz gesagt: „Mission möglich!“ ■

Zum Autor



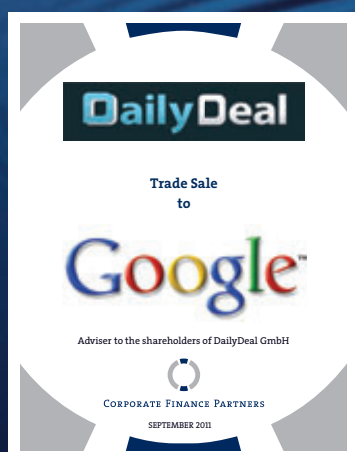
Andy Goldstein ist ein Serial Entrepreneur und leitet heute das LMU Entrepreneurship Center (LMU EC) sowie die dort angesiedelte German Entrepreneurship GmbH. Das LMU EC stellt Angebote für Studierende, Start-ups, mittelständische und große Unternehmen und gründungsinteressierte Privatpersonen bereit. Goldstein verfügt über jahrzehntelange Erfahrungen im erfolgreichen Aufbau von Unternehmen und tritt regelmäßig als Redner auf Branchenkonferenzen auf.



CORPORATE FINANCE PARTNERS

Mergers & Acquisitions

Sector Focus on
TMT, INTERNET AND LIFE SCIENCES



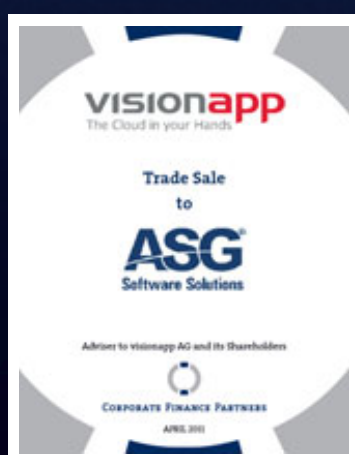
TRADE SALE
Client: DailyDeal
Sector: Internet/Online Couponing



SALE
Client: Ensogo
Sector: Internet/Online Couponing



TRADE SALE
Client: Nextag
Sector: Internet/Price Comparison



TRADE SALE
Client: visionapp
Sector: Software/Cloud Computing



TRADE SALE
Client: redcoon
Sector: Internet/E-Commerce



TRADE SALE
Client: brands4friends
Sector: Internet/E-Commerce

Corporate Finance Partners CFP Beratungs-GmbH

Kennedyallee 70a • 60596 Frankfurt am Main

Phone: (+49) 69-907476-12 • Fax: (+49) 69-907476-70

www.cfpartners.com

Frankfurt • Berlin • Hamburg • Vienna • Budapest • San Francisco • New York • Tokyo

SUBSTANZ ENTSCHEIDET!



IDENT Technology AG – Führender Technologieanbieter im Bereich intelligenter Sensorsysteme für neuartige Benutzerschnittstellen mobiler Endgeräte

Die Lösungen von IDENT revolutionieren das User Interface von Mobiltelefonen, Notebooks, Computermäusen und ähnlichen Geräten, inspirieren zu neuen ergonomischen Designs und bieten eine **völlig neuartige dreidimensionale berührungslose Steuerung mittels Handgesten**

IDENT Technology AG, ein **Beteiligungsunternehmen der MIG Fonds**.



09/2011: **Robert Bosch VC** beteiligt sich an der IDENT Technology AG
10/2011: Strategische Partnerschaft mit **AU Optronics (AUO)**, in deren Rahmen man 2D- und 3D-Displays mit Bewegungserkennung und gleichzeitiger Multitouch-Unterstützung schaffen will

Wir finanzieren Spitzentechnologien!

Innovative Unternehmen aus Österreich und Deutschland setzen weltweit neue Standards in potenzialträchtigen Spitzentechnologien. Wachsende Märkte aus den Bereichen Energieeffizienz, 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