

VentureCapital Magazin

Das Magazin für Investoren und Entrepreneur



Jetzt App laden und
E-Paper lesen!

www.vc-magazin.de

Sonderausgabe



Start-up 2015

Der Wegweiser für Gründerhelden

powered by



now or never?

Don't hesitate. Create.





Die Liga der Supergründer

Liebe Leserinnen und Leser,

während die Deutschen in der Breite einer Unternehmensgründung nicht allzu viel abgewinnen können – dies legt zumindest der aktuelle KfW-Gründungsmonitor nahe –, avancieren Start-ups mehr und mehr zu Sympathieträgern. Politik und Wirtschaft sehen in ihnen mehr als nur „so'n Projekt“ von Berliner Hipstern. Und das vollkommen zu Recht. Längst hat sich in Deutschland eine Gründerlandschaft etabliert, die kein geringeres Ziel verfolgt, als die bestehenden Systeme oder Märkte grundlegend umzuwälzen. Bei den Medien ist dieser Prozess bereits in vollem Gange, und auch im Bereich Shopping/Retail nimmt er mehr und mehr Fahrt auf. Das nächste Feld, auf das Gründer und Investoren ein Auge geworfen haben, ist der Banken- und Finanzsektor.

Wie ernst Start-ups inzwischen genommen werden, lässt sich auch an der Aufmerksamkeit ablesen, die ihnen entgegengebracht wird. So sind Reisen ins Silicon Valley oder nach Tel Aviv für Politiker, insbesondere aus den Wirtschaftsministerien von Bund und Ländern, in den letzten Monaten zu einem absoluten Muss geworden. Auch gibt es eine wachsende Zahl an Initiativen der öffentlichen Hand, wie der jüngst gestartete VC Fonds Baden-Württemberg, mit denen die Start-up-Szene gefördert werden soll.

Und auch die Wirtschaft reagiert auf die Bedrohung, die der digitale Wandel für ihre bisherigen Geschäftsfelder darstellt. Die Ausprägungen sind dabei durchaus unterschiedlich und reichen von Accelerator- und Inkubator-Programmen bis hin zu eigenen Venture Capital-Armen, mithilfe derer möglichst frühzeitig potenzielle zukünftige Konkurrenten zugekauft oder zumindest an deren Erfolg partizipiert werden soll. Noch einen Schritt weiter geht beispielsweise der Medien-Konzern Axel Springer. Nach zahlreichen Zukäufen und Beteiligungen an Digitalunternehmen vergleicht sich der Berliner Verlag selbst in seinem vor Start-up-Buzzwords strotzenden Recruiting-Video mit den aufstrebenden Jungunternehmen. Kurz zu sehen ist übrigens auch Bild-Chefredakteur Kai Diekmann, der nach seinem einjährigen Aufenthalt im Silicon Valley den digitalen



Benjamin Heimlich, Redakteur

Wandel so sehr aufgesogen zu haben scheint, dass er seine Gelfrisur gegen einen ausgewachsenen Nerd-Bart eingetauscht hat.

Ob Letzterer wirklich notwendig ist, um Start-ups zu verstehen und erfolgreich zu machen, lässt sich noch nicht abschließend sagen. Allerdings wurden die drei erfolgreichsten Spieler der deutschen Digitalwirtschaft, die Brüder Marc, Oliver und Alexander Samwer, bislang stets glatt rasiert gesehen. Und auch wenn die Börsengänge ihrer Unternehmen Rocket Internet und Zalando zu Beginn etwas holprig verlaufen sind, sind sie ein wichtiges Zeichen für die deutsche Gründer- und Investorenlandschaft: Börsengänge deutscher Internet-Unternehmen sind hierzulande mehr als 14 Jahre nach dem Platzen der Dotcom-Blase wieder möglich.

Doch damit sich Politiker im Glanz Eures Start-ups sonnen wollen, Konzerne Euch kaufen möchten, damit Ihr sie nicht in ein paar Jahren überholt, oder auch für Euer Start-up einmal die Börsenglocke läutet, solltet Ihr vom Start weg vorbereitet sein. Daher haben wir in diesem Heft so viele nützliche Gadgets rund um das Thema Unternehmensgründer zusammengestellt, dass selbst Batman (in seiner zweiten Identität übrigens mit Wayne Enterprises ein äußerst erfolgreicher Entrepreneur) neidisch würde. Eurem Weg in die Liga der Supergründer sollte also nicht mehr viel im Weg stehen. ■

Eine aufschlussreiche Lektüre wünscht Euch

benjamin.heimlich@vc-magazin.de



WIR SIND MULTICONSULT ...

die Unternehmensberatung,
die auch in der Umsetzungsphase
noch an Ihrer Seite ist!

- 1. Kapitalbeschaffung**
direkter Zugang zu VC-Gesellschaften, Family Offices, Investoren
- 2. maßgeschneiderte Beratungskonzepte**
Analyse, Maßnahmen, Umsetzung
- 3. Networking**
Kontakte, Beziehungen, Synergien
- 4. Unternehmercoaching**
Anforderungen, Antworten, Begleitung
- 5. Wissensvermittlung**
Beratung, Seminare, Workshops

KONTAKT

Multiconsult Strategy GmbH
Westendstraße 160
80339 München

www.multiconsult-muenchen.de

email: info@multiconsult-muenchen.de
telefon: +49 (0) 89 12 11 58 0

Inhalt

- 3 Editorial
Die Liga der Supergründer

Einführung

- 6 Verdrossenheit oder Aufbruchsstimmung?
Neue (Start-up-)Helden braucht das Land
- 10 Biotech-Gründungen: Wachsendes Potenzial
mit alten Herausforderungen
Der Weg bleibt steinig
- 12 Die Situation für IT-Unternehmen in Deutschland
**Goldene Zeiten für Investoren,
magere Zeiten für Gründer?**
- 14 Cleantech-Gründungen in Deutschland
müssen sich behaupten
Auf dem Weg zurück an die Spitze?
- 16 Interview mit Andreas Thümmler,
Corporate Finance Partners
**„Execution ist mindestens
genauso wichtig wie Innovation“**
- 18 **Mein Erfolgsrezept in drei Sätzen**

Get ready

- 20 In den ersten zehn bis 30 Sekunden
die volle Aufmerksamkeit bekommen
**Wie sich Start-ups auf die Ansprache
von Investoren vorbereiten sollten**
Bodo Maxeiner, Multiconsult
- 22 Der neue Kult ums Scheitern
Was ist dran an „fail fast, fail often“?
Christoph Biallas, 8seeds
- 24 Sie liebten und sie hassten sich
**Erfolgsfaktor Gründerteam –
die Kunst des kooperativen Gründens**
Prof. Dr. Dr. Claudius Schikora, Claas Triebel,
Hochschule für Angewandtes Management Erding
- 26 Entrepreneurship-Ausbildung in Deutschland
Wie lehrt man Deutschland Gründergeist?
- 28 Gründen mit Struktur
Businessplan: schreiben, leben, weiterentwickeln
Harald Wagner, Münchener Businessplan Wettbewerb,
Christian Stürmer, Businessplan Wettbewerb Nordbayern

- 30 Wettbewerbe bringen Euch nach vorn
Durchstarten im Businessplan-Wettbewerb

- 34 Interview mit Dr. Michael Brandkamp,
Dr. Andreas Förster und Hans-Peter Ilgner
**„Naturwissenschaftler bekommen das ‚Gründungsgen‘
nicht unbedingt im Studium vermittelt“**

- 36 Internationale Kapitalsuche
**Hohe professionelle Anforderungen
für junge Technologieunternehmen**
Mungo Park, Innovator Capital

Get financed

- 38 Wenn Konzerne Start-ups unterstützen
**Auf der Suche nach interessanten Innovationen
(und neuen Märkten)**
- 40 Vielfältige Finanzierungsmöglichkeiten
**Crowd, Business Angels, Family Offices,
Venture Capital-Gesellschaften, Fördergelder –
Zu wem passt was?**

Gründer-Guide

- 43 **Hier werdet Ihr geholfen**

Get financed

- 59 Inkubatoren und Acceleratoren in Deutschland
Brutstätten für Gründer im neuen Boom
- 62 Interview mit Dr. Michael Brandkamp und
Dr. Alexander von Frankenberg, High-Tech Gründerfonds
„Es gibt mehr Qualität und Know-how im Ökosystem“
- 64 Öffentliche Fördermittel –
Alternative zum klassischen Investor?
**Für wen sind staatliche Töpfe geeignet
und was muss man dafür tun**
Ruth Cremer, euworx
- 66 **Sentiment I** Die Start-up-Landschaft aus Investorensicht
Wir fragen, Venture Capital-Geber antworten
- 70 **Wer ist der richtige Kapitalgeber für Euch?**



Be safe

- 74 Die IP-Due Diligence
Der Stolperstein vieler Finanzierungen
Dr. Jörk Zwicker, ZSP Patentanwälte
- 76 Zusätzlicher Schub für Start-ups
Wer unverblümete Meinung sucht, sollte einen Beirat ins Leben rufen
Alexander Wink, Korn Ferry
- 78 Unternehmensanteile als Motivation
Start-ups und Mitarbeiterbeteiligung
Dr. Stefan Heyder, Görg
- 80 Ein trockenes, aber wichtiges Thema
Die Erstellung des Jahresabschlusses für Start-ups – was ist in der Praxis zu beachten?
Benjamin Feldmann, RBS RoeverBroennerSusat
- 82 Drum prüfe, noch bevor Du gründest
Am Anfang steht die Wahl der richtigen Rechtsform
Dr. Tobias Schönhaar,
Weitnauer Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater
- 84 Zwischen Vesting, Tag Along und Liquidationspräferenzen
Was steht in meinem Beteiligungsvertrag?
Felix Stützer, Andreas Metzner, Baker Tilly Roelfs
- 86 Der neue Mini-One-Stop-Shop
Viel mehr als nur irgendeine Vereinfachungsregel im (Umsatz-)Steuerrecht
Stefan Mayer-Ehrling, EY

How-to?

- 88 Bedeutung öffentlicher Beteiligungsgesellschaften in Deutschland
Der Staat als Venture Capital-Investor
Dr. Lorenz Jellinghaus, Dr. Bernhard Noreisch, Lutz Abel
- 92 Kapitalbeschaffung deutscher Start-ups in den USA
Welches ist das richtige Set-up?
Jens Röhrborn, Elizabeth Napjus Hudson, Röhrborn, LLP
- 94 Outsourcing
Small is Business
- 96 Was tun, wenn der Kaufinteressent anknüpft?
„Die glorreichen Sieben – 7 Grundregeln für den Exit“
Hanno Hepke, Warth & Klein Grant Thornton
- 100 Zehn Tipps für Gründer
Wie viel Social Media brauchen Start-ups
Tilo Bonow, piäbo
- 102 Online-Matchmaking für Wagniskapital
Venture Capital-Finanzierung 2.0
- 104 **Case Study** | Magazino GmbH: Optimierung in der Logistik
Neuling im Lager
- 106 **Case Study** | Secure Payment Technologies GmbH:
Vero Pay-App für Mobile Payment
Sicheres Bezahlen im Hand(y)umdrehen
- 108 **Case Study** | commercetools GmbH: Freiheit durch Exit
Gründen, wachsen, verkaufen, weitermachen

Service

- 110 Start-up 2015
Partner der Ausgabe im Portrait
- 114 Inserentenverzeichnis
Impressum

Folgt uns auch auf
Facebook (facebook.com/
VentureCapitalMagazin) und
Twitter (twitter.com/vc_magazin)!



Verdrossenheit oder Aufbruchsstimmung?

Neue (Start-up-)Helden braucht das Land

Deutschland, Land der Weltmeister. Im Fußball sind wir – sowohl Männer als auch Frauen – die amtierenden Weltmeister, beim Exportüberschuss haben wir laut dem ifo Institut im Jahr 2013 mit 260 Mrd. USD ein deutlich höheres Plus erzielt als die weltgrößte Handelsnation China (195 Mrd. USD) auf Platz zwei. Für ein Land, das es gewohnt ist, in den verschiedensten Rankings vorne mitzuspielen, ist ein Blick auf die Gründungsstatistik geradezu ernüchternd. Laut dem Global Entrepreneurship Monitor ist für gerade einmal 49% der 18- bis 64-jährigen Deutschen eine Gründung eine attraktive berufliche Perspektive. Zum Vergleich: Bei Spitzenreiter Brasilien sind es 89% – was einem 1:7 im Fußball schon recht nahe kommt.





Dass laut dem KfW-Gründungsmonitor im Jahr 2013 hierzulande insgesamt 868.000 neue Unternehmen – ein Plus von 12% gegenüber 2012 – entstanden sind, liegt vor allem an 562.000 nebenerwerblichen Gründungen. Die hauptberuflichen sanken auf 306.000, was einen historischen Tiefstand bedeutet. Doch woher rührt die Verdrossenheit der Deutschen, sich auf das Abenteuer Unternehmertum einzulassen? Einer der wichtigsten Aspekte scheint in unserer Mentalität zu liegen. Wir Deutschen meiden Risiken, wo es geht. Eine Eigenschaft, die sich in den verschiedensten Zusammenhängen beobachten lässt, beispielsweise beim Umgang mit Kapital. Der private Haushaltssektor in Deutschland verfügt über rund 11,3 Mrd. EUR. Davon horten die Deutschen mit etwa 4,9 Mrd. EUR den überwiegenden Teil auf Sparbüchern und Konten. Die etwa 4,4 Mrd. EUR Anlagevermögen sind zum Großteil in Immobilien investiert. Auf den Bereich Bauland entfallen die restlichen 1,9 Mrd. EUR. Renditestarke – und damit auch risikoreichere – Anlageklassen wie beispielsweise Aktien oder Private Equity sind für die Mehrzahl der Deutschen, trotz Niedrigzinsumfeld, kaum eine Option. Vor diesem Hintergrund scheint es nur logisch, dass wenn wir uns schon nicht trauen, mit bereits bestehendem Vermögen zumindest teilweise gewisse Risiken einzugehen, wir keine wagen, wenn es darum geht, Vermögen zu schaffen. Statt des Abenteuers Unternehmensgründung mit unsicherem Ausgang locken (relativ) sichere Arbeitsplätze bei großen Konzernen.

Hemmschuh: Angst zu scheitern

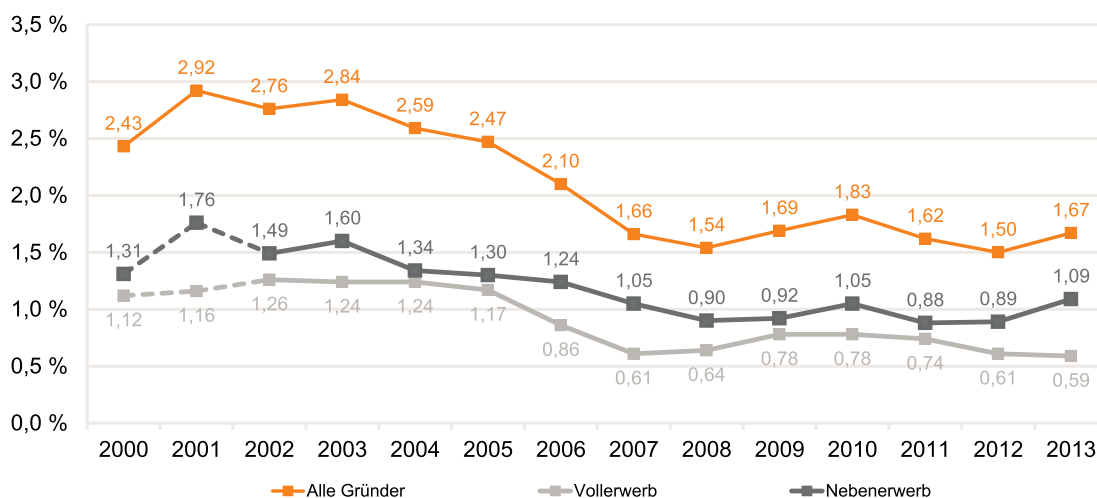
Ein weiterer gewichtiger Faktor ist die hierzulande verbreitete Angst vor dem Scheitern. Zwar wird insbesondere in der Digitalbranche eine gescheiterte Gründung fast schon gefeiert, getreu dem Motto „fail fast, fail often“, doch in der Breite der Gesellschaft ist diese Einstellung noch nicht angekommen. Im Gegenteil, oftmals geht mit dem Scheitern der eigenen Geschäftsidee das gesellschaftliche Stigma des Versagens einher. Die Angst, die eigene Gründung könnte scheitern, ist durchaus berechtigt, das belegt die KfW: Etwa 40% aller Neugründungen scheitern. Dass damit nicht gleichzeitig auch die Karriere als Unternehmer beendet sein muss, sondern man vielmehr wichtige Lehren für die nächste Gründung gewinnt, ist in anderen Ländern – allen voran in den USA – eine weitverbreitete Auffassung.

Gründung nicht gleich Gründung

Muss man also in Deutschland sämtliche Hoffnungen auf eine vitale Gründungslandschaft aufgeben? Mitnichten! Zunächst einmal sollte man die eingangs genannten Zahlen korrekt einordnen. So erfasst beispielsweise der KfW-Gründungsmonitor sämtliche Neugründungen über alle Branchen hinweg, also auch die sich selbstständig machende Friseurmeisterin, den Fitnesstrainer, der sein eigenes Studio eröffnet, oder den Kfz-Mechatroniker, der mit einer eigenen Werkstatt an den Start geht. Ohne Frage zeichnet auch diese Gründungen Mut aus,

Gründerquoten in Deutschland 2000 – 2013

(Anteil von Gründern an der Bevölkerung im Alter von 18 bis 64 Jahren)



Anmerkung: Für die Jahre 2000 und 2001 beruhen die Gründerquoten auf Fragestellungen, die sowohl voneinander als auch von den Gründerfragen in den nachfolgenden Jahren abweichen. Die Quoten dieser Jahre sind deshalb nur eingeschränkt miteinander und mit den Gründerquoten der nachfolgenden Jahre vergleichbar.

Quelle: KfW-Gründungsmonitor.

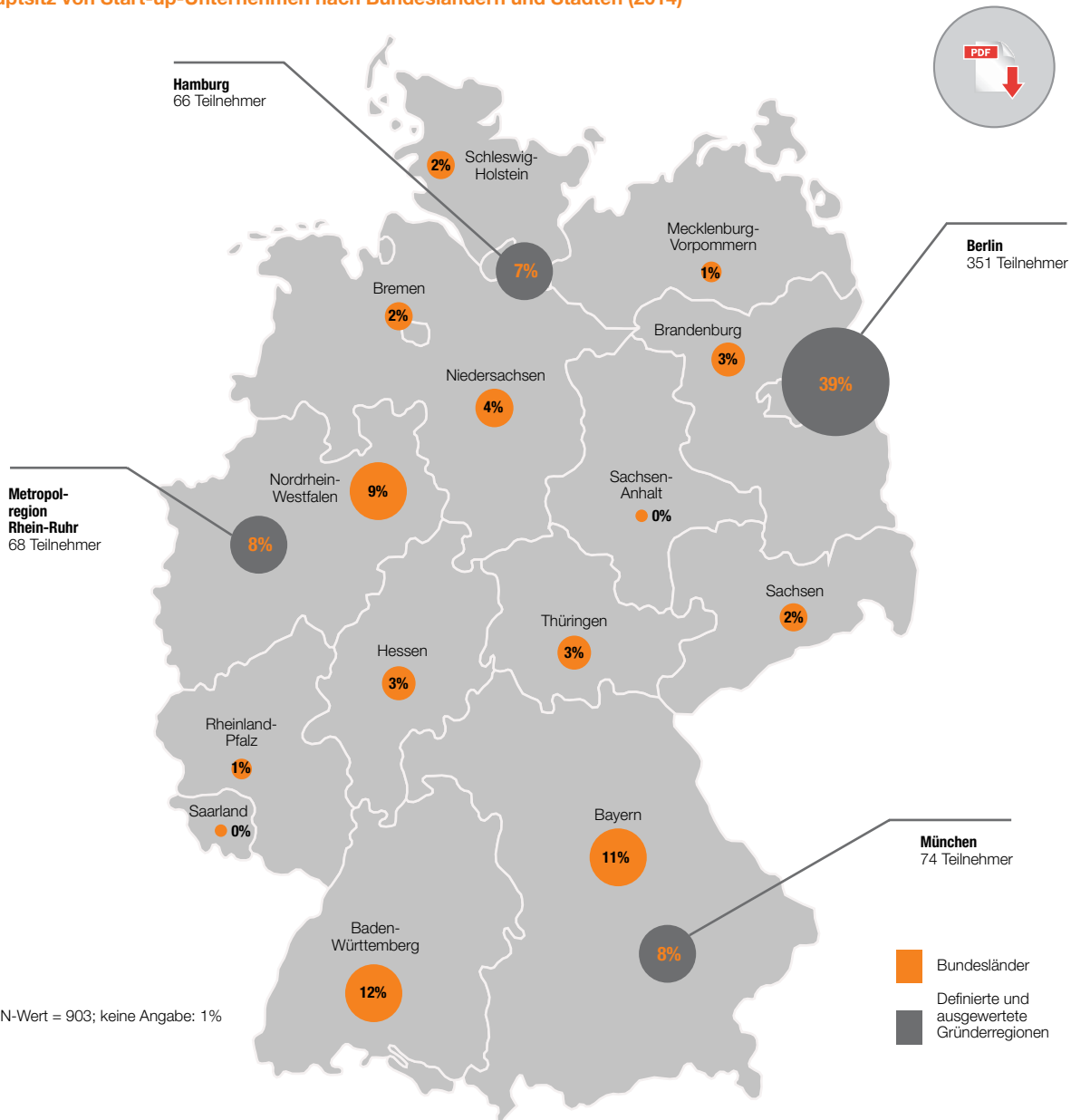


doch ist ihr Wachstum (meist) begrenzt, ebenso wie ihr Innovationsgrad. Anders gestaltet sich das bei den Start-ups, die beispielsweise aus den Bereichen IKT, Life Sciences oder Cleantech kommen. Laut dem Deutschen Startup Monitor des Bundesverbands Deutsche Startups sind die 903 befragten Unternehmen im Durchschnitt 2,7 Jahre alt, haben inklusive der Gründer 16,8 Mitarbeiter und planen in den kommenden zwölf Monaten, zehn weitere einzustellen. Neben dem sich daraus ergebenden wirtschaftlichen Potenzial ist diesen Unternehmen gemein, dass sie über ein hohes Maß an Innovationskraft verfügen, sei es die Verbesserung von Software, die Entwicklung neuer Medikamente oder von Verfahren im Bereich Energiewirtschaft.

Wachsendes Interesse an Start-ups

Start-ups erleben in der jüngeren Vergangenheit fast schon so etwas wie einen Boom. Das deutsche Epizentrum dieser Entwicklung ist Berlin, wo sich eine Vielzahl von Jungunternehmen – insbesondere aus der IKT-Branche – tummelt. Doch auch in vielen anderen Regionen, allen voran Großstädten, hat sich inzwischen eine rege Start-up-Landschaft mit zumeist lokalen Branchenschwerpunkten entwickelt. Inzwischen hat auch die Politik die wachsende Szene wahrgenommen und sucht verstärkt deren Nähe – kein Wunder, gelten die Jungunternehmen doch als dynamisch, innovativ und als in der Lage, in vergleichsweise kurzer Zeit gesamte Märkte umzukrempeln. Aber das

Hauptsitz von Start-up-Unternehmen nach Bundesländern und Städten (2014)



Quelle: DSM 2014

Interesse der Politiker dürfte über die Hoffnung, dass etwas vom positiven Image der Start-ups auf sie abfärben möge, hinausgehen: So taucht beispielsweise im Koalitionsvertrag von CDU, CSU und SPD zum ersten Mal in der Geschichte der Bundesrepublik das Wort „Start-up“ auf. Verbunden mit der Absichtserklärung, den Standort Deutschland gründerfreundlicher machen zu wollen.

Kein Zuckerschlecken

Obwohl sich Start-ups in einigen Belangen von „herkömmlichen“ Gründungen unterscheiden, so sind auch sie kein Spaziergang oder automatisch mit Erfolg verknüpft. Und trotz der

Möglichkeit, komplett neue Märkte zu schaffen – bzw. bestehende zu revolutionieren –, ist die Gefahr zu scheitern (mindestens) genauso hoch. Daher soll diese Sonderausgabe Euch gerade in der Frühphase unterstützen, damit Ihr nicht schon bei den ersten Schritten stolpert oder ins Schlingern geratet. Denn wenn Deutschland auch in zehn oder 20 Jahren noch in den Wirtschaftsrankings vorne mit dabei sein will, braucht es neue (Start-up-)Helden.

benjamin.heimlich@vc-magazin.de

ANZEIGE

EUROPEAN PIONEERS

Boost Your Digital Business!

with EU Funding and Future Internet Technology

8-MONTH ACCELERATION PROGRAMME

WHAT YOU GET

- € 50.000 - 250.000 (equity-free)
- Coaching & Mentoring
- State-of-the-Art Technology
- Network

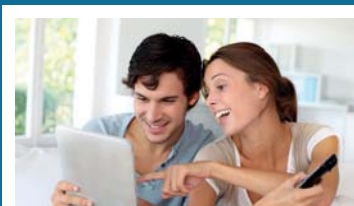
Apply now to join our programme!

Next selection deadlines: 31 October 2014, 1 April 2015 and 4 September 2015.

www.europeanpioneers.eu/apply

Any more questions? Call us on +49 (0) 30 28 04 17 50

PROGRAMME FOCUS AREAS



SOCIAL CONNECTED TV



E-LEARNING



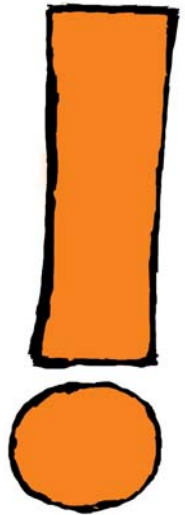
PERVASIVE GAMING



SMART CITY SERVICES

Biotech-Gründungen: Wachsendes Potenzial mit alten Herausforderungen

Der Weg bleibt steinig



Der Biotechnologie wird allgemein ein großes Potenzial zugeschrieben. Umsätze in Milliardenhöhe und eine steigende Zahl von erfolgreichen Medikamenten, vor allem auf dem angloamerikanischen Markt, dienen als Beleg für unternehmerischen Erfolg und als Ansporn für Gründer. Doch manche Hürden, vor allem durch fehlende Kapitalgeber, müssen genommen werden. Kooperationen mit mittelständischen Pharmafirmen oder Großkonzernen oder die Inanspruchnahme von Corporate Venture Capitalisten bieten Alternativen.

Wer auf schnelle Rendite setzt, ist bei Biotech-Investments fehl am Platz. Noch immer gilt die Faustregel: Zehn Jahre von der ersten Idee bis zum erfolgreichen Markteintritt. Nicht ohne Grund bleiben deutsche Wagniskapitalgeber, die sich „Biotechnologie“ als Investitionsschwerpunkt auf ihre Fahnen geschrieben haben, rar gesät. Doch die Entwicklung der letzten Wochen gibt Anlass zur Hoffnung. Neben den bekannten Playern, wie den Gebrüdern Strüngmann, SAP-Gründer Dietmar Hopp oder den MIG Fonds, will sich in Zukunft auch TVM Capital wieder verstärkt für die heimische Life Sciences-Branche engagieren. So gab die Gesellschaft kürzlich das Final Closing ihres Science Ventures VII-Fonds bekannt. Rund 160 Mio. EUR stehen bereit, um in innovative Life Sciences-Start-ups investiert zu werden. Weiterhin hat der niederländische und auch in München beheimatete Venture Capital-Geber Forbion Capital Partners das erste Closing seines FCF III-Fonds verkündet, mit rund 92 Mio. EUR. Und für seinen fünften Fonds hat der ebenfalls in den Niederlanden beheimatete Wagniskapitalgeber LifeSciencePartner (LSP) bereits 80 Mio. EUR eingeworben, bei einem angestrebten Ziel von insgesamt 150 Mio. EUR.

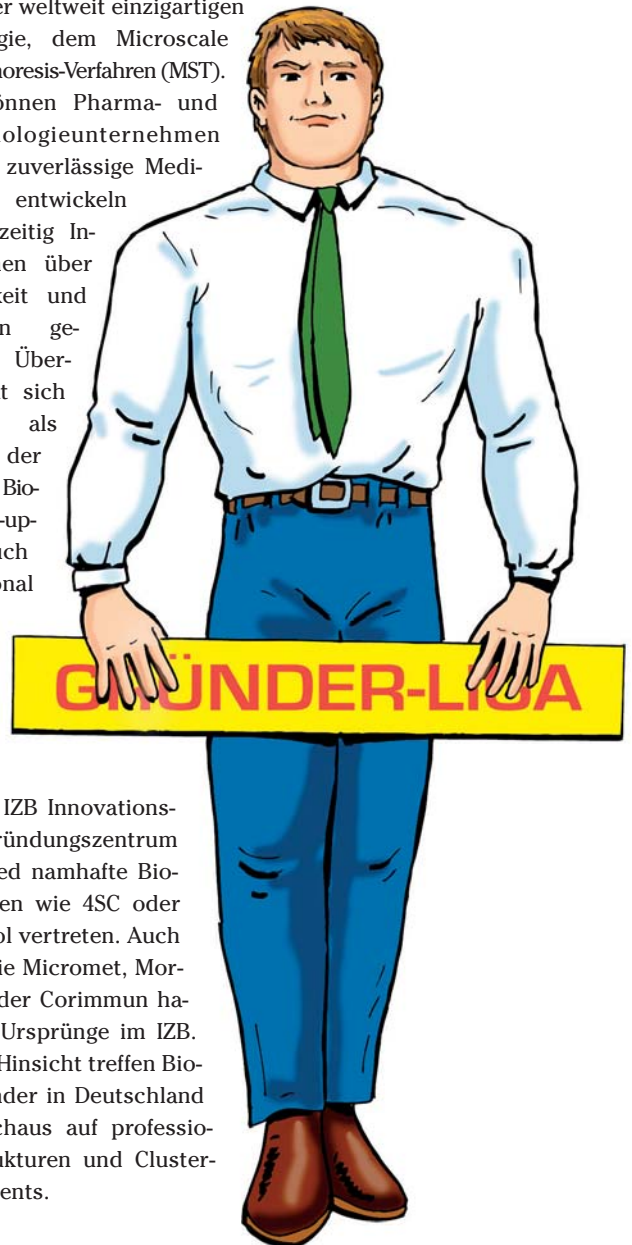
Vergleich mit den USA hinkt

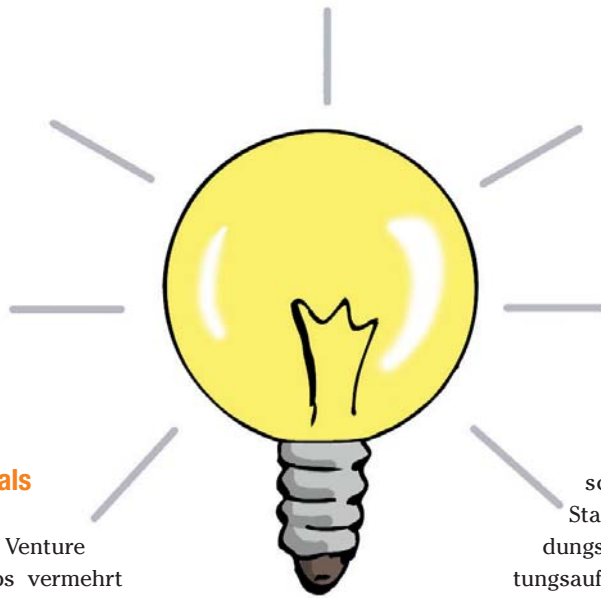
Wer es am Ende an die Börse schafft, auf den warten im Erfolgsfall hohe Umsatz- und Gewinnzahlen. Allein der New Yorker Nasdaq Biotech Index legte in den vergangenen drei Jahren um rund 200% zu. Auch die IPOs der vergangenen Monate, als Beispiele seien Affimed Therapeutics oder Innocol genannt, machen Mut, dass auch deutsche Biotechs den Schritt auf das Parkett wagen. So hat die Hallenser Probiodrug unlängst ihren Gang an den Amsterdamer Ableger der Euronext-Börse angekündigt. Zugegeben, dies ist kein Vergleich zu den USA, wo allein in den letzten zwölf Monaten weit über 100 Biotech-Firmen, in der Mehrzahl Medikamenten-Entwickler, den Sprung an die Börse gemeistert haben. Überhaupt sollten sich deutsche Biotech-Gründer nicht von ausufernden Entwicklungen auf der anderen Seite des Atlantiks einschüchtern lassen. Der große Track Record des angloamerikanischen Biotech-Marktes ist hierzulande schlichtweg nicht vorhanden. Auch ein spezielles Börsensegment für Biotech-Start-ups sucht man vergebens.

Erfolgsbeispiele als Fördermittel

Am Ende bleiben Erfolgsbeispiele wie der Verkauf von Corimmun an Janssen-Cilag im Sommer 2012 auf absehbare Zeit das beste,

weil öffentlichkeitswirksame Fördermittel für neue Biotech-Gründungen. Oder das Beispiel von Nano Temper Technologies aus München. Das Mitglied des bayerischen Bio M-Clusters ist Gewinner des Deutschen Gründerpreises 2014 in der Kategorie „Aufsteiger“. Das Unternehmen entwickelt Messgeräte auf der Basis einer weltweit einzigartigen Technologie, dem Microscale Thermophoresis-Verfahren (MST). Damit können Pharma- und Biotechnologieunternehmen schneller zuverlässige Medikamente entwickeln und frühzeitig Informationen über Wirksamkeit und Wirkungen gewinnen. Überhaupt hat sich München als Standort der deutschen Biotech-Start-up-Szene auch international längst einen Namen gemacht. So sind beispielsweise im IZB Innovations- und Gründungszentrum Martinsried namhafte Biotech-Firmen wie 4SC oder Supremol vertreten. Auch Firmen wie Micromet, Morphosys oder Corimmun haben ihre Ursprünge im IZB. In dieser Hinsicht treffen Biotech-Gründer in Deutschland also durchaus auf professionelle Strukturen und Clustermanagements.





Strategische Partnerschaften als Alternative

Vor dem Hintergrund fehlenden Venture Capitals streben Biotech-Start-ups vermehrt strategische Kooperationen mit Pharmafirmen an. Das gilt nicht nur für große Konzerne, auch mittelständische Hersteller setzen auf junge Unternehmen. Für beide Seiten stellt diese Entwicklung eine Win-win-Situation dar. Die Start-ups erhalten neben einer finanziellen Unterstützung auch wertvolles Branchenwissen. Umgekehrt sichern sich die Firmen Marketing- und Vertriebsrechte am späteren Produkt. Voraussetzung für den Erfolg der Partnerschaft ist neben der eigentlichen Produktentwicklung vor allem eine gute Kommunikation auf Augenhöhe. Auch die Aktivitäten der konzerneigenen Venture Capital-Fonds, also Corporate Venture Capital, schließen bestehende Finanzierungsempässe und vermitteln Gründern wertvolles Know-how. Hier profitieren die Konzerne neben der For-

schungs- und Entwicklungsarbeit der Start-ups auch von kurzen Entscheidungswegen oder einem geringeren Verwaltungsaufwand, wie sie in ausgeprägten Konzernstrukturen häufig nicht mehr anzutreffen sind.

Mehr noch als in Fällen von Kooperationen mit mittelständischen Pharmafirmen werden im Fall von Corporate Venture Capitalisten neben der wissenschaftlichen Exzellenz aber auch Managementstrukturen und die strategischen Planungen der Start-ups auf den Prüfstand gestellt. Darauf sollten Gründer vorbereitet sein. Auch die Frage eines Exits sollte frühzeitig geklärt werden. Häufig erfolgt nach einigen Jahren der Zusammenarbeit die Übernahme durch den Mutterkonzern oder die Ausgestaltung eines langfristigen Kooperationsvertrags. ■

Holger Garbs
redaktion@vc-magazin.de

ANZEIGE

WE { **BUILD**
PROTECT } **YOUR IP ESTATE**



Ihr Partner für Gewerblichen Rechtsschutz www.zsp-ip.de - info@zsp-ip.de - 089 998479-6

Patente | Marken | Geschmacksmuster | Lizenzvertragsrecht | Arbeitnehmerfinderrecht

> Chemie
> Biotechnologie
> Medizin

> Pharmazie
> Elektrotechnik
> Maschinenbau

> Computerimplementierte
Erfindungen
> Angewandte Physik

Die Situation für IT-Unternehmen in Deutschland

Goldene Zeiten für Investoren, magere Zeiten für Gründer?

Es kocht, es dampft, es blubbert und es zischt. Durch die große Messehalle der CeBit zieht Essensduft, der die Besucher anlockt, schnuppern und suchen lässt, woher der Geruch wohl kommt. Was sie finden: Das Saarbrücker Start-up Kochbot hat hier seine Show-Küche aufgebaut und präsentiert mit ihrer Hilfe die Funktionsweise seiner App. Kochbot ist eine mobile Küchenhilfe, die nach speziellen Rezepten suchen kann, nachdem die individuellen Vorlieben für Zutaten, Geschmack oder regionale Küche eingegeben wurden. Alles gesteuert rein durch Sprache. Die Idee kommt an. „Sie ist realistisch und praxisnah“, sagt der Gründer Frederick Arnold, der die App mit zwei Studienkollegen und in Kooperation mit dem Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz in Kaiserslautern entwickelt hat.

Was die Besucher auf der CeBit kennenlernen, ist nicht nur ein engagiertes Gründungsteam, sondern auch ein Trend, der derzeit in aller Munde ist: das sogenannte Internet of Things. Vom Internet 4.0 ist gar die Rede. Heißt: Dinge können sich vernetzen und miteinander kommunizieren und organisieren. Die technologische Zukunft? Ja, wenn man Ulrich Dietz, Präsidiumsmitglied des Bitkom Bundesverbandes, Gründer der GFT Technologies sowie Initiator des internationalen Code_n Gründerwettbewerbs, zuhört. Code_n macht sich seit 2012 jährlich auf die Suche nach den spannendsten IT- und Web-Innovationen. Darunter fallen auch mobile Anwendungen wie Apps.



Ulrich Dietz,
Bitkom

Konzerne suchen nach Innovationen

„Wir sehen immer wieder, welche Schwierigkeiten große und mittelständische Unternehmen mit der Nutzung technologischer Innovationen und der Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsmodelle haben. Entweder dauert es ihnen zu lange oder es ist zu teuer.“ Doch dass Ideen quasi auf der Straße liegen, erlebt Dietz tagtäglich durch die Anzahl an Bewerbungen. Sie liegt seit Beginn bei mehr als 1.100 Start-ups aus der ganzen Welt. 50 davon werden nach Hannover geladen und dürfen ihre Technologie vor einem Fachpublikum präsentieren. Ziel: Zum einen Aufträge zu generieren. Darüber hinaus aber auch der Zugang zu Investoren und der Presse sowie der Austausch mit anderen Start-ups und großen Unternehmen. Davon profitieren auch die Konzerne: „Wir geben den jungen wie etablierten Firmen die Möglichkeit, außerhalb ihrer Strukturen nach innovativen Lösungen zu suchen“, so Dietz. Der Bedarf sei da. Und das Angebot ist groß!

Anzahl an Gründungen im Technologiesektor gleichbleibend

Das bestätigt auch der Gründerreport 2014 der DIHK. Der technische Fortschritt mache für viele größere Unternehmen die Auslagerung von Funktionsbereichen an externe Dienstleister lohnend. Das schaffe Chancen für Gründer von unternehmensnahen Services, gerade auch im Web- und IT-Bereich. Dennoch sind die Zahlen der jährlichen Neugründungen in diesem Seg-

ment weiterhin verschwindend gering. Im Jahr 2013 stieg laut des KfW-Gründungsmonitors die Anzahl der Gründer zwar um plus 12% im Vergleich zum Vorjahr auf insgesamt 868.000 Neugründungen. Für das Jahr 2014 erwarten die Experten einen erneuten Anstieg. Mit nur rund 5% gemessen an der Zahl der Gesamtgründungen aber bleibt der Schnitt der Neugründungen im IT-Sektor jedoch seit Jahren im Verhältnis zu anderen Branchen in etwa konstant. „An guten Gründungsideen wird es in Deutschland nicht fehlen, aus den Unis kommen sehr gut ausgebildete Fachleute, ganz hervorragende Ingenieure und damit potenzielle Gründerteams“, ist sich Thies Sander, Mitgründer und Geschäftsführer von Project A Ventures, sicher. Der Berliner Company Builder hat mit einem Team aus rund 100 Experten innerhalb weniger Jahre bereits 25 Unternehmen in mehr als 30 Ländern aufgebaut. Als Frühphaseninvestor beobachten sie den Markt genau, und immer wieder begegnen ihnen hierbei interessante Businessmodelle aus dem Technologiebereich. „Doch es ist hierzulande deutlich schwieriger, von Investoren Geld für technische Innovationen zu bekommen. Die Venture Capital-Landschaft ist hier eher risikoaverser, als dies Investoren beispielsweise in den USA sind“, beschreibt Sander die Szene.



Thies Sander,
Project A Ventures

Proof of Concept möglichst früh zeigen

Das Problem hierfür liegt in der Natur der Sache. Anders als schnell skalierbare und effizienzgetriebene Unternehmen wie Commerce-Modelle bündeln Technologieunternehmen über einen langen Zeitraum personelle Ressourcen und Expertise. Der sogenannte Proof of Concept wird deutlich später erreicht. Wenn überhaupt. Denn wer garantiert, dass die Technik nach einer langen Entwicklungsphase tatsächlich am Markt Bestand haben wird? „Der Kuchen für risikoaffine Investments könnte hierzulande größer sein“, sagt Sander. Daher sein Tipp: Wer sich als Gründer auf dieses Parkett begibt, sollte frühzeitig schnell Use Cases präsentieren können. Wer Sichtbarkeit herstellt, hat bessere Chancen, auch in der Frühphase Investoren für sich zu gewinnen. Auch der Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK) verbreitet vorsichtige Hoffnung: „In den letzten Jahren konnten wir einen zunehmenden Fokus der



Ulrike Hinrichs,
BVK

Venture Capital-Gesellschaften auf Unternehmen der Bereiche IT und Internet feststellen. Dagegen haben die kapitalintensiveren Branchen wie Biotechnologie und Pharma, aber auch Cleantech an Zuspruch verloren“, sagt Ulrike Hinrichs, geschäftsführendes Vorstandsmitglied des BVK. Sie ist sich sicher, dass Themen wie Industrie 4.0 oder auch Datensicherheit sicher an Bedeutung gewinnen werden.

Konzerne drängen ins Venture Capital-Geschäft

Eine Verschiebung in der Investitionslandschaft, die auch Thomas Schröter von eventurecat beobachtet. Das Berliner Unternehmen ist Corporate Finance- und M&A-Berater für IT- und Internet-Unternehmen. „Die Stimmungslage für Technologieunternehmen wird besser. Das Angebot an Finanzierungen ist durch Business Angels, Inkubatoren bis hin zu Frühphaseninvestoren und Private Equity im Vergleich zu vor zehn Jahren deutlich gestiegen“, sagt Schröter. Für Unternehmen und Corporate Venture Capitalisten



Thomas Schröter,
eventurecat



Foto: © Thinkstock/iStock/olm26250

seien Frühphaseninvestments eine hervorragende Möglichkeit, sich Zugang zu neuen Technologien und Geschäftsmodellen zu verschaffen.

Innovationen besser denn je

Und davon gibt es eine Menge. „Nie waren die Zeiten für Venture Capitalisten besser als jetzt“, jubelt Kurt Müller, Mitgründer von Target Partners. Der Fokus liegt bei den Münchenern auf deutschsprachigen Technologiefirmen. „Das Ökosystem hat sich in Deutschland für Start-ups deutlich verbessert. Nie zuvor haben wir so viele interessante Deals gesehen wie in den letzten Monaten“, sagt er. Daher glaubt Müller fest an die Zukunft technologiegetriebener Unternehmen. Allen voran Dauerbrennerthemen wie Mobile, aber auch Internet of Things, Energy Management und Big Data.



Kurt Müller,
Target Partners

Christina Cassala
redaktion@vc-magazin.de

ANZEIGE

DAMIT AUS EINER GUTEN IDEE EIN ERFOLGREICHES GESCHÄFT WIRD!

Qualifizierung, Beratung, Finanzierung – UnternehmerTUM bietet alles für die erfolgreiche Unternehmensgründung und den Geschäftsaufbau.

Von der Idee bis zum Markteintritt.



Cleantech-Gründungen in Deutschland müssen sich behaupten

Auf dem Weg zurück an die Spitze?

Deutsche Cleantech-Gründungen hatten es in den vergangenen Jahren nicht immer leicht. Vor allem die kapitalintensiven Bereiche trafen und treffen auf ein immer geringeres Angebot an Wachstumskapital. Gesetzgebungen der Politik werfen mitunter mehr Fragen auf, als sie Antworten liefern. Der einstige Technologievorsprung, allen voran in der Solarenergie, scheint dahin. Doch stellt dies zugleich einen Anreiz für neue Innovationen und vermehrte Gründungsaktivitäten dar.

Umweltwirtschaft und Green Economy spielen in den meisten Gründungsstatistiken nur eine untergeordnete Rolle, moniert der letztjährig erstmals von Experten der Universität Oldenburg und des Borderstep Instituts aufgelegte Green Economy Gründungsmonitor. Gleichwohl bestätigen auch Investoren eine generelle Zunahme von Neugründungen im Cleantech-Segment, nicht zuletzt als Folge der Erfahrungen aus der Atomkatastrophe von Fukushima und natürlich auch der in diesem Zusammenhang ausgerufenen Energiewende in Deutschland. „Die Gründungsaktivitäten bewegen sich in den letzten Jahren vor allem in Deutschland auf einem hohen Niveau“, bestätigt auch Jürgen Habichler, Gründer und Partner der Mountain Cleantech AG. „Trotz schwieriger Marktbedingungen und weiterhin großer Zurückhaltung seitens der Banken bezüglich Finanzierungen haben sich im vergangenen Jahr viele Gründer an den Start begeben.“

An Gründerzentren unterrepräsentiert

Der Green Economy Gründungsmonitor hat im vergangenen Jahr in bundesweit 30 Gründerzentren 500 Unternehmen eingehend untersucht. Das Ergebnis: 68 der Firmen bieten Produkte und Dienstleistungen aus dem Bereich der Green Economy an. Damit liegt der Anteil an grünen Gründungen bei fast 14%, davon entfällt rund die Hälfte aller Gründungen in den Hightech-Bereich. Mit je 29% machen Gründungen im Bereich der Energieeffizienz

und der erneuerbaren Energien weiterhin den Großteil aus, gefolgt vom Segment Emissionsvermeidung. „In den letzten Jahren wurden verstärkt neue Segmente erschlossen“, ergänzt Habichler. „Besonders beliebt sind Themen wie Additive Manufacturing, Energieeffizienz und Industrie 4.0.“ Den meisten Gründungen gemein ist der Klimaschutz. Hier leisten gut 74% aller Gründungen einen aktiven Beitrag durch die Entwicklung neuer Technologien und Produkte.



Jürgen Habichler,
Mountain Cleantech AG

Nicht nur Berlin

Business Angels und Early Stage-Fonds können den finanziellen Bedarf von Cleantech-Start-ups bis zu einem gewissen Punkt noch stemmen, vor allem im Frühphasensegment. „Schwieriger haben es seit einigen Jahren kapitalintensive Sektoren wie Solar, Wind und Biomasse“, warnt Habichler. „Hier ist das Kapitalangebot fast versiegt.“ Da tut es gut, wenn ausländische Investoren in die Bresche springen, meint auch Dr. Paul-Josef Patt, Geschäftsführer des Münsteraner Venture Capital-Investors eCapital. „Generell steht in Deutschland unverändert viel zu wenig Eigenkapital im Venture-Bereich zur Verfügung, womit die Technologiepotenziale einer der höchstentwickelten Volkswirtschaften der Welt nur ungenügend ausgeschöpft werden“, so Patt. Gute Ideen, so die weitreichende Meinung, finden immer Kapital. Allerdings leidet auch die Cleantech-Branche unter dem Hype, der derzeit mit Online-Gründungen oder generell um den Start-up-Nukleus „Berlin“ gemacht wird. „In der Tat ist es für echte Hochtechnologie-Start-ups und insbesondere auch für technologiegetriebene Cleantech-Gründer im Schatten des Hypes um Internet und New Media insbesondere am Standort Berlin schwieriger geworden, vernünftige Finanzierungsrunden in angemessenem Zeitrahmen auf die Beine zu stellen“, ergänzt Patt. Zwar tun solche Erscheinungen schlussendlich der gesamten deutschen Start-up-Szene gut, wie erfolgreiche Trade Sales und Börsengänge der letzten Wochen auch hierzulande beweisen.



Dr. Paul-Josef Patt,
eCapital

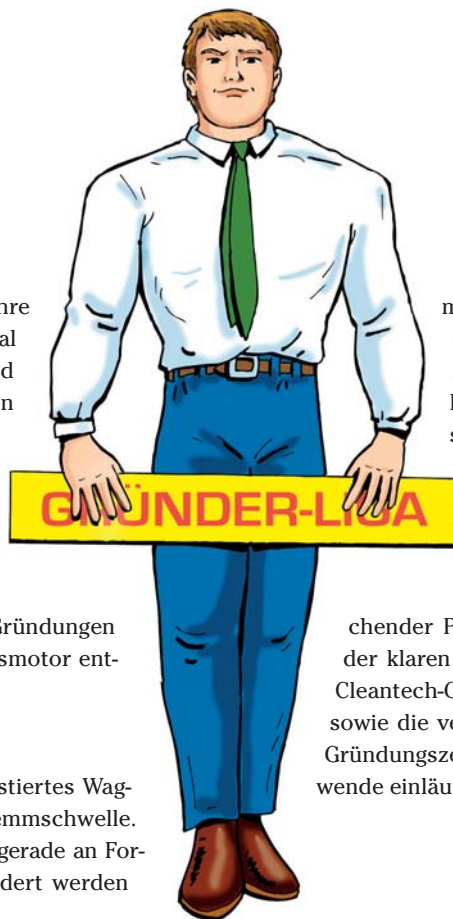
Potenzial weiterhin vorhanden

„Wir sehen optimistisch in das kommende Jahr“, unterstreicht eCapital-Vorstand Patt. „Es sind weiterhin attraktive Unternehmen in frühen und späteren Phasen auf der Suche nach Wachstumskapital, und bei unseren Portfoliounternehmen ist eine Abkühlung der Konjunktur, wie sie einige Frühindikatoren im Moment zeigen, noch nicht zu erkennen.“ Die klimapolitischen

Herausforderungen der kommenden Jahre sollten auch weiterhin ein großes Potenzial für Cleantech-Gründungen in Deutschland bilden, ebenso wie noch ungeklärte Fragen zu Energieversorgung und -effizienz. Der Niedergang insbesondere der deutschen Solarindustrie als prägendes Beispiel sollte als Ansporn dienen, verloren gegangene Vormachtstellungen in zukunftsträchtigen Industriesegmente zurückzugewinnen. In welcher Form sich deutsche Cleantech-Gründungen tatsächlich zu einem spürbaren Wirtschaftsmotor entwickeln, bleibt abzuwarten.

Fazit

Nicht nur fehlendes oder anderweitig investiertes Wagnis- und Wachstumskapital bildet eine Hemmschwelle. Fakt ist auch, dass bestehende Potenziale, gerade an Forschungseinrichtungen, noch gezielter gefördert werden



müssen. So sind beispielsweise nur wenige Gründerzentren oder Acceleratoren in Deutschland auf die Besonderheiten und Bedürfnisse von Cleantech-Firmen spezialisiert. Auch Förderprogramme und Gründungsinitiativen, wie sie beispielsweise für die Segmente Biotechnologie oder IT existieren, greifen im Cleantech-Bereich zu selten, sofern sie überhaupt bestehen. Die forcierte Einrichtung entsprechender Programme und Initiativen, verbunden mit der klaren Zielsetzung einer bestimmten Anzahl von Cleantech-Gründungen in einem definierten Zeitraum, sowie die vermehrte Einrichtung von cleantechaffinen Gründungszentren könnten eine entscheidende Trendwende einläuten.

Holger Garbs
redaktion@vc-magazin.de

ANZEIGE



Wirtschaftsprüfung
Steuerberatung
Rechtsberatung
Corporate Finance & Consulting

www.rbs-partner.de

IHR PRÜFER UND BERATER FÜR START-UP-UNTERNEHMEN

RBS RoeverBroennerSusat gehört zu den führenden unabhängigen mittelständischen Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften Deutschlands.

Wir begleiten Start-ups bei der Unternehmensgründung und der Rechtsformwahl. Unsere Betreuung umfasst die steuerliche Erfassung der neuen Gesellschaft, die Gehalts- und Finanzbuchhaltung, das Investorenreporting, die Jahresabschlussstellung und die laufende steuerliche Beratung. Wir stehen auch als Ansprechpartner für Spezialfragen, wie z. B. die Konzeption von Mitarbeiterbeteiligungsmodellen, zur Verfügung.

Wir bieten unseren Mandanten mit rund 55 Partnern und 700 Mitarbeitern an zehn Standorten auch weltweite Prüfungs- und Beratungsdienstleistungen über unser internationales Netzwerk Moore Stephens.

Ansprechpartner
Rainer Weichhaus
Wirtschaftsprüfer
Steuerberater
Partner

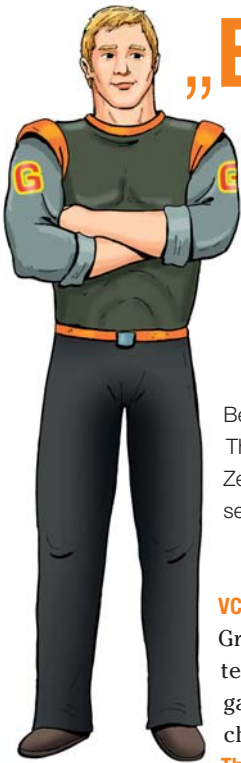
T +49 30 208 88-1900
E r.weichhaus@rbs-partner.de

An independent member firm of

MOORE STEPHENS

Berlin | Hamburg | Frankfurt am Main | Köln | Leipzig
München | Nürnberg | Dresden | Potsdam | Greifswald

Interview mit Andreas Thümmeler, Corporate Finance Partners



„Execution ist mindestens genauso wichtig wie Innovation“

Befeuert durch den Start-up-Hotspot Berlin und die ersten Börsengänge deutscher Internetunternehmen hierzulande erfährt das Thema Gründung aktuell wieder große Aufmerksamkeit. Ein ähnliches Interesse an Start-ups gab es in Deutschland zuletzt zu Zeiten des Dotcom-Hypes. Doch die Szene heute ist eine andere als vor 15 Jahren – sowohl aufseiten der Gründer als auch aufseiten der Investoren.

VC Magazin: Wie hat sich denn die deutsche Gründerlandschaft aus Ihrer Sicht in den letzten zehn Jahren verändert? Welche Themen galten damals als vielversprechend und welche haben sich bis heute durchgesetzt?

Thümmeler: Vor zehn bis 15 Jahren lag der Fokus auf dem Bereich Infrastruktur, sprich sehr viele Internet-Serviceprovider, die den Zugang zum Internet möglich machten, waren im Kommen. Start-ups wie z.B. Mobilcom und Freenet, die damals für 19 Cent/Minute Internet „verkauften“, wurden später zu Börsenkandidaten. Dazu kamen noch sehr viele DSL-Start-ups, die Breitbandinfrastruktur in den Markt brachten. Damals investierten auch internationale Private Equity-Gesellschaften wie beispielsweise KKR im Early Stage-Segment und pumpeten bis zu 100 Mio. EUR in die Start-ups. In der nächsten Welle wurde die Internetpräsenz ein großes Thema und Multimediaunternehmen wie Pixelpark wurden gegründet – heute sind davon leider nicht mehr viele übrig. Zudem wurde E-Commerce ein Trend: Berühmte Kandidaten in diesem Bereich waren Inter-shop, ProCart oder Broadvision, die auf Bewertungen von bis zu 10 Mrd. EUR kamen.

VC Magazin: Wie unterscheiden sich die Gründer von heute von denen von vor zehn Jahren?

Thümmeler: Früher waren die Gründer älter und erfahrener, sie haben z.B. schon als Manager in großen Unternehmen gearbeitet und haben sich dann in einem eher reiferen Alter selbstständig gemacht. Heutzutage sind die Gründer eher sehr jung, also im Alter von 20 bis 25. Viele sind Studenten, die ihr Studium abgebrochen haben, bestes Beispiel ist Mark Zuckerberg. Die jungen Gründer sind energisch, motiviert, idealistisch und hungrig – aber was ihnen fehlt, ist meist die Erfahrung.

VC Magazin: Schlägt sich diese fehlende Erfahrung auf Professionalität der Gründungen nieder?

Thümmeler: Das lässt sich nicht eindeutig sagen. Es gibt Start-ups, die relativ schnell eine Venture Capital-Finanzierung erhalten und darüber dann das übliche Coaching erfahren, vielleicht ei-

Andreas Thümmeler

ist Gründer und CEO von Corporate Finance Partners. Die Beratungsgesellschaft mit Schwerpunkt auf M&A und Venture Capital hat bis heute über 300 Transaktionen im Technologie-sektor begleitet.



nen Beirat bekommen und in der zweiten oder dritten Finanzierungsrunde einen erfahrenen Manager ins Team bekommen. Was man kritischer sehen muss, ist, wenn die Gründer unter sich bleiben und ihr Unternehmen nicht professionalisieren. Dann kann vieles schiefgehen – was nicht heißen muss, dass alles schiefgeht, es gibt auch unternehmerische Naturtalente.

VC Magazin: Wie würden Sie denn den Innovationsgrad deutscher Gründungen aktuell beurteilen? Auch im Vergleich zu Start-ups aus dem Silicon Valley?

Thümmeler: Insbesondere im Bereich Software kommen sehr viele innovative Ideen aus Deutschland, Europa oder der Schweiz. Das Silicon Valley ist natürlich DAS Ökosystem, wenn es um Gründungen im IT-Bereich geht. Wie erfolgreich Unternehmen sind, hängt aber nicht nur von der Innovation ab, sondern auch von der Execution. Man braucht umsetzungsstarke und aggressive Leute, denn sonst können keine signifikanten Unternehmen entstehen. Die Execution ist mindestens genau wichtig wie die Innovationen.

VC Magazin: Neben Execution brauchen Innovationen auch Kapital. Wie „mutig“ sind aus Ihrer Sicht deutsche Venture Capital-Gesellschaften, wenn es um die Finanzierung innovativer Start-ups geht?

Thümmeler: Vorweg muss man sagen, dass wir hierzulande keine bzw. so gut wie keine Venture Capital-Industrie haben. Die deutschen Frühphasenfinanzierer kann man fast an zwei Händen ab-

zählen – das ist für so ein großes Land mit besonders starker Ökonomie ein Armutszeugnis. Da es sich bei den meisten Venture Capital-Fonds hierzulande um Fonds der zweiten oder dritten Generation handelt – nicht wie in den USA, wo schon die sechste, siebte und achte Generation läuft –, stehen die Kapitalbeteiligungsgesellschaften unter starkem Erfolgsdruck. Das heißt, sie müssen sehr schnell Erfolge vorweisen. Deswegen investieren sie lieber in Modelle, die sich bereits bewährt haben. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass wir keine europäische Venture Capital-Industrie haben. Es gibt britische, deutsche oder französische Venture Capital-Gesellschaften, aber sie alle agieren nicht europäisch, sondern investieren hauptsächlich „vor ihrer Haustüre“. In den USA ist die Szene wesentlich konzentrierter, was ein klarer Wettbewerbsvorteil ist.

VC Magazin: Business Angels, Family Offices und Corporates gewinnen bei der Finanzierung junger Unternehmen zunehmend an Bedeutung. Wie nachhaltig schätzen Sie solche Engagements ein?

Thümmler: Die Hoffnung ist natürlich, dass es sich um eine nachhaltige Entwicklung handelt. Wie die Börse, die sich auch in Zyklen bewegt, auf zehn oder 20 Jahre aber insgesamt eine positive Entwicklung zeigt. So ähnlich ist es in der Beteiligungsbranche auch. Es gilt jetzt, diese Zyklen auszuhalten und sich dem Thema mit Beständigkeit zu widmen. Wenn man als Anleger über einen Zeitraum von zehn, 20 oder 30 Jahren in Venture Capital-Fonds investiert, dann hat man danach nachgewiesenermaßen eine bessere Performance als die meisten anderen Assetklassen. Wer aber immer wieder ein- und aussteigt, kann Glück oder Pech haben – bzw. den richtigen oder den falschen Zyklus erwischen.

VC Magazin: Ein Blick in die Zukunft: Welche der aktuellen Trends haben Ihrer Meinung nach das Potenzial, in zehn Jahren noch am Markt zu sein?

Thümmler: Diese Frage muss man differenziert betrachten. Es gibt Trends wie beispielsweise FinTech, die aufgrund der schieren Segmentgröße in ihrer Industrie mittelfristig sehr viel Potenzial haben. Dazu kommt, dass die Finanzbranche, also Banken, Versicherungen usw., bei Weitem nicht innovativ genug ist, als dass sie sich gegen die neuen aufkommenden Player erwehren könnte. Daneben gibt es noch die Megatrends, z.B. im Bereich der Nanotechnologie, über die vergleichsweise wenig gesprochen wird. Sie entwickeln sich Jahr für Jahr weiter – zum Teil über zehn bis zwanzig Jahre – und bringen sehr interessante Ergebnisse hervor. Vielleicht sogar wahre Gamechanger, die vielleicht unser Leben verändern werden. Neben Nanotechnologie ist das Segment der künstlichen Intelligenz ein interessanter Bereich. Durch Big Data und neue Speicherkapazitäten kommt frischer Schwung in dieses Feld.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch. ■

benjamin.heimlich@vc-magazin.de



Das vollständige Interview lest Ihr hier:
www.vc-magazin.de



Bayern Kapital 
Venture Capital für Bayern

Ihr High-Tech-Unternehmen sucht Eigenkapital?

Bayern Kapital bietet:

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

www.bayernkapital.de

Mein Erfolgsrezept in drei Sätzen



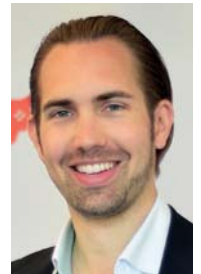
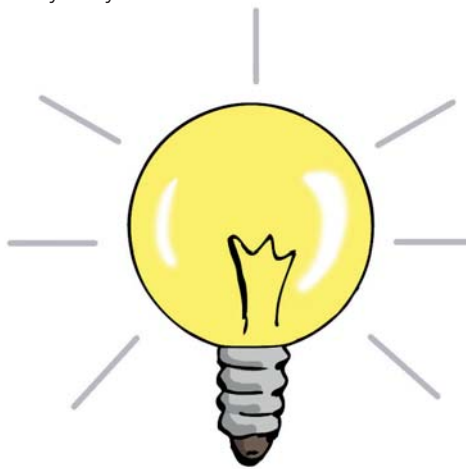
Für ein erfolgreiches Start-up benötigt man ein exzellentes, heterogenes Team, auf das man sich blind verlassen kann. Wichtig ist auch, dass man Ideen immer mit kleinen Proof of Concepts testet und dann skaliert/ausbaut, wenn diese erfolgreich verlaufen – andernfalls läuft man Gefahr, dass man wertvolle Ressourcen verschwendet. Last, but not least ist „Start-up“ Synonym für viel und harte Arbeit.

Andreas Bruckschlögl, Gründer von OnPage.org



Verlieb Dich nie in Deine eigenen Ideen. Teste sie so früh wie nur irgendwie möglich. Probier viel aus, scheitere schnell und lerne daraus.

David Khalil, Gründer und Geschäftsführer von eDarling



Als erfolgreicher Gründer brauchst Du einen klaren Plan, eine starke Fokussierung auf dessen Umsetzung und Flexibilität auf dem Weg zum Ziel. Außerdem bist Du auch der wichtigste Headhunter in Deiner Firma: Die Auswahl eines absolut passionierten, smarten und integren Teams ist ein zentraler Schlüssel zum Erfolg. Und schließlich ist eisernes Durchhaltevermögen gefragt und damit eine Ich-gebe-niemals-auf-Mentalität.

Albert Schwarzmeier, CEO von ad2games



Ohne Vision bleibt es nur eine Idee. Ohne ein verdammt gutes Team bleibt es nur eine Idee. Ohne Nutzer bleibt es nur eine Idee. – Erfolg heißt für mich nicht, am Ende genau das Ziel zu erreichen, sondern nie am Ende zu sein! Nur wer seine eigenen Ziele wieder und wieder neu definiert, seine eigene Messlatte immer höher legt und permanent nach noch mehr strebt, wird insgesamt erfolgreich sein. Denn Erfolg ist keine Momentaufnahme, es ist ein permanenter Zustand, der erhalten werden muss!

Benjamin Schüdzig (li.) und **Manfred Tropper**, Mitgründer von mantro.net



Bei uns hat sich schon immer alles ums Produkt gedreht – wir stecken sehr viel Energie in die Entwicklung, damit wir den besten Webseitenbaukasten der Welt haben. Sowohl die Presse als auch unsere User nehmen die Weiterentwicklungen wahr und sprechen drüber. Diese Viralität war und ist nach wie vor unser stärkster Wachstumskanal.



Matthias Henze, Mitgründer von Jimdo



**Wir fördern
das Gute in NRW.**



**GRÜNDER
GIPFEL
NRW 2014**

14.11.2014 / 10-16 Uhr

Jahrhunderthalle, Bochum
www.gruendergipfel.nrw.de

**Dr. Andreas Roye, innovativer Unternehmer
dank der Eigenkapital-Lösungen der NRW.BANK**

Neugier ist der Treiber innovativer Konzepte und Basis internationaler Wettbewerbsfähigkeit. Die NRW.BANK ist dabei an Ihrer Seite: mit Partnern vor Ort und Eigenkapital-Lösungen von Seed- und Venture-Fonds bis zu speziellen Branchen-Angeboten. Nähere Informationen erhalten Sie über das NRW.BANK.Service-Center unter 0211 91741-4800 oder auf

www.nrwbank.de/neugier



NRW.BANK
Wir fördern Ideen

In den ersten zehn bis 30 Sekunden die volle Aufmerksamkeit bekommen

Wie sich Start-ups auf die Ansprache von Investoren vorbereiten sollten

Natürlich seid Ihr als Gründer von Euch und Eurer Idee so überzeugt, dass Ihr Euch nicht vorstellen könnt, dass ein Investor nicht in Euer Unternehmen investiert. Ich empfehle Euch an dieser Stelle: Seid selbstkritisch! Prüft Eure Idee nach allen Seiten hin und stellt sie zur Diskussion.

„Wie prüfe ich meine Idee nach allen Seiten hin?“, werdet Ihr Euch nun fragen. Dabei ist die Antwort so einfach. Schreibt einen Businessplan. Damit habt Ihr eine Orientierungshilfe, wie Ihr Eure Idee ins Laufen bringen möchtet, beleuchtet diese von allen Seiten, deckt dabei sogar Wissenslücken oder Engpässe auf und habt später immer ein Kontrollinstrument zur Hand. Spätestens zur Ansprache von Investoren braucht Ihr den Businessplan sowieso. Schreibt ihn frühzeitig, plant ausreichend Zeit dafür ein und seht ihn als Entwicklungsinstrument für Eure Idee

an. Er bringt Euch und Eurer Idee Struktur und Systematik, Ordnung und Überblick und macht die Idee greifbar und verständlich. Ihr seid damit gezwungen, die Idee ohne technische Details auf den Punkt zu bringen, auch für Fachfremde nachvollzieh-

bar und attraktiv zu machen.

Ihr stellt damit den Nutzen Eurer Idee für den Endverbraucher heraus und beantwortet gleichzeitig die Fragen des Investors, was Ihr tut und wie Ihr damit

Geld verdient. Für den Investor ist an dieser Stelle die Realisierbarkeit,

die Innovationskraft und eine damit einhergehende USP, als dauerhafter Wettbewerbsvorteil, von zentralem Interesse. Denn letzten Endes geht es darum, mit Eurer Idee Geld zu verdienen. Daher ist es extrem wichtig, umfassende Recherche zu betreiben und den Businessplan auf ein sicheres Fundament zu stellen.

Werte schaffen

Zunächst macht Ihr Euer Unternehmen interessant, indem Ihr ihm Wert gebt. Das bedeutet im Klartext: Prüft, ob Ihr Eure Idee rechtlich schützen lassen könnt. Ist dies geschehen, könnt Ihr die rechtlich geschützte Idee in die Bewertung Eurer Firma mit einfließen lassen. Bleibt bei der Bewertung Eures Unternehmens jedoch realistisch! Nur weil Ihr Eure Idee liebt, heißt es noch lange nicht, dass sich der Firmenwert proportional zu Eurer Liebe dafür entwickelt. Ihr müsst vielmehr den Markt, Eure Wettbewerber und potenzielle Kunden kennen sowie strategische Partner und Vertriebsmöglichkeiten verifizieren. Investoren wollen klare Aussagen über die Chancen und Nachhaltigkeit ihrer Investition, weswegen es sich immer rechnet, Zeit in Recherche und Markteinschätzungen zu investieren. Macht Euch bereits im Vorfeld Gedanken darüber, wie Euer Unternehmen und Euer Produkt in einigen Jahren aussehen könnten, formuliert Meilensteine.

International denken

Euer Erfolg muss nicht unbedingt in Deutschland liegen. Internationale Vermarktungsmöglichkeiten bieten enorme Absatzchancen, weswegen sich eventuelle kulturelle oder ethnische Vermarktungshindernisse bereits zum jetzigen Zeitpunkt in Euren Überlegungen wiederfinden sollten. Je größer die Zielgruppe für Euer Produkt oder Eure Dienstleistung, desto größer sind spätere Vermarktungserfolge. Zeigt die Potenziale Eures Unternehmens auf. Je klarer die Zielvorstellungen, desto besser wird Euer Ergebnis sein. Es ist immer vorteilhaft, bereits erste Erfahrungen in der Vermarktung aufzeigen zu können und sich Gedanken dazu gemacht zu haben, wie man neue Märkte erschließt. Zur Untermauerung und Bestätigung der von Euch aufgestellten Behauptungen ist die Benennung von Netzwerkpartnern bei der Umsetzung extrem hilfreich. Auch wenn Ihr zum jetzigen Zeitpunkt selbst noch nicht in der Lage seid, Eure Produkte und Dienstleistungen breit zu vermarkten, so könnt Ihr Euch dennoch bereits jetzt vorstellen und beschreiben, mit wessen Hilfe Eure Ziele zu realisieren sind. Habt bei diesen Überlegungen immer auch Euren Exit im Kopf. Wer könnte ein potenzieller Käufer



Eures Unternehmens sein und bis wann könnte der Exit realisiert werden? Das ist das zentrale Interesse Eures Investors! Aufgrund dieser gut recherchierten Annahmen und gegebenenfalls eines Vergleiches mit einem Wettbewerber könnt Ihr die Entwicklung Eures Unternehmens und dessen Wertentwicklung abschätzen. Dabei solltet Ihr darauf achten, dass diese Annahme nachvollziehbar ist und die verwendeten Zahlen belastbar sind. Denkt daran, dass Ihr auch an dieser Stelle die Plausibilität und damit auch finanzielle Realisierung Eures Vorhabens untermauert.

Belastbarkeit der Zahlen

Dazu macht Ihr Euch zunächst Gedanken über die aktuelle Situation hinsichtlich Eurer Kosten, Eures Umsatzes und Eures Gewinns. Schätzt danach ab, wie hoch eine Investition sein muss, um Eure Idee dahin zu bringen, wo Ihr möchtet. Von der Immobilie über die Geschäftsausstattung bis hin zum Wareneinkauf müsst Ihr alles in Eure Überlegungen miteinbeziehen, um Euren Kapital- und Liquiditätsbedarf so genau wie möglich anzugeben. Bereitet Euch in diesem Zusammenhang auf Rückfragen des Investors vor und seid gewappnet, alle kommunizierten Zahlen herleiten und detailliert begründen zu können. Wenn Ihr Eure Idee nun nach allen Seiten hin hinterfragt, begutachtet und festgezurrert habt, seid Ihr schon einmal gut vorbereitet, um auch mit einem Investor darüber zu sprechen. Denn Ihr kennt nun alle Fakten bis ins kleinste Detail und seid so in der Lage, sämtliche Fragen zu beantworten und alle Details herzuweisen. Überlegt Euch auch, welche Fragen noch vonseiten des Investors gestellt werden könnten.

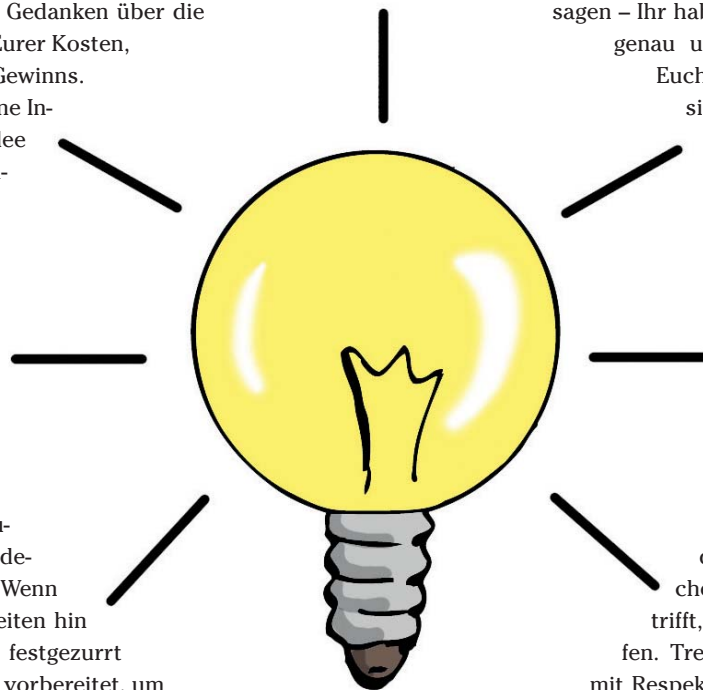
Präsentation beim Investor

Bevor Ihr allerdings in den Genuss kommt, Fragen zu Eurer Idee überhaupt beantworten zu dürfen, müsst Ihr als Personen und Geschäftsmänner oder Geschäftsfrauen für den Investor interessant sein. Das bedeutet, Ihr müsst es schaffen, innerhalb der ersten zehn bis 30 Sekunden seine gesamte Aufmerksamkeit zu bekommen. Legt Eure ganze Begeisterung für Eure Idee in die Ansprache und übertragt Eure Leidenschaft für Euer Geschäftsmodell in die Präsentation. Macht Eure Vision für den potenziellen Investor sichtbar. Wenn Ihr das geschafft habt, könnt Ihr einen Überblick über Euer Geschäftsmodell geben und Euer Wissen und Können unter Beweis stellen, indem Ihr auch hier auf die

Punkte Produkt, Markt und Wettbewerb, strategische Partner und Finanzplanung eingeht. Plant einen Spannungsbogen in Eure Präsentation ein. Steigert die Spannung bis zum Ende hin. Passt aber auf, dass die Aussagen Eurer Präsentation aufeinander aufbauen und zusammenpassen. Liefert in der Präsentation bereits Lösungen für mögliche Barrieren und beeindruckt mit der Weitsichtigkeit Eurer Planung sowie Eurem Realismus, mit dem Ihr aus der Idee ein Geschäft machen wollt.

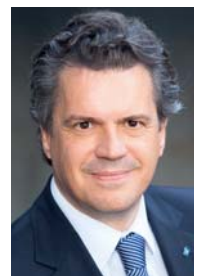
Fazit

Übertreibt also nicht und macht auch keine unglaublichen Aussagen – Ihr habt für Euren Businessplan alles genau und exakt recherchiert, haltet Euch auch an diese Aussagen, denn sie bilden die kaufmännische Grundlage Eurer Ansprache! Vor allem was den Wert Eures Unternehmens angeht. Gebt dem Investor mit Eurem selbstsicheren Auftreten das Gefühl, dass Ihr in der Lage seid, das Unternehmen zu führen, und auch in Krisenzeiten wisst, was zu tun ist. Daher empfiehlt es sich, zu zweit zu präsentieren. So könnt Ihr Bedenken seitens des Investors, was ein mögliches Schlüsselpersonenrisiko betrifft, von vornherein beiseiteschaffen. Tretet dem potenziellen Investor mit Respekt gegenüber. Da Ihr noch ganz am Anfang steht, hat er viel mehr Wissen als Ihr, wie man ein Geschäft entwickelt und voranbringt. Nehmt es an. Seine Einwände stehen nicht zur Diskussion, wenn Ihr diese nicht basierend auf eindeutigen und klaren Fakten widerlegen könnt. Und schließlich wollt Ihr ja sein Geld. Gebt ihm also das Gefühl, damit auch respektvoll umzugehen.



Bodo Maxeiner

ist Geschäftsführer der Multiconsult GmbH und der VentCapExperts GmbH, München, die sich auf die Beratung von Start-ups insbesondere bei der Kapitalsuche und umsatzsteigernden Maßnahmen spezialisiert haben.



Der neue Kult ums Scheitern

Was ist dran an „fail fast, fail often“?

Kois sind heimtückische Tiere, denn sie verhalten sich saisonal. Wie viele andere Fische gehen auch Kois in eine Art „Winterruhe“: Sie reduzieren ihren Stoffwechsel, halten sich am Boden ihres Gewässers auf, und einmal dort angekommen, scheinen sie jegliches Interesse an Futter zu verlieren. Unwichtige Information? Nicht wenn man Ende November ein Start-up für Bio-Koifutter gründet und sich über fehlende Bestellungen wundert. Koisdiner.de war wohl einer meiner herausragendsten Fehlritte. Ich habe eine Vielzahl von Unternehmen gegründet – Gott sei Dank einige deutlich erfolgreicher als Koisdiner – und viele davon sind gescheitert oder haben nicht den erwarteten Erfolg gebracht. Vor einigen Jahren wäre es noch undenkbar gewesen, über sein Scheitern öffentlich zu reden oder gar zu schreiben, heute gehört es fast zum guten Ton.

Der unter Gründern häufig verwendete Satz „fail fast, fail often“ kommt aus den USA. Dort wird mit dem Thema Scheitern wesentlich lockerer umgegangen als hier bei uns in Deutschland. In den USA, so oft die überspitzte deutsche Wahrnehmung, muss man erst einmal richtig gescheitert sein, bevor man mit seinem nächsten Start-up durchstarten und erfolgreich werden kann. Ob nun aber wirklich alle amerikanischen Gründer zwanghaft versuchen, mit ihrem

ersten Start-up zu scheitern, wage ich bei den Erfolgsgeschichten von Larry Page, Sergey Brin, Mark Zuckerberg und Elon Musk ernsthaft zu bezweifeln. Wie dem auch sei: Die „Kultur des Scheiterns“ hält seit einigen Jahren schrittweise Einzug in die deutsche Gründer- und Unternehmenswelt. Selbst Angela Merkel plädierte in ihrem Videopodcast unlängst dafür, „Scheitern nicht als Untergang zu betrachten“. Scheitern ist auf einmal sexy, und allerorten hört man die Leute beherzt über ihre Misserfolge sprechen. Übertreiben wir es nicht? Schießen wir Deutschen mit unserem Faible für amerikanische Managementideen nicht wieder einmal über das Ziel hinaus? Machen wir aus der „Kultur des Scheiterns“ einen „Kult des Scheiterns“? Zeit also, „fail fast, fail often“ einmal auf den Prüfstand zu stellen.

Oft reichen wenige Tage

Jeder, der schon einmal einen Ikea-Pax-Schrank in den fünften Stock geschleppt hat, nur um dann beim Öffnen des Kartons festzustellen, dass man sich in der Farbe vergriffen hat, kennt das Problem: Manchmal stecken wir zu viel Aufwand in Sachen, die sich nicht lohnen. Ähnlich geht es vielen Unternehmensgründern: Sie stecken Monate harter Arbeit in ihr Start-up, nur um dann schlussendlich festzustellen, dass keiner ihr Produkt oder ihre Dienstleistung kaufen will. Und genau hier

liegt die große Stärke von „fail fast, fail often“. In meinem Blog „The Weekly Startup“ testete ich jede Woche eine neue Geschäftsidee. Innerhalb von fünf Tagen konzipierte ich die Idee, brachte sie auf den Markt und testete sie auf ihre Wirtschaftlichkeit. Das Erstaunliche daran war: Nach nur fünf Tagen konnte ich mit ziemlicher Sicherheit sagen, ob eine Idee funktionieren würde oder ob sie wirtschaftlicher Nonsens war.

Vorteile des schnellen Scheiterns

Dies ist der Kern von „fail fast, fail often“: Geschäftsideen möglichst schnell an Entscheidungspunkte zu bringen, um zu prüfen, ob eine Idee zum Scheitern verdammt ist oder ob sie wirklich Potenzial hat. Es geht nicht um das Scheitern als solches, sondern darum, Geschäftsmodelle, die in der Zukunft mit ziemlich hoher Wahrscheinlichkeit scheitern werden, möglichst frühzeitig zum Scheitern zu bringen. Wie bei einem Stresstest prüft man die wesentlichen Bestandteile eines Geschäftsmodells (Wie viele Kunden kann ich in zwei Tagen gewinnen? Was sind sie bereit zu zahlen? Was kostet mich ein Kunde?) und nicht die peripheren (Wie soll mein Logo aussehen? Welche Farbe hat die Website? Wie mache ich mich interessant für Investoren?).

Ein „fail fast, fail often“ bringt folgende Vorteile:

- Es wird nicht zu viel Zeit und Geld in Ideen investiert, die nicht funktionieren.
- Produkte und Dienstleistungen werden (zumindest in einer Beta-Version) schnell zur Marktreife gebracht. Somit kann Kundenfeedback zügig eingearbeitet werden.
- Wer die Umsetzung einer Geschäftsidee als Experiment versteht, ist experimentierfreudiger, risikobereiter und kreativer – so können wirklich neue Ideen entstehen

Was ist schlecht an „fail fast, fail often“?

Jeder, der schon einmal einen Ikea-Pax-Schrank in der richtigen Farbe in den fünften Stock geschleppt und diesen dort zusammengebaut hat, nur um dann festzustellen, dass er von der Höhe nicht passt, kennt das Problem: Manchmal neigen wir dazu, Dinge nicht bis zum Ende zu durchdenken. Und genau hier liegt die große Schwäche von „fail fast, fail often“. Wer ein etwaiges Scheitern seines Unternehmens schon im Vorfeld mit einplant, neigt oft dazu, ungenau zu planen. Oft hört man dann ein „mal





schauen, ob es klappt“, anstatt eines „ich will prüfen, ob meine Annahme stimmt“. „Fail fast, fail often“ kann zu einer selbsterfüllenden Prophezeiung werden: Plötzlich ist das Scheitern vorprogrammiert und nicht mehr das Resultat aus einem wohlgeplanten Stresstest.

Ein „fail fast, fail often“ bringt folgende

Nachteile:

- Geschäftsideen werden nicht vom Ende her oder bis zum Ende durchgedacht.
- Ein „fail fast, fail often“ wird so oft zu einer Art „self-fulfilling prophecy“.
- Die Folge ist eine Art Beliebigkeit in Art und Umsetzung der Geschäftsideen.

Fazit

Gibt es einen Königsweg? Hört man auf Karl Popper, dann schon. Denn „fail fast, fail often“ ist im Wesentlichen ein Experiment. Ein Experiment zur Prüfung einer Geschäftsidee. Frei nach Karl

Popper können Experimente nur dazu dienen, Theorien zu widerlegen, nicht aber sie zu beweisen. Und hier liegt der Königsweg. Bei „fail fast, fail often“ muss es darum gehen zu versuchen, mithilfe von Experimenten wohlgedachte Geschäftsideen zu Fall zu bringen und nicht darum, mit ihrer Hilfe Geschäftsideen zu finden. Nur weil wir in der heutigen Zeit die Mittel haben, Geschäftsideen schnell und einfach zu testen, entbindet uns dies nicht davon, im Vorfeld unsere Idee sauber zu analysieren und zu durchdenken. Aber genauso verpflichtet uns auch die Möglichkeit, Experimente durchzuführen, genau das zu tun, anstatt ewig an unseren Theorien herumzuojustieren. Das ist es, worum es bei „fail fast, fail often“ geht.

Christoph Biallas

ist Geschäftsführer des Hamburger Inkubators 8seeds. Gleichzeitig berät er Unternehmen zu den Themen Growth-Hacking, Lean Start-up und New Entrepreneurship. Auf seinem Blog The Weekly Startup testet er jede Woche eine neue Geschäftsidee, um neue, innovative Ansätze des Unternehmertums zu entwickeln.



ANZEIGE



Wir machen Sie fit für Ihre Gründung.

Sie haben eine zündende Geschäftsidee? Mit dem Gründungswettbewerb start2grow 2015 starten Sie erfolgreich durch!

Bundesweiter Wettbewerb:

- Kostenfreie Teilnahme
- Hohe Geld- und Sachpreise
- Netzwerk mit mehr als 600 Coaches
- Alle Branchen plus Sonderdisziplin „Technologie“

Los geht's ab 27. November 2014. Jetzt anmelden: www.start2grow.de



Eine Initiative des dortmund-project.

Sie liebten und sie hassten sich

Erfolgsfaktor **Gründerteam** – die Kunst des **kooperativen** Gründens

Mittlerweile dürfte sich herumgesprochen haben, dass es vernünftig ist, im Team zu gründen. Teamgründungen sind erfolgreicher als Gründer auf Solopfad. Ein gutes Team ist Voraussetzung für den Gründungserfolg. Das ist eine der wenigen goldenen Regeln, die man sich hinter die Ohren schreiben kann.

Da für gibt es viele Gründe: Ein Gründerteam hat, vorausgesetzt, es ist sinnvoll zusammengestellt, vielfältigere fachliche Kompetenzen als ein Einzelgründer. Gründerteams haben mehr Kontakte zur Außenwelt, sie können sich gegenseitig motivieren, sie stellen einander kritische Fragen, sie können einen höheren Workload bewältigen. Aber: Teammitglieder können sich auch gegenseitig auf die Nerven gehen. Zur Weißglut bringen. Sich Anwälte an den Hals hetzen. Es ist ein bisschen so wie mit Ehepaaren: Menschen in festen Partnerschaften leben länger – aber sie streiten sich auch öfter als Singles. Den Partner fürs Leben zu finden ist ähnlich schwierig wie ein erfolgreiches Start-up-Team zusammenzustellen. Und ebenso schwer ist es auch, den Erfolg oder die Dauer des Zusammenseins vorherzusagen, wenn gerade die Hochzeitsglocken läuten – oder aber die erste Investitionsrunde ansteht.

Psychotests für Gründungserfolg?

Jeder weiß also, dass ein gutes Team die Keimzelle des Erfolgs für ein Start-up ist. Aber niemand weiß so recht, wie man eigentlich feststellt, was ein gutes Team ist.

Es gibt alle möglichen Tests, in denen Teams überprüfen können, welche Persönlichkeitseigenschaft bei den einzelnen Team-

mitgliedern vorherrschend ist. Besonders beliebt ist die Kodierung solcher Tests in Farben. Ergebnisse werden dann folgendermaßen kommentiert: „Ich bin eher der rote Typ, mein Kumpel ist der blaue Typ – wir bräuchten noch gelb, dann ist das Team komplett.“ Wenn es so einfach wäre. Erfolgreiche Start-up-Teams lassen sich nicht darüber bestimmen, welche Persönlichkeiten die Teammitglieder haben. Es gibt ja auch noch immer keinen überzeugenden Persönlichkeitstest, der „die Gründerpersönlichkeit“ erfassen kann. Gründer zeichnen sich durch ihre Kompetenzen aus. Und Kompetenzen sind situativ und flexibel. Mit Kompetenzen kann man Herausforderungen bewältigen, die wir heute noch gar nicht kennen. Das macht es so schwer, Gründungserfolg vorherzusagen.

Kooperation im Gründerteam

Es gibt aber eine fast banal klingende Kompetenz, die alle erfolgreichen Gründerteams miteinander teilen: **Sie können gut miteinander reden und tun dies auch.** Gute Teams zeichnen sich dadurch aus, dass alle Teammitglieder sehr genau darüber Auskunft geben können, welche Ziele sie selbst und welche Ziele die anderen im Team verfolgen. Erfolgreiche Teams kommunizieren effizient. Und Kommunikation ist die Grundlage für gute Kooperation.

Doch was ist gute Kooperation?

Um diese Frage zu beantworten, muss man sich vor Augen halten, **dass Menschen auf drei Ebenen miteinander kommunizieren:**

- emotional
- interessengeleitet
- objektbezogen



Um gut mit anderen Personen kooperieren zu können, muss man auf allen drei Ebenen der Kommunikation Übereinstimmungen finden. Man muss also emotional zueinanderpassen, ähnliche Interessen teilen und sich auf der Sachebene mit ähnlichen Dingen befassen.

Wenn auf all diesen drei Ebenen eine Schnittmenge besteht, dann kann ein Team gut kooperieren. Es reicht aber nicht, sich

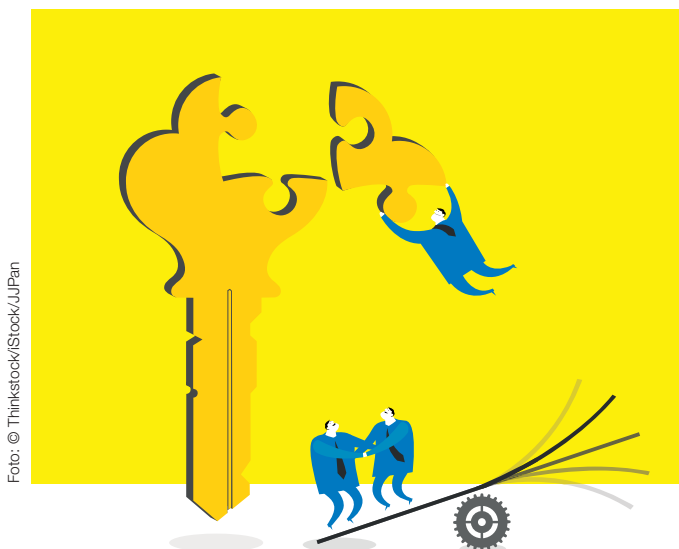


Foto: © Thinkstock/Stock/UPan

einmal über diese Ebenen unterhalten zu haben. Man muss es immer wieder tun. Denn die Situation, in der sich ein Start-up befindet, ändert sich permanent. Dadurch ändern sich die Aufgaben, die Interessen und auch die Stimmungen. Teams müssen also ständig nachjustieren.

Arbeit im Team ist Arbeit am Team

Was hilft uns dieses Modell? Um miteinander erfolgreich zu sein, müssen Gründer in ihre Routinen ein regelmäßiges Update über die drei oben angesprochenen Ebenen vornehmen. Sie müssen im Schlaf folgende Fragen beantworten können: Woran arbeiten die anderen? Was treibt sie an? Wie geht es ihnen?

Fazit

Das Fraunhofer Institut kam in einer aktuellen Studie zu dem Ergebnis, dass ca. 56% der Aufgabe bzw. des Scheiterns von Gründungsteams nicht auf den mangelnden Marktzugang oder darauf, dass das Produkt nicht angenommen wird, zurückzuführen sind, sondern auf persönliche Probleme und Probleme im Team. Darauf, dass die Gründer unterschiedliche Ziele haben, unterschiedliche Strategien verfolgen, sich nicht einig werden können, wer im Team das Sagen haben soll und wer wie viele Anteile bekommt – darauf also, dass nicht gut genug kooperiert wird. Und Investoren sollten darüber nachdenken, ob sie nicht zumindest einen geringen Anteil ihres Investments in die Entwicklung dieser zentralen Kompetenz, gut miteinander kooperieren zu

können, stecken sollten. Ein Tipp noch: Es ist nicht damit getan, das Team einmal im Jahr in den Klettergarten oder zum Kanufahren zu schicken. Kooperation lernt man am besten kontinuierlich, near the Job und anhand genau der Aufgaben, die es aktuell zu bewältigen gibt.

Prof. Dr. Dr. Claudius Schikora

ist Präsident der Hochschule für Angewandtes Management in Erding und leitet das Institut für Gründungsmanagement. Er ist selbst erfolgreicher Gründer zweier Online-Unternehmen und als Business Angel tätig.



Claas Triebel

ist Professor für Wirtschaftspsychologie an der Hochschule für Angewandtes Management Erding und berät seit vielen Jahren Gründer-teams. 2012 veröffentlichte er das Buch „Die Kunst des kooperativen Handelns“ (Orell Füssli).



ANZEIGE

Wir sind das Gründerzentrum



WERK1

MÜNCHEN

 HOTSPOT DER DIGITALEN GRÜNDERSZENE

Wir bauen Brücken

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



gate

Events
Netzwerk
Coworking Space
Startup-Räume

WERK1 München
Grafinger Straße 6
81671 München
Fon: +49/(0)89/995299-22
www.werk1muenchen.de

Entrepreneurship-Ausbildung in Deutschland

Wie lehrt man Deutschland Gründergeist



Die deutsche Hochschullandschaft hat in Sachen Entrepreneurship-Ausbildung ihre Hausaufgaben gemacht – seit 1998 ist die Zahl der Entrepreneurship-Lehrstühle in der Bundesrepublik auf über 100 angewachsen. Das Angebot reicht von Wahlpflichtvorlesungen und Seminaren über Summer Schools bis hin zu kompletten MBA-Programmen.

Mitverantwortlich für den intensiven Ausbau der Programme der Universitäten und Hochschulen ist das vom BMWi initiierte Förderprogramm Exist, welches sich der Förderung der Gründungskultur an Hochschulen in Deutschland verschrieben hat. 2011 wurde zum ersten Mal das Prädikat „Gründerhochschule“ verliehen. Damals machten die Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, die TU Berlin und die Hochschule München mit ihren Strategiekonzepten zur Gründungsprofilierung das Rennen. In der zweiten Wettbewerbsrunde 2013 konnten die Universität des Saarlandes, Universität Kassel und die Universität Lübeck überzeugen und sich seither mit dem Titel Gründerhochschule schmücken. Konkret bedeutet die Auszeichnung für die prämierte Hochschule und die Universitäten nicht nur Prestigezuwachs, sondern auch die Unterstützung des BMWi mit Preisgeldern in Höhe von 2,7 Mio. EUR pro Gründerhochschule. Dabei bringen nicht nur die ausgezeichneten Hochschulen erfolgreiche Gründer hervor: Eine Studie der LMU München zu Erfolgsaussichten gründungswilliger Studenten der jeweiligen Universitäten sieht die TU München als Spitzenplatzierte, an zweiter Stelle steht die TU Berlin. Untersucht wurden dafür acht Themenfelder wie Entrepreneurship-Ausbildung, externe Vernetzung oder Ausgründungsaktivität.

„Je früher, desto besser“

Aber wie wird der Student zum Unternehmensgründer? Die Ansätze der Hochschulen unterscheiden sich in einigen Punkten, aber Einigkeit herrscht darüber, dass bereits Bachelor-Studenten mit dem Thema Gründen in Berührung gebracht werden sollten. Je früher, desto besser, meint Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Inhaber des Lehrstuhls E-Entrepreneurship der Universität Duisburg-Essen, „der Impuls muss im Bachelor gesetzt werden“, denn dann bleibt noch genügend Spielraum, um sich im Master entsprechend zu positionieren.

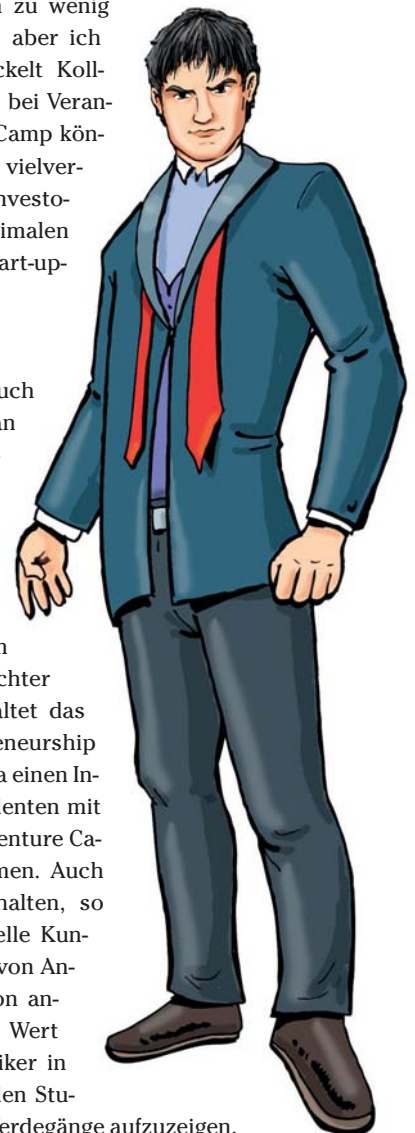
Eine gute Idee macht noch keinen Gründer

Die geniale Geschäftsidee, die den jeweiligen Markt revolutionieren wird, müssen die Studenten dabei noch nicht mit in die Vorlesung bringen. „Von den Teilnehmern meiner Vorlesung haben etwa 10% schon eine mehr oder weniger konkrete Idee, die sie im Laufe der Veranstaltung entwickeln wollen, Voraussetzung

ist das natürlich nicht“, stellt Prof. Dr. Diane Robers, Head of Entrepreneurship an der EBS Universität für Wirtschaft und Recht in Oestrich-Winkel, klar. Auch für Kollmann steht im Vordergrund seiner Bemühungen nicht die konkrete Geschäftsidee: „Es ist ganz einfach – wir haben zu wenig Gründergeist in Deutschland, aber ich arbeite daran.“ Ideen entwickelt Kollmann auch direkt im Hörsaal, bei Veranstaltungen wie dem Gründer Camp können die Studenten dann die vielversprechendsten Ideen echten Investoren vorstellen, dabei den optimalen Pitch erlernen „und echte Start-up-Luft schnuppern“.

Praxisbezug herstellen

Solche Möglichkeiten sind auch notwendig, denn die Kritik an der letztlich theoretischen Entrepreneurship-Ausbildung, Gründen lerne man nicht im Hörsaal, sondern per Trial and Error, hält sich hartnäckig. Entsprechend groß sind allorts die Bemühungen um intensive Einbeziehung echter Marktteilnehmer. So veranstaltet das Strascheg Center for Entrepreneurship der Hochschule München etwa einen Investorentag, bei dem die Studenten mit echten Business Angels und Venture Capitalisten ins Gespräch kommen. Auch werden die Studenten angehalten, so früh wie möglich an potenzielle Kunden heranzutreten, um Ideen von Anfang an der Nachfragesituation anzupassen. Auch Robers legt Wert darauf, möglichst viele Praktiker in die Vorlesung zu holen, um den Studenten die verschiedensten Werdegänge aufzuzeigen,



aber auch Scheitern ist für die Professorin ein wichtiges Thema. Die Studenten sollen lernen, Risiken realistisch einzuschätzen und ein Scheitern nicht als absolute Niederlage zu begreifen, dafür lädt die Professorin auch Unternehmer ein, die vielleicht zwei oder dreimal gescheitert sind, bevor sie sich mit einer Geschäftsidee durchsetzen konnten. „Schnell scheitern“, lautet die Devise für Robers – und dann schnell wieder aufstehen, „out of the Sackgasse“.

Persönlichkeiten schulen

„Man muss natürlich in gewisser Weise ein Risk Taker sein“, räumt Assaf Shamia, Head of Entrepreneurship-Education am Strascheg Center, ein. Als ehemaliger Direktor einer israelischen Venture Capital-Gesellschaft hat er die Start-up-Szene schon aus den unterschiedlichsten Perspektiven kennengelernt. Nur Mut allein reicht aber nicht aus, „Mut und Demut in der richtigen Mischung“ sind für Robers entscheidende Charakteristika, die sie neben den üblichen Verdächtigen Kreativität, Vertrauen in die eigene Idee und Teamfähigkeit den Unternehmern in spe vermitteln möchte.

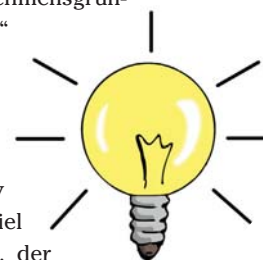
MINT-Studenten an Bord holen

Obleich die Angebote der Universitäten und Hochschulen oft fakultätsübergreifend zugänglich sind, liegt der Fokus der Bemühungen auf einer Gründungssensibilisierung insbesondere im Bereich der MINT-Fächer – das heißt in den Disziplinen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik – denn gerade aus diesen Bereichen werden innovative Ideen erwartet, die zu erfolgreichen Gründungen taugen. Auch an Business Schools wie der EBS wird daher Wert auf Kooperationen mit technischen

Universitäten, etwa der TU Darmstadt, gelegt. Es sind aber gerade die Studenten dieser naturwissenschaftlichen Disziplinen von den Vorteilen einer eigenen Unternehmensgründung schwieriger zu überzeugen als etwa ihre Kommilitonen aus den Bereichen BWL, Tourismus oder Design, berichtet Assaf Shamia aus der eigenen Lehrpraxis. „Das hat ganz praktische Gründe: Die MINT-Absolventen haben gerade bei uns in Bayern Top-Jobaussichten, da ist der risikoreichere Weg der Unternehmensgründung oft weniger attraktiv für die Studenten.“

Fazit

Die Debatte über die Frage, ob ein Gründer born or made ist, können auch die Professoren nicht beantworten. „Gründen hat definitiv mit Talent zu tun“, findet Shamia, „wer so viel Erfahrung in diesem Geschäft hat wie ich, der kann Talent meterweit riechen, auch im Hörsaal.“ Gleichzeitig ist er aber der Überzeugung, dass die Vermittlung von Entrepreneurial Thinking, wie es am Strascheg Center im Mittelpunkt der Ausbildung steht, einen erlernbaren Prozess darstellt und nicht nur für Start-up-Gründer im engen Sinne einen klaren Mehrwert liefert. Auch Kollmann stellt die universelle Verwertbarkeit der im Entrepreneurship-Studium erworbenen Fähigkeiten heraus. „Innovationsprozesse werden auch für Führungskräfte in etablierten Unternehmen immer wichtiger, wir sprechen hier von Intrapreneurship, von den konkreten Fähigkeiten eines Gründers ist man da gar nicht mal so weit entfernt.“



Lucie Rohr
redaktion@vc-magazin.de

ANZEIGE

Viele Wege ...



facebook.com/VentureCapitalMagazin
twitter.com/vc_magazin



... führen zum VentureCapital Magazin

VentureCapital
Magazin

<http://vc-mag.de/abo>

VC-Magazin.de
Das Portal für Investoren & Entrepreneure

www.vc-magazin.de

Private Equity Flash
Der Newsletter von VC-Magazin.de

<http://vc-mag.de/newsletter>

Gründen mit Struktur

Businessplan: schreiben, leben, weiterentwickeln

Als ambitionierte Gründerin oder Gründer seht Ihr Euch unserer Erfahrung nach bestimmt als „echte Machertypen“ und wollt am liebsten gleich loslegen. 30-seitige Businesspläne zu schreiben, steht wahrscheinlich nicht auf Eurer Favoriten-Liste. Kürzer und knackiger fallen die Pitchdecks aus, in die viele Start-ups ihr Konzept heute gießen. Aber egal in welcher Form – was Euch auf jeden Fall weiterbringen wird, ist der Prozess beim Businessplanning. Dabei geht es nicht um die Schreib- und Rechenarbeit, sondern den strukturierten Denkprozess – um Eure Vision zu schärfen und dadurch Eure Chancen bei Investoren signifikant zu erhöhen.

Erstmal solltet Ihr Euch klarmachen, wer Eure Leser sind. Auf jeden Fall gehört Ihr selbst dazu, ebenso Eure Gründerkollegen. Der Businessplan ist ein Instrument zur Planung, aber langfristig auch zur Kontrolle, ob im Unternehmen alles nach Plan läuft. Ganz am Anfang wird durch den Businessplan auch deutlich, ob wirklich alle Gründerkollegen auf einer Linie sind. Haben alle dieselben Ziele, auch mittel- und langfristig? Und passen die Vorstellungen, wie diese Ziele erreicht werden sollen, auch zusammen? Ein Knackpunkt, den wir schon bei mehreren von uns gecoachten Teams gesehen haben, ist die Frage, ob Eigenkapitalinvestoren mit an Bord geholt werden, und die damit verbundene Exit-Orientierung. Ob das Unternehmen mit dem Kapital und Know-how erfahrener Investoren schneller wachsen soll, dafür aber auch Anteile und Mitspracherechte an Dritte vergeben werden, ist eine Entscheidung, die die gesamte Strategie beeinflusst.



Was Investoren sehen wollen

Gerade wenn Ihr Euch an Eigenkapitalinvestoren richtet, darf Eure Vision im Businessplan so richtig groß sein. Ganz besonders Venture Capital-Geber erwarten in der Umsatz- und Erfolgsplanung nichts Geringeres als die berühmte Hockeystick-Kurve – aber dennoch fundiert geplant. Business Angels sind flexibler, aber auch sie wollen sehen, wie Ihr das Unternehmen zum „Fliegen bringt“. Alle Eigenkapitalinvestoren sind außerdem sehr interessiert zu hören, wie Ihr Euch den lukrativen Exit für sie vorstellt, also wie sie ihre Unternehmensanteile wieder abgeben und dafür mehr – sehr viel

mehr – als das eingesetzte Kapital bekommen. Wie und mit welchem Zeithorizont können sie die Anteile verkaufen? An ein größeres Unternehmen, einen anderen Investor, Euch selbst oder vielleicht sogar an der Börse? Venture Capital-Investoren rechnen normalerweise mit einem Zeithorizont von fünf bis sieben Jahren. Bei Business Angels kann die Zeitspanne variieren. Für die Ansprache von Investoren solltet Ihr natürlich das Budget einplanen, das Ihr akquirieren wollt. Was ist möglich mit diesem Kapital, welche „Hebel“ könnt Ihr einsetzen, um das Investment lukrativ zu machen? Meilensteine im Businessplan wie der Markteintritt oder Break-even Point machen deutlich, wie Ihr vorgehen wollt.

Wo Euer Fokus liegen sollte

Zu großspurig treten die meisten deutschen Start-ups unserer Erfahrung nach mit ihren Businessplänen gegenüber potenziellen Investoren nicht auf. Eher planen die Teams zu bescheiden oder konservativ. Manchmal wissen sie einfach nicht, wie sie noch mehr aus ihrer Geschäftsidee herausholen können. Grundsätzlich müsst Ihr Euch immer wieder klarmachen: Im Businessplan geht es in erster Linie um das Geschäft, Euer innovatives Produkt oder Angebot steht nicht allein im Mittelpunkt. Egal wie bahnbrechend Eure neue Technologie ist – man muss erkennen, wie Ihr damit möglichst viel Geld verdient. Ihr solltet im Businessplan durchaus beschreiben, wie und auf welchen Grundlagen die Technologie funktioniert. Der Fokus ist im Businessplan ganz klar auf diese Aspekte gerichtet: Wer braucht und will Euer Produkt, welches Problem löst Ihr damit bzw. welches Bedürfnis erfüllt Ihr – sprich, welchen relevanten Kundennutzen bietet Ihr? Ist der Markt groß genug und könnt Ihr das Produkt bzw. die Lösung zu realistischen Konditionen und Preisen anbieten? Wie bekommt Ihr die Kosten in den Griff, wann ist das Unternehmen rentabel? Kurz gesagt: Wie gut funktioniert die „Ertragsmechanik“, die Euer Unternehmen antreibt?

Schwachstelle Vertrieb

Verschenktes Potenzial sehen wir bei Start-ups vor allem in den Bereichen Markt und Produkt. Vielleicht hattet Ihr von Anfang an einen bestimmten Zielmarkt oder ein spezielles Segment im Auge. Vielleicht kennt Ihr Euch da besonders gut aus oder

habt schon Branchenkontakte, vielleicht handelt es sich auch um einen regionalen Markt, den Ihr gut erreichen könnt. In all diesen Fällen ist der Blick über den Tellerrand angesagt, und Ihr solltet eruieren, welche weiteren Märkte ihr gleich oder über die Zeit erschließen könnt. Auch bei der Produktentwicklung ist meistens noch Luft nach oben bzw. in die Breite. Ihr könnt über sinnvolle Erweiterungsprodukte zu Eurem Kernprodukt nachdenken oder das gesamte Geschäftsmodell hinterfragen. Software-Unternehmen haben spätestens seit dem Aufkommen der Cloud-Technologien z.B. die Wahl, ob sie ihre Tools mit Supportleistungen verkaufen oder sie vermieten. Die zweite Variante bietet einen besonders planbaren Cashflow. Auch der Customer Lifetime Value ist einen zweiten Blick wert: Wie kann der Kunde zum Wiederkäufer gemacht werden? Das muss nicht nur das Kernprodukt betreffen. Bekannte Beispiele sind Drucker und Patronen, Kaffeemaschinen und die passenden Kapseln oder Apple-Produkte und die iTunes-Medien. Vernachlässigt wird überraschend oft die Vertriebsstrategie. Gerade bei Investoren sehen wir: Je jünger und unerfahrener das Gründerteam ist, desto ausgefeilter sollte die Vertriebsstrategie sein, um zu überzeugen.

Übermut tut selten gut

Alle Annahmen und Planungen in den einzelnen Businessplan-Kapiteln werden schließlich in der Finanzplanung in Zahlen übersetzt und zusammengefasst. Beim Thema Rentabilität sind Start-ups manchmal zu optimistisch: Bei großen Gewinnen und relativ kleinem Kapitalbedarf auf dem Papier oder wenn Eure Umsatzrendite über der des Marktführers liegt, solltet Ihr am besten noch mal nachrechnen. Besonders Marketing und Personalkosten werden oft zu niedrig eingeschätzt, manchmal vergessen Neu-Unternehmer Posten wie z.B. die Lohnnebenkosten. Wenn Ihr noch wenig Erfahrung habt in den Branchen und Märkten, die Ihr adressieren wollt, hilft es, typische Kennzahlen zu recherchieren und zu vergleichen. Wie gut und realistisch Eure Planung ist, zeigt sich spätestens, wenn Ihr wirklich „am Machen“ seid als Unternehmer. Es gibt aber Möglichkeiten, Eure Planung vorher auf Schwachstellen zu checken und zu optimieren: Das Feedback bei Businessplan-Wettbewerben und im Start-up-Coaching gehört dazu, genauso solltet Ihr gut zuhören, welche Fragen z.B. potenzielle Investoren bei Pitches stellen. In Stein gemeißelt ist der Businessplan ohnehin niemals, vielmehr sollte auch in einem laufenden Unternehmen immer wieder angepasst werden. Wenn sich die Rahmenbedingungen und Eure Strategie ändern, wenn Meilensteine erreicht wurden und allerspätestens wenn eine neue Finanzierungsrunde ansteht, braucht Ihr einen aktuellen Businessplan.

Fazit

In den letzten Jahren hat sich außerdem der Lean-Ansatz weiter verbreitet. Dabei versucht das Unternehmen, statt lange voranzuplanen, mit noch nicht finalisierten Produkten möglichst schnell die Reaktionen im Markt zu testen, um auf dieser Basis weiter zu planen und zu entwickeln. Aber auch das Lean-Konzept braucht Struktur, und die ständigen Anpassungen müssen in ein visionäres Konzept integriert werden. Mit dieser hohen Frequenz von Planung und Anpassung ist es sogar noch herausfordernder geworden, den Businessplan zu schreiben. Aber egal in welcher Form, ob Pitchdeck oder komplett ausformuliert, der Businessplan ist ein grundlegendes Tool und zeigt Euch und potenziellen Investoren, wohin die Reise gehen kann.



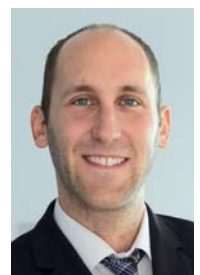
Harald Wagner

ist bei BayStartUp Leiter des Münchener Businessplan Wettbewerbs und des BPW Ideenreich. Darüber hinaus begleitet er auch Teams hin zur Finanzierung. Wagner ist selbst unternehmerisch aktiv und als Dozent an der Universität Passau sowie an der Hochschule Landshut tätig.



Christian Stürmer

ist bei BayStartUp als Projektleiter für den Businessplan Wettbewerb Nordbayern zuständig und unterstützt Unternehmensgründer insbesondere bei der Erstellung, Optimierung und Umsetzung ihrer Businesspläne sowie als Referent in Businessplan-Workshops.



Get ready

Wettbewerbe bringen Euch nach vorn

Durchstarten im Businessplan-Wettbewerb

Die wichtigsten Businessplan-Wettbewerbe

Wettbewerb	Region	Voraussetzungen	Preise	Veranstalter	Website
Bundesweit					
Achema Gründerpreis 2015	Bundesweit	Konzept oder Businessplan für Unternehmensgründung in den Sparten Energie, Biotechnologie, Analytik; Unternehmensgründung liegt weniger als drei Jahre zurück.	30.000 EUR–40.000 EUR	ALTANA, Achema	www.achema.de
bwcon: Hightech-Award Cyber One	Baden-Württemberg, gemeinsame Wirtschaftsräume (z.B. Großraum Konstanz)	(Vor-)Gründer; Unternehmen, deren Gründung weniger als drei Jahre zurückliegt/Wachstumsfinanzierung	100.000 EUR, Geld- und Sachpreise	Baden-Württemberg: Connected e.V.	www.cyberone.de
Deutscher Gründerpreis	Bundesweit	Nominierung durch einen Experten des Deutschen Gründerpreises	Sachpreise	stern, Sparkassen, ZDF, Porsche	www.deutscher-gruenderpreis.de
Gründerwettbewerb – IKT Innovativ	Bundesweit	(Vor-)Gründer; Unternehmen, die älter als vier Monate sind und nicht als GmbH oder AG registriert wurden	270.000 EUR	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)	www.gruenderwettbewerb.de
i2b Businessplan-Wettbewerb 2014	Österreich	Ausgeschlossen sind Gründungs-ideen, die vor dem 1.11. des dem Wettbewerbsjahr vorangehenden Kalenderjahres umgesetzt wurden.	ca. 160.000 EUR, Geld- und Sachpreise	Wirtschaftskammern Österreichs, Erste Bank, Sparkassen	www.i2b.at
NUK-Businessplan-Wettbewerb	Bundesweit	(Vor-)Gründer; Unternehmen ohne Wagniskapitalfinanzierung, deren Gründung weniger als sechs Monate zurückliegt	30.000 EUR	NUK Neues Unternehmertum Rheinland e. V.	www.neuesunternehmertum.de
Promotion Nordhessen	Bundesweit	(Vor-)Gründer; Unternehmensgründung liegt nicht länger als zwölf Monate zurück.	60.000 EUR	Regionalmanagement Nordhessen GmbH, Land Hessen	www.promotion-nordhessen.de
Science4live Venture Cup	Bundesweit	(Vor-)Gründer; Unternehmen, deren Gründung weniger als zwölf Monate zurückliegt	k.A.	Science4Life e.V.	www.science4life.de
Senkrechtstarter Gründungs-wettbewerb	Nordrhein-Westfalen	(Vor-)Gründer; Unternehmen, deren Gründung nicht mehr als sechs Monate zurückliegt.	51.000 EUR	Wirtschaftsförderung Bochum	www.senkrechtstarter.de
start2grow	Bundesweit	(Vor-)Gründer; Unternehmen, deren Gründung nicht länger als sechs Monate vor der Auftaktveranstaltung liegt (nur im Bereich Dortmund gegr.).	96.000 EUR	Wirtschaftsförderung Dortmund	www.start2grow.de
Venture 2014	Schweiz, Fürstentum Liechtenstein	(Vor-)Gründer; Unternehmen, die seit dem 1. Juni 2012 eingetragen wurden	120.000 CHF	ETH Zürich, Knecht Holding, der Förderagentur für Innovation KTI, McKinsey & Company, Switzerland	www.venture.ch
venture kick	Schweiz (Gründungsort)	Alle an einer schweizerischen Hochschule (Uni, ETH oder FH) eingeschriebene oder beschäftigte Personen, die eine konkrete Geschäftsidee verfolgen	bis zu 130.000 CHF	Fondation des Fondateurs	www.venturekick.ch

Schlaue Gründer machen bei Businessplan-Wettbewerben mit. Dort lernt Ihr nicht nur, wie man den berühmt-berüchtigten Geschäftsplan verfasst, Ihr profitiert auch noch von Coachings und wertvollem Feedback. Im Rahmen des Wettbewerbs spielt Ihr Eure Geschäftsidee mit ausgewiesenen Experten einmal durch und findet die richtigen Stellschrauben, um die Feinheiten abzustimmen. Den Gewinnern winken außerdem Startkapital und Sachpreise. Jetzt im Herbst beginnen die meisten Wettbewerbe wieder. Wer was anbietet, zeigt die Tabelle.

Information

Beim Achema Gründerpreis 2015 ist eine Idee, ein Konzept oder einen Businessplan für eine künftige Unternehmensgründung in den Sparten Energie, industrielle Biotechnologie oder Messtechnik/Analytik erforderlich. Die Finalisten haben die Chance, vor mehr als 170.000 Fachbesuchern ihre Ideen mit einem Stand auf der ACHEMA 2015 vorzustellen.

Gesucht werden umsetzungsreife Businessmodelle aus der Technologiebranche in Form von ausgereiften Businessplänen. Alle Teilnehmer des CyberOne Award erhalten eine einjährige Gastmitgliedschaft bei der Wirtschaftsinitiative bwcon und haben Zugang zu den Angeboten der bwcon: Coaching Group. Zusätzlich zum Finanzierungskapital gibt es eine Teilnahme am Deutschen Eigenkapitalforum, Imagefilme, Patenschaften oder Nachcoachingangebote zu gewinnen.

Der Deutsche Gründerpreis wird einmal jährlich in den Kategorien Schüler, Start-up, Aufsteiger und Lebenswerk vergeben. Eine Bewerbung für den Wettbewerb ist nicht möglich. Die nominierten Unternehmen werden jährlich durch Experten des Deutschen Gründerpreises vorgeschlagen. Gewinnern der Kategorien Start-up und Aufsteiger winkt ein individuelles Coaching durch Porsche Consulting, ein Medientraining durch das ZDF, Zugang zum Alumni-Netzwerk des Deutschen Gründerpreises und eine zweijährige Patenschaft des Kuratoriums des Deutschen Gründerpreises.

Beim zweimal jährlich stattfindenden Gründerwettbewerb IKT Innovativ können gleich mehrere Ideenskizzen aus den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnologien eingereicht werden. Bei der Ausarbeitung helfen Qualifizierungsangebote und Experten-Coachings. 80% des Gewinns (24.000 EUR) werden erst bei der Gründung oder Umwandlung des Unternehmens in eine Kapitalgesellschaft (GmbH/AG) ausgezahlt. Die Wettbewerber verpflichten sich zur Teilnahme an einer Wirkungsanalyse über den Erfolg der geförderten Unternehmensgründungen.

Vergeben werden Preise in den Kategorien „Dienstleistungen, Gewerbe, Handel“, „Green Innovators“, „Technologie“, „Ein-Personen-Unternehmen“, „StudentInnen“, „Betriebsnachfolge“. Auf der Internetseite finden Gründer kostenlose Webinare und nützliche (Planungs-)Tools. Unabhängig vom Wettbewerbszeitraum können registrierte i2b-User zwei schriftliche Experten-Feedbacks zu ihren Businessplänen einholen. Die fünf besten Teams jeder Hauptkategorie stellen ihre Konzepte beim i2b-Finale einer Jury aus Investoren und Experten aus dem Gründungsbereich vor. Die Bewertung ergibt sich jeweils zur Hälfte aus der Feedback-Note des Businessplans und der Präsentationsbewertung durch die Jury.

Die kostenlosen Dienstleistungen des NUK-Netzwerks umfassen Beiträge zu Rechts- und Steuerfragen sowie Tipps und Diskussionen zu aktuellen Gründerthemen, eine Online-Gründerbibliothek, Networking Events sowie die Klärung individueller Gründungsfragen durch Experten aus der Wirtschaft. Pro Wettbewerbsstufe werden mindestens zwei Expertengutachten zum eingereichten Konzept erstellt. Darüber hinaus besteht für die Teilnehmer die Chance, in das NUK-Mentoringprogramm aufgenommen zu werden. Die Arbeitsmaterialien und Informationen sollen auch Gründern, die keinen kaufmännischen Hintergrund aufweisen, eine Teilnahme erleichtern.

Der Wettbewerb eignet sich nicht nur für Unternehmensgründer, sondern auch für KMU, die erste Wachstumsschritte planen. In Coachingabenden und Impulsvorträgen sollen Unklarheiten beseitigt und Wissen zur Unternehmensgründung vermittelt werden. Wer als Teilnehmer in einem separaten Pitch überzeugt, hat außerdem die Chance, an der A.B.A.N (aktive Business Angels Kultur in Nordhessen)-Lounge teilzunehmen. Neben einem individuellen Feedback zu allen Beiträgen können Preisträger ein kostenloses Nachgründungscoaching von bis zu zwei Jahren in Anspruch nehmen. Der aktuelle Stand der erfolgreich aus dem Wettbewerb hervorgegangenen Start-ups wird von Zeit zu Zeit im Rahmen sogenannter Alumni-Reports veröffentlicht. Die Auszahlung der zweiten Hälfte des Gewinns erfolgt in Form einer Ansiedelungsprämie nach Gründung des Unternehmens.

Gesucht werden Unternehmensideen aus der der Life Sciences- oder Chemiebranche. Der Wettbewerb setzt sich aus einer Ideen-, einer Konzept- und einer Businessplanphase zusammen. Die Bewertung der einzelnen Runden erfolgt separat, eine Teilnahme kann in jeder der drei Wettbewerbsphasen erfolgen. Teilnehmer können bei der Konkretisierung ihrer Projekte auf Unterstützung durch das Science4Life-Expertennetzwerk zurückgreifen.

Während des Wettbewerbs stehen den Gründern persönliche Mentoren des Netzwerks der Wirtschaftsförderung Bochum zur Seite. Bei speziellen Fragestellungen können kostenlose Expertenmeinungen eingeholt werden. Die Auszahlung des Preisgeldes erfolgt auf Nachweis der Unternehmensgründung innerhalb von zwölf Monaten nach Abschluss des Wettbewerbs in den Städten Bochum, Herne oder Witten. Bei Gründung in einer anderen Stadt in NRW werden 50% des Gewinns ausgezahlt.

Die Wahl des Mentors erfolgt beim start2grow-Wettbewerb nach Präferenz des Gründungsteams. Auch während der laufenden Wettbewerbsphase ist ein Wechsel der Vertrauensperson jederzeit möglich. Für technologieorientierte Gründer bietet die Wirtschaftsförderung Dortmund in Kooperation mit verschiedenen Dortmunder Kompetenzzentren Branchen-Specials an. Die Auszahlung der ersten Hälfte der Preisgelder erfolgt sofort, die zweite Hälfte wird bei nachgewiesener Gründung des Unternehmens bis zum 31.12.2014 in Dortmund überwiesen.

Wer seine Executive Summary (Schwerpunkt Kundennutzen und Markt) beim venture 2014 einreichen möchte, kann aus der Datenbank des Wettbewerbs bis zu drei bevorzugte Mentoren auflisten, die ihn bei der Ausarbeitung der Geschäftsidee begleiten. Die Intensität und Dauer des Coachings wird individuell vereinbart. Parallel zum Wettbewerb vermitteln Vorträge, Workshops und Informationsmaterial das für die Erstellung des Businessplans notwendige Fachwissen. Nach der finalen Präsentation investiert das venture 2014 Advisory Board als potenzieller Kapitalgeber mit einer maximalen Finanzierung von 60.000 CHF in die fünf besten Businesspläne.

In neun Monaten sollen die Teilnehmer des venture kick ihre Projekte von der ersten Geschäftsidee bis zum konkreten Businessplan führen. Monatlich werden jeweils sechs Start-ups in das Programm aufgenommen. Im Wettbewerbszeitraum helfen Experten den Teilnehmern beim Aufbau von geschäftlichen Netzwerken, der Akquise erster Kunden und dem Überwinden von rechtlichen Hürden bei der Sicherung von Patenten. Eine Auszahlung des Gewinns erfolgt nur bei Gründung innerhalb des vorgegebenen Wettbewerbszeitraums.

Die wichtigsten Businessplan-Wettbewerbe

Wettbewerb	Region	Voraussetzungen	Preise	Veranstalter	Website
Regional					
1,2,3, Go	Saarland, Rheinland-Pfalz	Finanzierungsbedarf besteht. Keine Finanzierung mit Risikokapital.	50.000 EUR Sachpreise	IHKs	www.ihk-saarland.de
AC ² – der Gründungswettbewerb	Nordrhein-Westfalen	Existenzgründer; Unternehmensgründung liegt nicht länger als zwölf Monate zurück, es wurde kein Wagniskapital aufgenommen.	32.500 EUR	Industrie- und Handelskammer Aachen	www.gruenderregion.de
Benchmark Award.Med NRW	Nordrhein-Westfalen	Unternehmensidee im Bereich Medizinwirtschaft	20.000 EUR Sachpreise, Patenschaften	Startbahn MedEcon Ruhr GmbH	www.startbahn-ruhr.de
BPW Schwaben BPW IdeenReich Münchener Businessplan Wettbewerb (MBPW)	München, Südbayern	Finanzierungsbedarf zur Konkretisierung und Umsetzung einer Geschäftsidee	50.000 EUR	Evobis GmbH	www.evobis.de
Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg	Berlin, Brandenburg	(Vor-)Gründer, Unternehmensgründung. Aufbau eines neuen Geschäftsfeldes liegt nicht länger als zwölf Monate zurück.	53.000 EUR	Investitionsbank Berlin (IBB), Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB), Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg e.V. (UVB)	www.b-p-w.de
Businessplan-Wettbewerb Nordbayern	Nordbayern	(Vor-)Gründer und Unternehmen mit wachstumsbedingtem Finanzierungsbedarf	40.000 EUR	netzwerk nordbayern	www.netzwerk-nordbayern.de
ego.BPW	Sachsen-Anhalt	(Vor-)Gründer; Unternehmensgründung liegt nicht länger als fünf Jahre zurück.	18.400 EUR	ego.-BUSINESS, Investitionsbank Sachsen Anhalt	www.egobusiness.de
Gründerpreis NRW 2014	NRW	Freiberufler; Unternehmen, deren Gründung nicht länger als drei Jahre zurückliegt, die nicht mehr als 50 Beschäftigte haben und weniger als 10 Mio. EUR Umsatz pro Jahr aufweisen	20.000 EUR	NRW.Bank, KfW	www.gruendergipfel.nrw.de
Gründerpreis Thüringen	Thüringen	(Vor-)Gründer; Unternehmensgründung liegt nicht länger als fünf Jahre zurück.	ca. 60.000 EUR	Thüringer Zentrum für Existenzgründungen und Unternehmertum (ThEx)	www.gera.ihk.de
KUER Gründungswettbewerb	Nordrhein-Westfalen	Gründung für KUER-Branchen. Unternehmen noch nicht gegründet oder es befindet sich erst ein Jahr nach der Gründung.	35.000 EUR	NRW.Bank, Betrem	www.kuer-startbahn.de
Pioniergeist	Rheinland-Pfalz	(Vor-)Gründer; Unternehmensgründung/-übernahme liegt weniger als zwölf Monate zurück	30.000 EUR	SWR Fernsehen, Volksbanken Raiffeisenbanken, Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB)	pioniergeist.rlp.de
Thüringer Strategiewettbewerb für innovative Gründungen	Thüringen	Einreichung eines kleinen Businessplans. (Vor-) Gründer; Unternehmensgründung liegt nicht länger als drei Jahre zurück. Mit der eingereichten Idee darf noch kein Preis beim Thüringer Gründerpreis oder beim Thüringer Strategiewettbewerb gewonnen worden sein.	15.000 EUR	ThEx innovativ/STIFT	www.innovativ-gruenden-thueringen.de
Lokal					
GründerCup Kiel Region	Kiel	Bereits gegründet/kurz vor der Gründung. Sitz des Unternehmens im Wettbewerbsgebiet.	23.000 EUR	Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs GmbH, KielRegion, Kiwi GmbH, IHK zu Kiel	www.gruendercup.de
Lausitzer Existenzgründer Wettbewerb	Lausitz	(Vor-)Gründer; Unternehmensgründung liegt weniger als vier Jahre zurück.	12.000 EUR	Wirtschaftsinitiative Lausitz e.V.	www.wil-ev.de
StartUp-Impuls	Hannover	(Vor-)Gründer; Unternehmensgründung liegt weniger als zwölf Monate zurück.	80.000 EUR	hannoverimpuls, Sparkasse Hannover	www.hannoverimpuls.de

Information

Die Coaches von 1,2,3,GO bieten eine individuelle Betreuung bei der Erstellung des Businessplans. Interaktive Workshops zu den wichtigsten Bestandteilen und Speed Coachings helfen bei der Ausarbeitung der Beiträge. Die eingereichten Businesspläne werden von jeweils drei Juroren einer unabhängigen Bewertung unterzogen. Für die erfolgreichsten Teilnehmer gibt es eine Finanzierung von bis zu 10.000 EUR und die Bereitstellung einer kostenlosen Medienpräsenz im Wettbewerbsgebiet zu gewinnen. Der Wettbewerb richtet sich ausschließlich an Neugründer.

160 ehrenamtliche AC²-Mitglieder aus den verschiedensten Unternehmens- und Wirtschaftsbereichen stehen den Gründern beim AC²-Wettbewerb als Experten, persönliche Mentoren und Gutachter zur Verfügung. Für die Teilnehmer organisierte Fachabende vermitteln Wissen zu gründungsrelevanten Themen und bieten die Gelegenheit, andere Gründer, AC²-Berater, Kunden und Kapitalgeber kennenzulernen.

In vier Monaten führt der Wettbewerb angehende Unternehmer in die Praxis des Benchmarkings ein. Beim Benchmark Award Netcamp können sich die Teilnehmer in Arbeitsgruppen über ihre Erfahrungen austauschen und gruppenübergreifend nach Lösungen für ihre Projektstrategien suchen sowie die Konzepte mit etablierten Unternehmern diskutieren. An die sechs besten Teams vergibt die Startbahn MedEcon Ruhr GmbH eine Patenschaft und steht ihnen auch nach Abschluss des Wettbewerbs beratend zur Seite.

Gleich drei Businessplan-Wettbewerbe richtet die evobis GmbH auf lokaler (Landshut) und regionaler (Schwaben) Ebene aus. Die zweite und dritte Stufe der Veranstaltungen werden zentral für ganz Südbayern im Rahmen des Münchener Wettbewerbs ausgetragen. Ein Einstieg ist in jeder der drei Runden möglich. Teilnehmer erhalten neben individuellen Coachingangeboten und einem Konzeptfeedback der Jury kostenlosen Zugang zum evobis-Finanzierungsnetzwerk der Wettbewerbsregion.

Nominiert werden Konzepte in den Kategorien BPW Service, BPW Technology oder BPW Web. In der Teilnahme enthalten sind der Zugriff auf die BPW-Online-Team-börse, in der Gründer nach Mitgliedern für ihr Gründungsteam suchen oder anderen Teams beitreten können, der Besuch des Finanzforums sowie ein Bankenpitch, bei dem Vertreter verschiedener Finanzinstitute ein individuelles Feedback zur Gründungsidee geben. Die Betreuungs- und Weiterbildungsleistungen des BWP Business können nach Abschluss des Wettbewerbs weiter in Anspruch genommen werden.

Beim BPWN erhalten Teilnehmer in jeder Wettbewerbsphase Expertenfeedback zu ihrem aktuell eingereichten Businessplan. Von Juli bis April ermöglicht die Option BWP-Express Teilnehmern, innerhalb von 14 Tagen ein Expertenfeedback zu ihrem vollständigen Businessplan zu erhalten. Die eingereichten Pläne nehmen automatisch am nächsten Wettbewerb teil. Ein Einstieg in den laufenden Wettbewerb ist in allen drei Runden möglich.

Der ego.BWP begleitet Bewerber vom ersten Ideenpapier bis zum vollständigen Businessplan. Prämiert werden Beiträge in den Kategorien BPW-wissenschaft/-technologie, BPW-service, BPW-kreativ und BPW-klein(st)gründungen. Während der Teilnahme erhalten die Bewerber Unterstützung durch Fachleute und können sich auf Networking Events mit Kapitalgebern, Unternehmern und anderen Teilnehmern austauschen. Die Auszahlung der Hälfte des Preisgeldes erfolgt direkt nach der Prämierung, der Rest wird bei Nachweis der Gründung innerhalb eines Jahres ausgezahlt.

Für eine Teilnahme am Gründerpreis NRW muss kein Businessplan erstellt werden, es reicht, das der Bewerbung beiliegende Formular auszufüllen. Wer zusätzlich zu seiner Bewerbung ein selbst erstelltes 30-sekündiges Video einsendet, nimmt zusätzlich am Publikumspreis teil, bei dem es Werbemittel in Höhe von 500 EUR zu gewinnen gibt.

Durch die Aufteilung in die Kategorien „Businesspläne für Existenzgründungen“ und „Erfolgreiche“ eignet sich der Wettbewerb sowohl für Jungunternehmen, die ein erstes Feedback zu ihren Projekten suchen, als auch für Start-ups mit weiterem Finanzierungsbedarf. Teilnehmer erhalten kostenlosen Zugriff auf die Finanzplanungssoftware „Exactplanner XL“. Für die Finalisten besteht die Möglichkeit, ihre Konzepte potenziellen Investoren vorzustellen. Die Weiterbildungsangebote des ThEx können über den Wettbewerb hinaus genutzt werden.

Der KUER Gründungswettbewerb ist ein branchenspezifischer Wettbewerb für die Zukunftsbranchen Klima, Umwelt, Energieeinsparung und Ressourcenschonung (KUER). Der von der Europäischen Union und dem Umwelt-Ministerium des Landes Nordrhein-Westfalen geförderte Gründungswettbewerb unterstützt junge Gründer auf dem Weg zu eigenen Unternehmen.

Die Sieger des Pioniergeist werden in einer gemeinsamen Aktion des SWR Fernsehens, der Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) geehrt. Die Auszahlung des Preisgeldes erfolgt nach Eintrag des prämierten Konzepts ins Handelsregister auf das Unternehmenskonto. Die Bewertungen der Jury werden den Teilnehmern nicht ausgehändigt.

Der Thüringer Gründungsideenwettbewerb basiert auf einem mehrstufigen Bewertungsverfahren. Insgesamt werden von den eingereichten Ideen zehn Projekte für die Endauswahl nominiert, die im Rahmen einer Präsentation einer Fachjury vorstellt werden.

Der GründerCupKiel Region zeichnet einmal jährlich Gründer aus Kiel und den Kreisen Rendsburg-Eckernförde und Plön aus. Die in den Kategorien Start-up und Innovation ausgeschriebenen Gewinne setzen sich jeweils zu 50% aus Kapital- und Sachpreisen, etwa in Form von Beratungs- oder Werbeleistungen, zusammen.

Ganzjährig haben Gründer und Gründungsinteressierte beim Lausitzer Existenzgründer Wettbewerb die Möglichkeit, ihre Konzepte durch die Wirtschaftsinitiative Lausitz bewerten zu lassen und über die Jury Kontakte zu Experten aus Banken und Förderinstitutionen zu knüpfen. In Seminaren und Vorträgen kann kaufmännisches Grundwissen aufgebaut und vertieft werden.

Maximal zehn Seiten haben Teilnehmer, um die Jury des StartUp-Impuls Wettbewerbs von ihrer Idee zu überzeugen. Die Ausarbeitung und Konkretisierung der Konzepte wird bei Bedarf durch einen Start-up-Coach betreut. Die besten Gründungsideen erhalten ein Stärken-Schwächen-Gutachten durch das Expertennetzwerk des Wettbewerbs. Auf Wunsch hilft das Beratungsprogramm der Gründungswerkstatt Hannover den Teilnehmern auch nach Abschluss des Wettbewerbs bei der Weiterentwicklung ihrer Ideen bis hin zur konkreten Unternehmensgründung.

Interview mit Dr. Michael Brandkamp, Dr. Andreas Förster und Hans-Peter Ilgner

„Naturwissenschaftler bekommen das „Gründungsgen“ nicht unbedingt im Studium vermittelt“

Die Gründungsaktivitäten in den Bereichen Mess- und Sensortechnik, industrielle Biotechnologie und Energietechnik waren im vergangenen Jahr so gering, dass sie nicht einmal im Gründungsmagazin der KfW aufgeführt wurden. Laut dem Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften flossen rund 11% des im Jahr 2013 investierten Kapitals in diese drei Branchen – dabei wurde der Bereich Biotech den Life Sciences zugeordnet, der tatsächliche Betrag liegt also noch unter den errechneten 554,15 Mio. EUR. Die Ursachen für die überschaubare Zahl an Gründungen sind dabei vielfältig.

VC Magazin: Der Achema-Gründerpreis wird in diesem Jahr erstmals vergeben. Wie viele Konzepte sind bislang eingegangen?

Förster: Bislang sind elf Konzepte aus den adressierten Branchen Mess- und Sensortechnik, industrielle Biotechnologie sowie Energietechnik eingegangen. Da wir ein dreistufiger Wettbewerb – gegliedert in Ideen-, Konzept- und Businessplan-Phase – sind, können noch bis Ende November Businesspläne eingereicht werden. Wir gehen davon aus, dass die Resonanz in dieser letzten Phase nochmals zunimmt.

VC Magazin: Entspricht dies Ihren Einschätzungen?

Brandkamp: Wir würden uns sehr freuen, wenn für die letzte Phase, Einreichung Businessplan, noch mehr Einreichungen erfolgen. Der Achema-Gründerpreis wird zum ersten Mal ausgerichtet und muss sich zunächst etablieren. Der Preis hat gerade zum Ziel, das Augenmerk noch stärker auf Gründungen in den genannten Chemiebranchen zu legen und potenzielle Gründer, Professoren und Wissenschaftler zum Gründen zu bewegen.

VC Magazin: Warum hinkt die Gründungstätigkeit in diesen Branchen noch hinterher?

Ilgner: Die Ursachen können zwei verschiedene sein: Entweder gibt es zu wenig Bewusstsein für Unternehmensgründungen als Berufsweg und dafür, dass Ideen und Konzepte sich für Gründungen eignen, oder die Ideen werden nicht sichtbar genug – auch für Investoren. Der Gedanke hinter dem Achema-Gründerpreis ist, zum einen die vorhandenen Ideen stärker an die Oberfläche zu bringen, zum anderen Wissenschaftler zu motivieren, darüber nachzudenken, ob ihre Ideen nicht auch außerhalb des eigenen Labors sinnvoll eingesetzt werden und die Basis für eine Zukunft als Unternehmer bilden könnten.

Förster: Im Vergleich der adressierten Branchen gibt es durchaus Unterschiede. So gibt es im Bereich Mess- und Sensortechnik mehr Gründungen als beispielsweise in den Segmenten der industriellen Biotechnologie oder der Energietechnik. Zu den beiden von Herrn Ilgner genannten Aspekten kommt auch der Faktor Mensch. Viele der potenziellen Gründer sind Naturwissenschaftler und damit – so zumindest meine Einschätzung – ihrer wissenschaftlichen Arbeit verbunden. Das „Gründungsgen“ haben sie im Rahmen ihres Studiums kaum gefördert bekommen.



Dr. Michael Brandkamp (li.)

ist Geschäftsführer der High-Tech Gründerfonds Management GmbH mit Sitz in Bonn.

Dr. Andreas Förster (Mi.)

ist seit 1997 Mitarbeiter der Dechema – Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie und leitet dort die Abteilung Forschungsförderung und Tagungen. Seit 2010 ist er Geschäftsleiter von Process-Net, der gemeinsam von Dechema und VDI getragenen deutschen Plattform für Verfahrenstechnik, Chemieingenieurwesen und technische Chemie. Zu seinen Aufgabengebieten gehören die Identifikation neuer Trends in Chemie und chemischer Verfahrenstechnik und die Innovationsförderung.

Hans-Peter Ilgner

ist seit 2009 als Business Angel aktiv. Zuvor war er unter anderem Geschäftsführer der Uhde GmbH, Partner bei Peters Associates sowie Gründer und Geschäftsführer der ChemAdvice GmbH.

VC Magazin: Wer hatte die Idee für den Achema-Gründerpreis und wen sprechen Sie an?

Förster: Die ursprüngliche Idee für den Achema-Gründerpreis stammt von Herrn Ilgner. Wir waren von Anfang an von der Idee begeistert und haben uns gerne als Kernpartner engagiert. Als Dechema sind wir sehr daran interessiert, Innovationen in Technologien umzusetzen, was sehr gut zum Gedanken des Wettbewerbs passt. Anhand des vorhin genannten dreistufigen Modells



wollen wir potenzielle Gründer motivieren, in allen Phasen einer Idee die Umsetzung in ein Unternehmen zu wagen oder zumindest zu prüfen.

Ilgner: Ich selbst habe einen Großteil meines beruflichen Lebens in der Industrie der chemischen Technik und Biotechnologie verbracht. Im Anschluss an meine Industriekarriere bin ich über verschiedene Zwischenstationen und als Gründer in die Business Angel-Szene gekommen. Auf einer Veranstaltung im Rahmen der Achema entwickelte sich ein Gespräch mit Prof. Wagemann, dem Geschäftsführer der Dechema, bei dem es darum ging, die Innovation in dem Segment der chemischen Technik und der Biotechnologie zu sichern. Die einzige Auflage für interessierte Start-ups ist, dass sie aus den Branchen der Achema und Dechema kommen müssen und nicht älter als drei Jahre sein dürfen. Außerdem müssen die Projekte eine kommerzielle Verwendung finden.

VC Magazin: Welche Rolle übernimmt der HTGF im Rahmen des Achema-Gründerpreises, wie bringen Sie sich ein?

Brandkamp: Der HTGF ist gemeinsam mit der Dechema und den Business Angels FrankfurtRheinMain Träger des Achema-Gründerpreises. Wir waren an der Konzeption beteiligt, haben teilweise die Mentoren gestellt und sind generell bei der Bewerbung des Preises und bei der Umsetzung involviert. Die detaillierte Organisation liegt allerdings bei der Dechema und den Business Angels.

VC Magazin: Wie viel Ihres Dealflows entstammt den Branchen des Achema-Gründerpreises?

Brandkamp: Von den insgesamt 7.200 Anfragen, die wir erhalten haben, stammten 499 aus dem Bereich Energie, das sind 6,9%. Aus der Biotech-Branche kamen 163 Anfragen bzw. 2,3%.

Ilgner: In meinem Fall sind es leider noch keine Beteiligungen. Das ist auch einer der Gründe, wieso ich mich für die Schaffung dieses Gründerpreises eingesetzt habe.

VC Magazin: Welche Rolle spielen Business Angels bei der Finanzierung von Unternehmen aus den Bereichen Energie, industrielle Biotechnologie, Analytik?

Ilgner: Im Verbund der Business Angels FrankfurtRheinMain gibt es eine große Gruppe, die gerne stärker hardwareorientiert investieren würde. Die Bereiche Hardware und Produktion sind in den letzten Jahren etwas von der IT überholt worden, da hier größere Chancen in der Geschwindigkeit der Entwicklung und in der Skalierbarkeit liegen. Allerdings sind, wie gesagt, zu wenige interessante Cases aus den Branchen des Achema-Gründerpreises sichtbar. Hier brauchen wir auch eine größere Bereitschaft der Professoren, die in der Forschung entwickelten Lösungen nach außen zu tragen. Geld wäre genug vorhanden, um wirtschaftliche Erfolge zu schaffen.

VC Magazin: Welche Geschäftsmodelle innerhalb der betroffenen Branchen sehen Sie als besonders zukunftsträchtig?

Brandkamp: In meinen Augen sind dies die Themen Energie, Energieeffizienz und -management, neue Speichertechnologien sowie Biotechnologie, und hier insbesondere die Entwicklung und Herstellung von Enzymen für die chemische Industrie.

Förster: Darüber hinaus tut sich im Mess- und Sensorteknikbereich und der damit verknüpften Automatisierung von Prozessen einiges. Das möglichst berührungslose Erfassen von Daten und das Einspeisen von diesen in die Prozesssteuerung, das Vernetzen und optimale Steuern von Prozessen sowie die flexible Produktion gewinnen zunehmend an Bedeutung – auch in der Chemie. Da ist es durchaus vorstellbar, dass sich Start-ups in einzelnen Segmenten etablieren können.

VC Magazin: Herr Brandkamp, Herr Förster, Herr Ilgner, vielen Dank für das Interview.

benjamin.heimlich@vc-magazin.de
mathias.renz@vc-magazin.de



Internationale Kapitalsuche

Hohe professionelle Anforderungen für junge **Technologieunternehmen**

Junge Technologieunternehmen brauchen Zugang zu Kapital. In vielen Fällen verfügen diese Unternehmen nicht über ausreichend Mittel, um kontinuierlich Miete, Mitarbeiter, Anwälte oder Patentanwälte zu bezahlen. Was sollte ein vielversprechendes, innovatives Unternehmen bei der internationalen Kapitalsuche beachten und wie kann eine Investmentbank dies wirksam unterstützen?

Wir beurteilen jedes Jahr mehrere hundert junge Technologieunternehmen aus den Bereichen Life Sciences, Cleantech, Ressourceneffizienz und IKT und verfolgen einen ähnlich sorgfältigen Due Diligence-Ansatz wie ein Venture Capitalist. Zu den Kunden zählen überwiegend jüngere, europäische Unternehmen, die entweder nach Eigenkapital im In- oder Ausland suchen oder übernommen werden wollen. Für diese Unternehmen ist es äußerst wichtig, sich am Markt bezüglich ihrer Technologie deutlich zu differenzieren und über einen starken Schutz ihres geistigen Eigentums zu verfügen. Typische Gründe für die internationale Kapitalsuche außerhalb des Heimatmarktes sind das potenziell größere und spezialisiertere Anlegerpublikum, die Chance auf eine höhere Bewertung und ein möglicher Pool an strategischen Investmentoptionen, um das Unternehmenswachstum zu gegebener Zeit zu beschleunigen.

Die vier Stufen der Kapitalerhöhungsmaßnahme

In der Vorbereitungsphase erstellen Vorstand und Geschäftsleitung möglichst mithilfe professioneller Beratung eine umfassende Dokumentation, um die Investitionswürdigkeit des Unternehmens darzustellen. Banker und Kunde arbeiten dann zusammen an der Erstellung einer passenden Auswahl geeigneter Investoren. Anschließend wird ein leistungsfähiger Leadinvestor bestimmt, dem sich die anderen

Investoren des Syndikats bei Bedarf anschließen. Im Endspurt wird sodann ein Term Sheet verabschiedet und die Transaktion zu einem zeitnahen Abschluss gebracht.

Wer unvorbereitet ist, landet im Papierkorb

All das mag einfach klingen, doch wenn man als Management zum ersten Mal eine Transaktion durchführt und gleichzeitig noch das Unternehmen operativ leitet, ist es sehr schwierig, einen solchen Prozess systematisch zu führen, das Interesse der Investoren zu wecken und das Momentum aufrechtzuerhalten. Erstklassige Investoren erhalten 500 Vorschläge pro Jahr und nehmen oft nur drei oder vier davon an. Eine gut vorbereitete Dokumentation und eine systematische Ansprache sind daher unerlässlich, um dem Unternehmen Zugang zu möglichst vielen internationalen Investoren und Partnern zu eröffnen. Ein professionell vorbereitetes Unternehmen hat daher wesentlich bessere Chancen, einen Investor zu finden, als ein improvisierendes Unternehmen. Schwache Investmentvorschläge landen in der Regel sofort im Papierkorb.

Hilfe von außen kann zum Game Changer werden

Ein Unternehmen bekommt auf dem internationalen Parkett nur eine Chance, seine Geschichte zu erzählen. Es muss auf Anhieb alles richtig machen. Die gesamte Information muss richtig und leicht zugänglich sowie auf Englisch verfügbar sein, weshalb Unternehmen in der Regel einen elektronischen Datenraum (EDR) brauchen. Die Einrichtung und Befüllung eines solchen Informationsraums kann bis zu einem Monat dauern und muss im erwarteten Format präsentiert werden. EDRs vereinfachen den Austausch von Dokumenten und bereiten Unternehmen auf den unvermeidlichen, intensiven Due Diligence-Prozess vor, der zwischen der Unterzeichnung des Term Sheets und der Abschlussphase der Transaktion einsetzt. In dieser entscheidenden Phase müssen die Anwälte und Patentberater ihren Job sehr gut machen. Auch im Hinblick auf ihre Kommunikationsstrategie sowie die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sollten sich Unternehmen gut beraten lassen, denn Nachrichten und gut platzierte Pressemitteilungen geben einer Transaktion wichtige Impulse. Die Qualität der Meldung sagt viel über die Qualität eines Unternehmens aus, daher lohnt es sich, mit fachkundigen internationalen Agenturen zusammenzuarbeiten, die diesbezüglich helfen.

Finanzierungsrunden sind ein Marathon, kein Sprint

Geistiges Eigentum ist heutzutage von immenser Bedeutung. Eine Investmentbank sollte in diesem Bereich über genügend Know-how verfügen.



Eine Investmentbank zu beauftragen mag aufwendig erscheinen; jedoch erspart es dem Management Zeit und Stress während der Transaktion, wodurch sich dieses auf den laufenden Geschäftsbetrieb konzentrieren kann. Zudem dürfte es die Erfolgswahrscheinlichkeit der Transaktion entscheidend erhöhen. Eine faire und angemessene Bewertung für sein Unternehmen zu erhalten, deckt die Erfolgsprämie der Bank mehr als ab. Aber auch mit professioneller Unterstützung muss man die Dauer einer Finanzierungsrunde realistisch einschätzen. Abhängig vom Sektor und Zahl der angesprochenen Investoren können von der Ansprache der ersten Investoren bis zum Abschluss der Runde über sechs Monate vergehen. Um nicht unter finanziellen Stress zu kommen, sollte der Finanzierungsprozess daher so rechtzeitig wie möglich begonnen werden. Ein verzweifertes Unternehmen ist ein leichtes Ziel für Dumpingstrategien und Machtdemonstrationen von Investoren. Aufgabe der Investmentbank ist es, das Unternehmen zu unterstützen, den Investorenprozess zu verstehen und Risiken zu vermeiden.

Fazit

Der Fundraising-Prozess kann lang und stressig sein, alle Parteien werden Ermüdungserscheinungen aufweisen, sowohl Investoren, Vermittler als auch Auftraggeber. Sobald die Eckdaten

vereinbart sind und die exklusive finale Verhandlungsphase begonnen hat, ist eine Umkehr schwierig. Alle Parteien sind aufgerufen, würdevoll und aufrichtig zusammenzuarbeiten. Wir arbeiten alle in einer kleinen Gemeinschaft, und man begegnet sich immer zweimal. Ungeschicktes oder irreführendes Verhalten wird immer auf den Verursacher zurückfallen. Haltet Euch immer an Eure Vereinbarungen und gebt niemals jemandem Anlass, an Eurer Integrität zu zweifeln. ■



Mungo Park

berät seit 30 Jahren junge Technologieunternehmen in internationalen Transaktionen wie Finanzierung und M&A. Er ist Gründer und Chairman von Innovator Capital, einer auf den Cleantech- und Biotechmarkt spezialisierten Boutique Investment Bank, sowie Mitbegründer der Investorenkonferenz für junge Cleantech-Unternehmen: CleanEquity Monaco.



ANZEIGE

INVESTFORUM

SACHSEN - ANHALT

Innovation trifft Investor



Individuelle Beratung



Coaching



Veranstaltung



Matching

Das INVESTFORUM Sachsen-Anhalt schafft den geeigneten Rahmen, um Kapital suchende Unternehmen mit Kapitalgebern zu vernetzen und Ideen erfolgreich in den Markt zu begleiten. Wir unterstützen Jung- und Wachstumsunternehmer bei der strategischen Planung ihres Unternehmenskonzeptes, bieten individuelle Beratung und stellen die Verbindung zu potenziellen Geldgebern her.



0345. 13 14 2707



info@investforum.de



www.investforum.de

univations



Wenn Konzerne Start-ups unterstützen

Auf der Suche nach interessanten Innovationen (und neuen Märkten)

Als Ergänzung zum klassischen Venture Capital ist Corporate Venture Capital (CVC) in Deutschland nicht mehr wegzudenken. Da klassische Wagniskapitalgeber in Deutschland nicht gerade reichlich mit Investorengeldern ausgestattet sind, hat die Bedeutung der Venture-Einheiten großer Unternehmen in den vergangenen Jahren zugenommen.

BASF, Evonik, Daimler, BMW, Bosch, Siemens, Telekom, RWE, SAP, Tengemann, Holtzbrinck, Springer – bekannte deutsche Namen aus den Bereichen Chemie, Automobil, Elektro/Automation, Infrastruktur, Telekommunikation, Energie, Softwareentwicklung, Einzelhandel und Verlagswesen. Sie haben eines gemeinsam: Sie besitzen Corporate Venture-Einheiten. Die Auswahl zeigt, dass Konzerne aus fast allen Branchen die externe Suche nach Innovationen und die Beteiligung an aussichtsreichen Start-ups programmatisch angehen. Es sind nicht nur große Dax-Konzerne wie z.B. auch Bayer, sondern Unternehmen aus der zweiten Reihe wie die Baugruppe Bilfinger Berger, der Autovermieter Sixt, das Pharmaunternehmen Boehringer Ingelheim, das Versandhaus Otto, das Biotech-Unternehmen Qiagen und andere mehr. Außerdem gibt es zahlreiche Unternehmen, die sich sporadisch an innovativen Gründungen beteiligen, diese Aktivitäten aber nicht in einer Corporate Venture-Einheit gebündelt haben.

Konzerne ergänzen eigene F+E

Das Investieren von Corporate Venture Capital, die Finanzierung von und die Kooperation mit Start-ups hat für die Großunternehmen das Ziel, früh auf innovative Technologien zuzugreifen und sich so neue Geschäftsfelder und Zukunftsmärkte erschließen zu können. Die eigenen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten werden auf diese Weise ergänzt. Die Start-ups wiederum haben selbst mehrere Vorteile davon: Neben der benötigten Finanzierung erhalten sie im besten Fall Zugang zu einem Konzern-Netzwerk, welches weitere Kooperationen ermöglicht und vor allem die Markterschließung erleichtert – oft ist der Konzern selbst ein potenzieller Abnehmer der Produkte und Dienstleistungen, sobald diese einmal marktreif sind. Wie weit der Konzern eigenes Management-Know-how einbringt und in die Geschäftsführung eingreift, ist individuell verschieden. Oft ist es so, dass man den Gründern in der sehr frühen Phase noch weitgehend freie Hand lässt, um die freie Entfaltung von Ideen nicht einzugrenzen. Auch die regionale Fokussierung – wie weit man sich bei der Suche auf Deutschland und Europa konzentriert – ist sehr unterschiedlich. Die großen Akteure investieren meist weltweit, wobei die außereuropäischen Schwerpunkte in Asien und den USA liegen. Um neue Entwicklungen und Trends aufzuspüren und aufzugreifen, haben viele der in der Start-up-Szene engagierten Großunternehmen eigene Scouting-Einheiten. Da-

bei geht es um Know-how, aber auch um Schnelligkeit – denn die Innovations-„Perlen“ wollen natürlich viele finden, da ist die Konkurrenz auch aus dem Ausland groß.

BASF seit 2001 dabei

Einer der großen und schon erfahrenen Player im Corporate Venture-Geschehen ist die 2001 gegründete BASF Venture Capital GmbH. In 13 Jahren hat sie in 29 Jungunternehmen investiert. „Wir konzentrieren uns dabei auf Bereiche bzw. Geschäftsmodelle, wo chemiebasierte neue Materialien ein Erfolgsfaktor sind“, sagt Geschäftsführer Dirk Nachtigal. „Bei der Unterstützung von Start-ups arbeiten wir eng mit unseren Geschäftseinheiten, den Forschungsbereichen und der BASF New Businesses zusammen. Wir initiieren jährlich etwa 50 Kooperationen; nur ein kleiner Teil davon, etwa zwei oder drei, beinhalten eine Finanzierung durch BASF Venture Capital.“ Bei Beteiligungen geht man nach klassischen Wagniskapitalkriterien vor und erwartet eine entsprechende Rendite. Wichtige Kriterien sind neben der passenden Technologie und der Qualität des Start-up-Managements die Größe des Marktpotenzials und die „IP-Protection“ (Patentschutz der Technologie). „Wir investieren meist früh in der Pre-Revenue-Phase und nie alleine, sondern immer mit Partnern“, erklärt Nachtigal. „Nach dem Einstieg mit etwa 1 bis 5 Mio. EUR sind wir dann auch in den nächsten Finanzierungsrunden dabei.“ Ihm steht ein Budget von 175 Mio. EUR zur Verfügung: Dies deckt aber auch aufwendigere Late Stage- und Pre-IPO-Finanzierungen ab. Zum Vergleich: Für die eigene Forschung und Entwicklung gibt BASF jährlich rund 1,8 Mrd. EUR aus.



Dirk Nachtigal,
BASF Venture Capital

Droege gründet CV-Tochter

Das 1988 gegründete Familienunternehmen Droege Group ist ein Beratungs- und Investmenthaus mit Sitz in Düsseldorf und schon seit Langem auf Restrukturierungs- und Wachstumsprogramme spezialisiert. Nun ging es im September mit einem neuen Venture-Programm an den Start. Droege Ventures stehen rund 50 Mio. EUR zur Verfügung, um in innovative Geschäftsmodelle von morgen zu investieren. Gemäß ihrer Buy- & Build-Strategie könnten so die existierenden Plattformen und die Venture Partner

Venture Capital-Aktivitäten deutscher Unternehmen

Venture Capital-Einheit	„Mutter“-Unternehmen
3M New Ventures	3M
BASF Venture Capital	BASF
Bertelsmann Digital Media Investments	Bertelsmann
Bilfinger Venture Capital	Bilfinger Berger
BMW i-Ventures	BMW
Boehringer Ingelheim Venture Fonds	Boehringer Ingelheim
Capnamic Ventures (ehem. DuMont Ventures)	M. DuMont Schauberg Mediengruppe, Rheinische Post, Mediengruppe Oberfranken
DLD Ventures	Hubert Burda Media
E.ON Venture Capital	EON
Evonik Venture Fonds	Evonik Industries
Freudenberg Venture Capital	Freudenberg
Holtzbrinck Networks/ Holtzbrinck Ventures	Verlag Holtzbrinck
Commerzbank	main incubator
Innogy Venture	RWE
Klingel New Media/K – New Media	Klingel Versand
Merck Serono Ventures	Merck
MGO Digital Ventures	Mediengruppe Oberfranken
Mobile Ventures	Drillisch AG
e.ventures Europe (ehemals eVenture Capital Partners)	Otto-Gruppe
PDV Intermedia Ventures	Mediengruppe PRESSEDROCK
Robert Bosch Venture Capital-Fonds	Bosch
SAP Ventures	SAP
Schober Ventures	Schober Holding International
SevenVentures	ProSiebenSat.1
Siemens Venture Capital	Siemens
Sixt e-ventures	Sixt
Tengelmann E-Commerce Ventures	Tengelmann Gruppe
Tivola Ventures	ddvg Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft
T-Venture Holding	Deutsche Telekom
United Internet Ventures	United Internet
VM Digital	Vorarlberger Medienhaus
Vogel Ventures	Vogel Business Media
Vorwerk Direct Selling Ventures	Vorwerk
Inkubatoren/Acceleratoren	
Project A Ventures	Otto Gruppe/Springer AG
hub:raum	Deutsche Telekom
M Cube Incubator	Check24 Gruppe
Axel Springer Venture Plug & Play Accelerator	Axel Springer
BizSpark	Microsoft
Fielmann Ventures	Fielmann
ProSiebenSat.1 Accelerator	ProSiebenSat.1
VHB Digital	Verlagsgruppe Handelsblatt
You Is Now	Scout24

Quelle: BVK, eigene Recherche

gleichermaßen voneinander profitieren. „Dies ist ein logischer Schritt, der die Venture-Aktivitäten in unserer Gruppe ressortübergreifend bündelt und weiter professionalisiert“, sagt Christopher Ney, Vordenker bei Droege Ventures. Ein solches CVC-Vehikel auf Holding-Ebene sei einzigartig. „Wir begreifen Unterstützung nicht nur als Finanzierung, sondern ebenso als Vertriebs- oder Produktionspartnerschaft. Es geht dabei primär um Synergien und Skalierbarkeit. Wir wollen Megatrends aufgreifen und eine Win-win-Situation für beide Seiten herstellen, beispielsweise in Bereichen wie Logistik, Mobilität, Homecare und Verlagswesen.“ Man sei schon in engem Kontakt zu einigen Jungunternehmen, so Ney, und ist zuversichtlich in nächster Zeit erste Partnerschaften einzugehen.



Christopher Ney,
Droege Ventures

Microsoft: Stiller Investor

Der Software-Konzern Microsoft hat in Deutschland noch keine echte, programmatische CVC-Einheit, sondern investiert bei entsprechenden Opportunitäten aus den Budgets der einzelnen Businessgruppen heraus – im Rahmen seines Corporate Business Development. „Wir schauen uns viele Möglichkeiten an, in der sehr frühen Start-up-Phase geben wir pro Fall etwa 100.000 bis 250.000 USD hinein“, sagt Peter Jaeger, Mitglied der Geschäftsleitung Microsoft Deutschland. 2013 habe man auf diese Weise in Europa und China ca. zehn Beteiligungen getätigt – keine davon allerdings in Deutschland, was aber in Zukunft durchaus machbar wäre. „Wir sind grundsätzlich nachrangiger, stiller Investor, gehen also nicht in die aktive Lead-Rolle – dafür suchen wir stets einen großen Partner, z.B. ein Private Equity-Unternehmen.“



Peter Jaeger,
Microsoft Deutschland

Fazit/Ausblick

Corporate Venture Capital ergänzt klassisches Wagniskapital insbesondere da, wo größere Summen gefordert sind. Aus Sicht von Experten hat CVC in Deutschland an Bedeutung gewonnen und wird seine Rolle voraussichtlich in den nächsten ein bis zwei Jahren weiter stärken; möglicherweise kommen neue CV-Einheiten hinzu. Konzerne haben hohe Cash-Reserven und wollen schneller und direkter an Innovationen herankommen, so die Gründe. Das Bewusstsein für neue Technologien und ihre Bedeutung für die Konzernstrategie wächst.

Bernd Frank
redaktion@vc-magazin.de

Vielfältige Finanzierungsmöglichkeiten

Crowd, Business Angels, Family Offices, Venture Capital-Gesellschaften, Fördergelder – Zu wem passt was?



Rund 10 Mrd. EUR haben Gründer im vergangenen Jahr in ihre Geschäftsidee gesteckt, so der neueste KfW-Gründungsmonitor. Inzwischen ist der Anteil an Fremdkapital auf über 50% gestiegen. Das deutet auf eine Professionalisierung hin – immer mehr Gründer betreiben ihr Geschäftsmodell als Vollerwerb. Gleichzeitig zeigen die Zahlen, dass es etwas leichter geworden ist, an eine solide Finanzierung zu kommen. Fördergelder, Venture Capital, Business Angels, Family Offices – die Möglichkeiten sind vielfältig. Ein Überblick.

Nach den Börsengängen von Rocket Internet und Zalando ging ein Raunen durch die deutsche Start-up-Szene. Zwar wurden einige Erwartungen enttäuscht, die Kurse schossen nicht so rasant in die Höhe, wie manch einer gehofft hatte, aber die Erfolgsgeschichte dieser Berliner Gewächse zeigt, dass in Deutschland durchaus Geld fließen kann. Rocket Internet hatte in diesem Jahr bereits vor dem Börsengang 700 Mio. EUR eingesammelt. Insgesamt hat die Start-up-Schmiede der Samwerbrüder nun 2,3 Mrd. EUR frisches Kapital zur Verfügung. Roger Bendisch von der IBB Beteiligungsgesellschaft sieht darin ein positives Signal für die Venture Capital-Branche. Auch wenn es nach wie vor Verbesserungsbedarf gebe. „Eine Anschlussfinanzierung hinzubekommen, ist nach wie vor sehr schwer“, so Bendisch. „Es ist aber inzwischen einigen Firmen aus unserem Portfolio geglückt, auch internationale Investoren für sich zu gewinnen.“ So hat das Modeunternehmen Scarosso jüngst 11 Mio. USD unter anderem vom britischen Investor Neo eingesammelt – der nächste Schritt ist nun internationales Wachstum. „Wir müssen jetzt gucken, ob es in Zukunft zu großen Exits kommt.“ Er setzt große Hoffnungen in eine Bundesratsinitiative, angeführt vom Land Berlin. „Wir wünschen uns endlich ein Gesetz, das die Besteuerung von Venture Capital klar regelt“, so Bendisch. „Anleger aus dem In- und Ausland brauchen Sicherheit. Im Moment



hängt es immer vom einzelnen Finanzbeamten ab. Wenn man Pech hat, werden die Erträge aus Investitionen besteuert.“

Tipp 1: Seid wählerisch.

Alexander Stoeckel, Partner bei der Schweizer Venture Capital-Gesellschaft b-to-v, wünscht sich mehr Konkurrenz in der Venture Capital-Branche. Denn die belebt ja bekanntlich das Geschäft – auch das der Investoren. Seine Empfehlung an Gründer: wählerisch sein. Auch wenn es schwer sei, an genügend Kapital zu kommen, solle man sich gezielt den richtigen Investor für sein Projekt aussuchen. „Man muss sich immer überlegen, was bringt meinem Unternehmen etwas“, so Stoeckel. „Wenn ich zum Beispiel eigene Defizite in manchen Bereichen habe oder mehrere Finanzierungsrunden brauche, muss ich auch bedenken, wer mich als langfristiger Partner unterstützen kann.“ Im Moment, so seine Beobachtung, streiten sich die Investoren immer mehr um die besten Gründer. Für die Frühphase der Gründung, etwa wenn das Produkt nur auf dem Papier existiert, empfiehlt er Business Angels und Family Offices. „In dieser Phase fallen viele erst mal durchs Venture Capital-Raster“, so Stoeckel. Wer einen Business Angel ins Boot hole, solle sich aber dessen bewusst sein, dass dieser mitunter eine größere Nähe zum Gründer sucht. Er wolle sein Wissen gerne weitergeben. „Nach außen hin wirkt es vielleicht so, als ob sich Venture Capital-Investoren stark einmischen würden. Dabei wollen die meist nur ein monatliches Reporting. Bei einem Business Angel kann es passieren, dass er mehrmals pro



Alexander Stoeckel,
b-to-v

Woche anruft.“ Allerdings mit Grund: Die meisten Business Angels investieren dort, wo sie sich gut auskennen. Stoeckel holt deshalb bei vielen Investments einen erfahrenen Co-Investor aus dem b-to-v-Netzwerk dazu. „Die Beurteilung eines Start-ups durch einen ehemaligen Unternehmer ist uns einiges wert.“ Dabei kann er auf rund 200 Business Angels zurückgreifen, die aktive Investoren und Mitglieder bei b-to-v sind.

Tipp 2: Profitiert von der Erfahrung anderer.

Auch die IBB Beteiligungsgesellschaft holt stets Co-Investoren mit ins Boot. Eine wichtige Rolle kommt auch hier Business Angels und Family Offices zu, insbesondere in der ersten Phase. „Es hat sich in Deutschland ein neues Ökosystem gebildet“, so Bendisch. „Leute, die bereits erfolgreiche Exits hatten wie zum Beispiel die Heilemann-Brüder, reinvestieren ihr Vermögen. Sie wollen das mit Start-ups verdiente Geld in den Kreislauf zurückbringen.“ Family Offices als Risikokapitalgeber – ein in Deutschland relativ neues Modell. Reiche Familien und frühere Unternehmer lassen ihr Vermögen von exklusiven Büros steuern. Hannspeter Riedel ist Partner der Sozietät Peters, Schönberger & Partner, München, die schwerpunktmäßig eigentümergeführte Unternehmen, wohlhabende Privatpersonen und Family Offices, aber auch Venture Capital-Gesellschaften berät: „Heute sind immer mehr Unternehmerfamilien zu risikoaffineren Investitionen im Gründersektor bereit. Das hängt stark mit einem Generationenwechsel zusammen.“ Allerdings bewegen sich diese

Investitionen Riedels Erfahrung nach eher im kleineren sechsstelligen Bereich. „Zurzeit beraten wir drei Family Offices, die in das Start-up eines sehr erfahrenen Ingenieurs investieren wollen, das eine neue Technologie zur Speicherung von Energie entwickelt hat“, berichtet Riedel. „Für die Familien ist es meist wichtig, dass es sich um ein greifbares Projekt handelt, das vielleicht auch noch das Potenzial hat, die Welt ein bisschen zu verbessern.“ Der Vorteil des Modells sei, so Riedel, dass es keinen großen Exit-Druck gebe. „Family Offices wollen sich meist längerfristig engagieren. Natürlich gibt es auch hier bestimmte Milestones, aber man ist nicht in das enge Korsett zum Beispiel eines Venture Capital-Investments eingezwängt. Es gibt individuellere Abreden.“



Hannspeter Riedel,
Peters, Schönberger &
Partner

Tipp 3: Lasst kein Geld am Wegesrand liegen.

Auch Peter Leitenmayer von der LfA Förderbank Bayern hält die Finanzierung der frühen Phase für die höchste Hürde. „Da sind die Risiken eben am größten. Und Investoren versuchen, die Risiken zu minimieren.“ Bootstrapping, also die Finanzierung des Unternehmens aus eigenen Mitteln, sei oft nicht machbar: „Die wenigsten können mit eigenen Mitteln wachsen. Deshalb sollte man so früh wie möglich nach einer Finanzierung Ausschau

ANZEIGE

**BEST OF BADEN-
WÜRTTEMBERG**
Venture Capital-Pitch am 29.01.2015

- Vorauswahl durch eine Expertenjury
- Kapitalbedarf ab 500 TEUR
- Branchenspezifische Slots

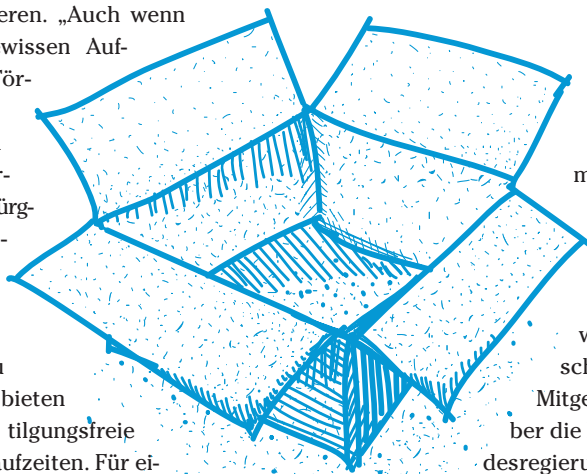
Baden-Württemberg
MINISTERIUM FÜR FINANZEN UND WIRTSCHAFT

STUTTGART FINANCIAL
FÜR DEN FINANZPLATZ IN BADEN-WÜRTTEMBERG

Boerse Stuttgart
Vereinigung Baden-Württembergische
Wertpapierbörse e.V.

Stiftung
Kreditwirtschaft

halten.“ Und noch aus einem anderen Grund rät er zu einer Mischfinanzierung: „Wenn ich noch mehrere Finanzierungsrunden brauche, ist es gut, selbst noch ein bisschen Eigenkapital übrig zu haben.“ Staatliche Fördergelder können helfen, gerade die erste kritische Phase der Gründung zu finanzieren. „Auch wenn der Förderantrag einen gewissen Aufwand bedeutet, bietet die Förderung viele Vorteile“, so Leitenmayer. Er rät Gründern daher, sich immer um Fördermöglichkeiten zu bemühen. Bürgschaften und andere Risikoübernahmen etwa helfen den Gründern, trotz geringer banküblicher Sicherheiten an einen Kredit zu kommen. Und Förderkredite bieten äußerst niedrige Zinssätze, tilgungsfreie Anlaufjahre und passende Laufzeiten. Für eigenkapitalintensive Start-ups aus der Technologiebranche stehen etwa der bundesweite 300 Mio. EUR schwere High-Tech Gründerfonds oder die Fonds von regionalen Anbietern wie Bayern Kapital bereit. Daneben engagieren sich staatliche Stellen auch in der Beratung: In Bayern zum Beispiel gibt es eine zentrale Anlaufstelle, das Innovations- und Technologiezentrum Bayern, wo Gründer sich beraten lassen können. Gemeinsam wird dann das passende Förderprogramm ausgewählt. „Staatliche Zuschüsse bekomme ich allerdings nur, wenn ich bereits eine solide Finanzierung vorweisen kann“, so Leitenmayer. „Und da sich viele Venture Capital-Investoren aus der Seed-Phase



Peter Leitenmayer,
LfA Förderbank Bayern

zurückgezogen haben, kommt wiederum den Business Angels und den staatlichen Eigenkapitalgebern eine große Bedeutung zu.“ In Bayern wird daher das Business Angel-Netzwerk weiter ausgebaut. Auch der staatliche Zuschuss für Business Angels trägt der wachsenden Bedeutung privater Investoren Rechnung.

Tipp 4: Von der Crowd profitiert nur der erfahrene Gründer.

Die neueste Möglichkeit für Gründer, an Geld zu kommen, ist das Crowdfunding. „Ob man das probieren sollte, hängt davon ab, was man für ein Geschäftsmodell hat. Wenn man überschaubaren Mittelbedarf hat, kann man den Weg vielleicht gehen“, so Leitenmayer. „Aber: Wenn ich noch mal eine weitere Finanzierungsrunde brauche, wird's schwierig. Beim Crowdfunding hat man so viele Mitgesellschafter, davon lassen viele Investoren lieber die Finger.“ Nach der Prokon-Pleite sieht die Bundesregierung auch beim Crowdfunding Handlungsbedarf. Der Verbraucher soll geschützt werden. Das Problem: Bisher gilt bei den Plattformen keinerlei Prospektspflicht. Das soll sich ändern. Nur bis zu einer gewissen Summe soll weiter unreguliert investiert werden können. „Es gibt da regelrechte Horrorbeispiele aus den USA“, sagt Bendisch. „Da haben ganz schlechte Start-ups – zum Teil gab's die in Wirklichkeit nicht mal – riesige Summen eingesammelt. Da wurden Verbraucher systematisch übers Ohr gehauen.“ Nichtsdestotrotz hält er Crowdfunding für eine gute Möglichkeit für Start-ups, hinter denen erfahrene Gründer stecken, die sinnvoll mit dem Geld umgehen können. Denn die Unterstützung durch einen erfahrenen Investor ist eben unbezahlbar.

Christine Schaller
redaktion@vc-magazin.de

Der Gründer-Guide

Hier werdet Ihr geholfen



Welcher Investor kommt für mein Start-up in Frage?
Welche Gründernetzwerke gibt es in meiner Region?
Welcher Berater kann mir weiterhelfen? Wer sind die richtigen Ansprechpartner für unser Anliegen? Im Gründer-Guide findet Ihr die Profile wichtiger Player: vom Venture Capitalisten über den Inkubator bis zum Technologie-Zentrum ... und noch viel mehr!

Inhalt:

Investoren	44–49
Inkubatoren	49–51
Technologiezentren	51–52
Gründernetzwerke Businessplan-Wettbewerbe	53–54
Berater Rechtsanwälte Dienstleister	55–58

Investoren

Aurelia Private Equity GmbH



AURELIA PRIVATE EQUITY

Adresse: Kurhessenstraße 1–3 | 60431 Frankfurt/M.

Telefon | Fax: 069/8090-0 | 069/8090-114

E-Mail | Internet: info@aurelia-pe.de | www.aurelia-pe.de

Gründung: 1999

Geschäftsführung: Jürgen Leschke, J. Wolfgang Posselt

Anzahl Portfoliounternehmen: 8

Beispiel Portfoliounternehmen: Gilupi GmbH,
Hematrix WoundCare, MovingImage24 GmbH

Kapital pro Investment: 0,5 bis 3 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Für uns sind alle Zukunftsindustrien mit hohen Erfolgspotenzialen interessant. Entscheidende Kriterien sind dabei die zukünftigen Marktchancen und die Wettbewerbsfähigkeit von Produkt und Technologie. Wesentliche Bedeutung hat die Qualifikation des Managements. Das Managementteam muss über fundiertes Branchen- und Technologie-Know-how verfügen und in der Lage sein, ein Unternehmen mit hohen Wachstumsraten aufzubauen und zu führen. **Start-ups schicken ihre Businesspläne an:** Christoph Osburg, Aurelia Private Equity GmbH

aws Gründerfonds Beteiligungs GmbH & Co KG



Adresse: Walcherstraße 11A, A-1020 Wien

Website: www.gruenderfonds.at

Gründung: 2013

Geschäftsführung: Dipl.-Bw. Ralf Kunzmann, Geschäftsführer

Verwaltetes Kapital zum 30.9.2014: 68,5 Mio. EUR

Kapital pro Investment: 100.000 EUR–3 Mio. EUR

Branchenschwerpunkt/Spezialisierung:

Der aws Gründerfonds beteiligt sich an gewerblichen österreichischen Unternehmen mit außerordentlich hohem Wachstumspotenzial in der Gründungs- und ersten Wachstumsphase. „Kapital für Ideen und Innovationen“: Sie haben ein gut skalierbares Geschäftsmodell entwickelt – mit erkennbarem Kunden-

nutzen, der Zielmarkt weist ein nennenswertes Volumen oder Wachstumspotenzial auf. Gerade für Ihr junges kleines oder mittleres Unternehmen in seiner Gründungs- und Wachstumsphase ist die Mobilisierung langfristiger Finanzierungen die Basis für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Durch eine offene/stille Beteiligung des aws Gründerfonds können Eigenkapital aufgebracht und zusätzliche Finanzierungsperspektiven für Ihr Unternehmen erschlossen werden. Der aws Gründerfonds ist branchentypisch strukturiert, arbeitet mit marktkonformen Konditionen und ist offen für Co-Investments.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an:
m.halada@gruenderfonds.at (Manuela Halada)

BayBG Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH



Bayerische
Beteiligungsgesellschaft mbH

Adresse: Königinstraße 23, 80539 München

Telefon | Fax: 089/122280334 | 089/122280330

E-Mail | Internet: marcus.gulder@baybg.de | www.baybg.de

Gründung: 1972

Geschäftsführung: Dr. Sonnfried Weber (Sprecher),
Peter Pauli

Anzahl Portfoliounternehmen: rund 500

Beispiel Portfoliounternehmen: Proteros, iThera,
SSP Europe

Kapital pro Investment: 250.000 EUR bis 7 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Die BayBG ist einer der größten Beteiligungskapitalgeber für den Mittelstand. Sie ist aktuell bei rund 500 Unternehmen mit über 320 Mio. EUR engagiert. Mit ihren Beteiligungen und Venture Capital-Investments ermöglicht die BayBG mittelständischen Unternehmen und jungen Technologieunternehmen die Umsetzung von Innovations- und Wachstumsvorhaben, die Regelung eines Gesellschafterwechsels oder der Unternehmensnachfolge, die Optimierung der Kapitalstruktur sowie die Umsetzung von Turnaround-Projekten.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an:
marcus.gulder@baybg.de

Bayern Kapital GmbH



Adresse: Ländgasse 135a, 84028 Landshut
Website: www.bayernkapital.de
Gründung: 1995
Geschäftsführung: Roman Huber, Dr. Georg Ried
Anzahl Portfoliounternehmen: 75
Beispiel Portfoliounternehmen: Congatec, Voxeljet, Egym
Verwaltetes Kapital zum 30.9.2014: 200 Mio. EUR
Kapital pro Investment: 0,15 bis 2,0 Mio. EUR
Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Kleine und mittlere, junge bayerische Technologieunternehmen in der Seed- und Start-up-Phase mit Kapitalbedarf für die Realisierung Erfolg verspre-

chender innovativer Produkte und Produktionsverfahren. Das Innovationsvorhaben muss in wesentlichen Teilen vom Beteiligungsnehmer selbst in Bayern durchgeführt werden. Keine Branchenspezialisierung. Beteiligung grundsätzlich nur in Kooperation mit einem weiteren Beteiligungsgeber bzw. einem Coach, der das Beteiligungsunternehmen während der Beteiligungslaufzeit technisch sowie wirtschaftlich betreut und die ordnungsgemäße Durchführung des Vorhabens begleitet.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an: Bayern Kapital GmbH, Ländgasse 135a, 84028 Landshut, info@bayernkapital.de

eCAPITAL entrepreneurial Partners AG



Adresse: Hafengeweg 24, 48155 Münster
Telefon | Fax: 0251/7037670 | 0251/70376722
E-Mail | Internet: info@ecapital.de | www.ecapital.de
Gründung: 05.1999
Geschäftsführung: Dr. Paul-Josef Patt, Dirk Kohlen, Thomas Merten
Anzahl Portfoliounternehmen: 25
Beispiel Portfoliounternehmen: Open-Xchange AG, Sonnenbatterie GmbH, Heliatek GmbH, Jedox AG

Kapital pro Investment: 0,5 Mio. EUR bis 5 Mio. EUR
Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Cleantech, Materialwissenschaften, IT/Kommunikation, Bioanalytic, Nanotechnologie, Life Sciences, Verfahrens-/Automatisierungstechnik, Maschinenbau

Start-ups schicken ihre Businesspläne an: info@ecapital.de

EnjoyVenture Management GmbH



ENJOY | VENTURE

Adresse: Ückendorfer Straße 237e, 45886 Gelsenkirchen
Telefon | Fax: 0209/957 185 00 | 0209/957 185 77
E-Mail | Internet: office@enjoyventure.de | www.enjoyventure.de
Gründung: 05.01.2000
Weitere Standorte: Elberfelder Straße 2, 40213 Düsseldorf, Tel. +49 (0211) 239 551 70, Fax +49 (0211) 239 551 77; Vahrenwalder Straße 7, 30165 Hannover, Tel. +49 (0511) 300 333 22, Fax +49 (0511) 300 333 99
Geschäftsführung: Dr. Bert Brinkhaus, Wolfgang Lubert, Dr. Peter Wolff
Anzahl Portfoliounternehmen: 31

Beispiel Portfoliounternehmen: permundo GmbH, Fidlock GmbH, Rodos BioTarget GmbH

Kapital pro Investment: max. 2,5 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: 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.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an:

peter.wolff@enjoyventure.de

Evonik Venture Capital



Adresse: Rodenbacher Chaussee 4, 63457 Hanau

Telefon | Fax: 06181 59-12271 | 06181 59-712271

E-Mail | Internet: jakob.wirbatz@evonik.com |

www.evonikventurecapital.com

Gründung: 2012

Weitere Standorte: Essen, Deutschland,

Parsippany, NJ, USA

Geschäftsführung: Dr. Bernhard Mohr, Dr. Jürgen Finke

Anzahl Portfoliounternehmen: 6

Beispiel Portfoliounternehmen: Algal Scientific,

Biosynthetic Technologies, FRX Polymers

Kapital pro Investment: typischerweise bis zu 5 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Chemie/Neue Materialien,

Cleantech, Biotechnologie/Pharma, Medizintechnik/Healthcare,

Nanotechnologie

Start-ups schicken ihre Businesspläne an:

jakob.wirbatz@evonik.com

High-Tech Gründerfonds Management GmbH



High-Tech Gründerfonds

Adresse: Schlegelstraße 2, 53113 Bonn

Telefon | Fax: 0228/823001-00 | 0228/823000-50

E-Mail | Internet: info@htgf.de |

www.high-tech-gruenderfonds.de

Gründung: 2005

Geschäftsführung: Dr. Michael Brandkamp,

Dr. Alexander von Frankenberg

Anzahl Portfoliounternehmen: Aktiv: 244

Beispiel Portfoliounternehmen: Trademob, Conweaver, Egym

Kapital pro Investment: 0,5 bis 2 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Der High-Tech Gründerfonds

(HTGF) investiert in junge Hightech-Unternehmen mit disruptiven

Technologien. Dabei geht der Fonds bewusst sehr viel höhere

Risiken ein als private Geldgeber. Mithilfe einer Seed-Finanzie-

rung sollen die Start-ups entsprechend dem Technologiefokus

und dem Branchenschwerpunkt die Technologie bis zum Proto-

typen („Proof of Concept“) oder zur Markteinführung („Proof of

Market“) führen. Dabei hat der Fonds keinen speziellen Bran-

chenfokus und hält Beteiligungen aus allen Bundesländern.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an: c.mertsch@htgf.de

Investitionsbank des Landes Brandenburg



Adresse: Steinstraße 104–106, 14480 Potsdam

Telefon | Fax: 0331 660 1698 | 0331 660 1699

E-Mail | Internet: eigenkapital@ilb.de | www.ilb.de

Gründung: 1992

Geschäftsführung: Geschäftsleitung Beteiligungsmanagement:

Olav Wilms, Michael Tönes, Thomas Krause

Anzahl Portfoliounternehmen: 58

Beispiel Portfoliounternehmen: Castaclip GmbH, FIAGON GmbH,

Emperra GmbH E-Health Technologies

Kapital pro Investment: bis zu 2,5 Mio. EUR pro Transaktion

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Die Investitionsbank des

Landes Brandenburg (ILB) managt verschiedene Beteiligungs-

fonds, die wachstums- und innovationsorientierte Unternehmen

mit Sitz und/oder Betriebsstätte in Brandenburg finanzieren. Mit

einem Fondsvolumen von ca. 80 Mio. EUR decken die Fonds

die Themenstellungen Frühphasen- und Wachstumsfinanzie-

rung wie auch Mezzanine ab. Die Fondsmittel werden aktuell

vom Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung und aus

Mitteln des Ministeriums für Wirtschaft und Europaangelegen-

heiten des Landes Brandenburg und der ILB bereitgestellt.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an: eigenkapital@ilb.de

K - New Media GmbH & Co. KG; K - Invest Beteiligungs GmbH & Co. KG



Adresse: Chausseestraße 123, 10115 Berlin
Telefon | Fax: +49 30/367277304 | +49 30/367277299
E-Mail | Internet: c.hellmann@k-newmedia.de | www.k-newmedia.de
Gründung: 2010
Weitere Standorte: Pforzheim
Geschäftsführung: Dr. Jörg Blumentritt, Ludger Schöllgen
Anzahl Portfoliounternehmen: 10

Beispiel Portfoliounternehmen:
uberMetrics, CommitMed, Stilnest
Kapital pro Investment: 500.000 EUR–4 Mio. EUR
Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: E-Business, E-Commerce, Geschäftsmodelle entlang der Wertschöpfungskette eines Distanzhändlers
Start-ups schicken ihre Businesspläne an:
businessplan@k-newmedia.de

KfW



Adresse: Palmengartenstraße 5–9, 60325 Frankfurt/M.
Telefon | Fax: +49 228 831 3250 | +49 228 831 7493
E-Mail | Website: albrecht.deissner@kfw.de | www.kfw.de
Gründung: 1948
Geschäftsbereichsleitung: Albrecht Deißner
Anzahl Portfoliounternehmen: mehr als 300
Beispiel Portfoliounternehmen: NovaLed AG, RegioHelden GmbH, Corimmun, Sunfire GmbH, WaveScape GmbH
Kapital pro Investment: bis zu 2,5 Mio. EUR in einer ersten Finanzierungsrunde, insgesamt bis zu 5 Mio. EUR pro Unternehmen

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Gemeinsam mit privaten Leadinvestoren finanziert die KfW aus dem ERP-Startfonds gründergeführte Hightech-Unternehmen mit Sitz in Deutschland in der Start-up-Phase.
Start-ups schicken ihre Businesspläne an:
KfW, Niederlassung Bonn, Wolfgang Pütz/Jürgen Schlösser, Ludwig-Erhard-Platz 1, 53179 Bonn

mic AG



Adresse: Denisstraße 1b, 80335 München
Telefon | Fax: 089 244192200 | 089 244192230
E-Mail | Internet: info@mic-ag.eu | http://www.mic-ag.eu
Gründung: 2001
Weitere Standorte: Meiningen
Geschäftsführung: Claus-Georg Müller (CEO), Manuel Reitmeier (CFO), Oliver Kolbe (CIO)
Anzahl Portfoliounternehmen: 23 (davon 4 Themen-AGs)

Beispiel Portfoliounternehmen: micData AG, Wearable Technologies AG, Smarteag AG
Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Internet of Things, Big Data, Industrie 4.0, Wearable Technologies, Infrastruktur- und Energiemanagement, Telemedizin
Start-ups schicken ihre Businesspläne an:
sabrina.mueller@mic-ag.eu

NRW.Bank

Adresse: Kavalleriestraße 22, 40213 Düsseldorf

Website: www.nrwbank.de

Gründung: 2002

Geschäftsführung: Dr. Peter Güllmann

Anzahl Portfoliounternehmen: 68

Kapital pro Investment: 50.000 bis 10 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Die NRW.BANK ist die Förderbank für das Land Nordrhein-Westfalen. Sie unterstützt ihren Eigentümer, das Land Nordrhein-Westfalen, bei wichtigen strukturpolitischen Aufgaben. Dabei agiert sie strikt wettbewerbsneutral als Partner der Banken und Sparkassen und setzt das gesamte Spektrum kreditwirtschaftlicher Förderprodukte ein. Ihre drei Förderfelder sind „Gründen und Wachsen“, „Entwickeln und Schützen“ sowie „Wohnen und Leben“. Ihre Eigenkapitalprodukte hat die NRW.BANK im Wesentlichen am Lebenszyklus der Unternehmen ausgerichtet. So beleben die regionalen NRW.BANK.Seed-Fonds und der NRW.BANK.Kreativwirt-

schaftsfonds die Frühphasenfinanzierung in Nordrhein-Westfalen. Junge Hochtechnologie-Unternehmen fördert die Bank mit Finanzierungen bis zu 8 Mio. EUR über den Venture Fonds. Für Unternehmen mit überdurchschnittlichen Wachstumsperspektiven und einem überzeugenden Management-Team stellt die NRW.BANK den Kontakt zu potenziellen privaten Investoren im Rahmen der win NRW.BANK Business Angels Initiative her. Die Kapitalbeteiligungsgesellschaft NRW vergibt an Unternehmen mit positiven Wachstumsperspektiven Eigenkapital und eigenkapitalähnliche Produkte in Höhe von bis zu 1 Mio EUR. Darüber hinaus vergeben NRW.BANK.Mittelstandsfonds und NRW.BANK. Spezialfonds Eigenkapital zwischen 1 und 7 Mio. EUR an wachstumsstarke Mittelständler in speziellen Finanzierungs- und Restrukturierungssituationen.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an: NRW.BANK, Kavalleriestraße 22, 40213 Düsseldorf, Telefon: 0211/91741-0, Fax: 0211/91741-1800, E-Mail: beteiligungen@nrwbank.de

UnternehmerTUM-Fonds Management GmbH

Adresse: Lichtenbergstraße 8, 85748 Garching bei München

Telefon | Fax: 089/3246240 | 089/324624610

E-Mail | Internet: vc@unternehmertum.de | www.unternehmertum.de/vc

Gründung: 2011

Geschäftsführung: Dr. Helmut Schönenberger, Dr. Ingo Potthof, Timo Komulainen

Anzahl Portfoliounternehmen: 6

Beispiel Portfoliounternehmen: Dynamic Biosensors, FlixBus, Orpheus

Kapital pro Investment: 500.000 EUR bis 3 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Der UnternehmerTUM-Fonds investiert deutschlandweit in vielversprechende junge Technologieunternehmen. Der Schwerpunkt liegt auf Ausgründungen aus Universitäten und anderen Forschungseinrichtungen in den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik, Medizintechnik und CleanTech. Die Portfolio-Unternehmen profitieren von der langjährigen Erfahrung der UnternehmerTUM beim Aufbau junger Unternehmen. UnternehmerTUM-Fonds verfügt über eigene Branchenexperten und ein einzigartiges Netzwerk in die Industrie und zu anderen Venture-Capital-Investoren.

Start-ups schicken ihre Businesspläne an: vc@unternehmertum.de

VCDE Venture Partners GmbH & Co. KG

Adresse: Kennedyallee 70a, 60596 Frankfurt/M.

Telefon | Fax: 069/90747660 | 069/90747670

E-Mail | Internet: contact@venturecapital.de | www.venturecapital.de

Gründung: 2008

Geschäftsführung: Andreas Thümmeler, Malte von der Ropp

Anzahl Portfoliounternehmen: 22

Beispiel Portfoliounternehmen: amaysim, Turtle Entertainment, Webtrekk

Kapital pro Investment: 1–3 Mio. EUR

Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Wachstumskapital für Software, Advertising & Financial Technology, Media & Entertainment, Mobile

Start-ups schicken ihre Businesspläne an: businessplan@venturecapital.de

Adresse: Maximilianstraße 45, 80538 München
Telefon | Fax: 089/381699730 | 089/381699739
E-Mail | Internet: info@xangevc.de | www.xange.fr
Gründung: 2003
Weitere Standorte: Paris und Berlin
Anzahl Portfoliounternehmen: ca. 70

Beispiel Portfoliounternehmen: Mister Spex, Fidor, The Currency Cloud
Kapital pro Investment: 0,5–5 Mio. EUR
Branchenschwerpunkte/Spezialisierung: Internet, Mobile, E-Commerce, Financial Services, SaaS/PaaS, Cleantech
Start-ups schicken ihre Businesspläne an: info@xangevc.de

Inkubatoren

Bayer HealthCare CoLaborator Berlin



Adresse: Muellerstraße 178, 13353 Berlin
Telefon | Fax: +49 30/468 1111 | +49 30/468 15305
E-Mail | Internet: colaborator.berlin@bayer.com | www.colaborator.bayer.com
Gründung: 2014
Weitere Standorte: Bayer HealthCare CoLaborator San Francisco; Kontakt: USIC@bayer.com
Anzahl Start-ups: max. 9 (aktuell 4)
Beispiel Start-ups: Calico GmbH, provitro AG, Eternnygen GmbH
Leistungen: Laborraum (40 m²) und Büro (20 m²) werden exklusiv vermietet. Zur Gemeinschaftsnutzung stehen ein Kühlraum (20 m²), Autoklav, Spülmaschine und Bidestanlage zur Verfügung. Ein Multifunktionsraum (120 m²), der in einen mit Beamer

ausgestatteten Besprechungsraum (40 m²) und Pausenraum (80 m²) unterteilbar und auch für größere Veranstaltungen geeignet ist, kann wie der Empfangsbereich von allen Mietern genutzt werden.
Beteiligung an den Start-ups? nein
Branchenschwerpunkt/Ausrichtung: Ziel des weltweiten Inkubator-Konzepts ist es, Forscher von jungen Unternehmen aus dem Life Sciences-Bereich beim Aufbau ihrer Forschungslabore zu unterstützen. Die Firmen bleiben unabhängig, können jedoch zusätzlich zur umfangreichen Labor- und Büroinfrastruktur auch Zugang zu der weltweiten Expertise und dem Bayer-Forschungsnetzwerk erhalten.
Teams schicken ihre Bewerbung an: colaborator.berlin@bayer.com

EuropeanPioneers (c/o) etventure GmbH



Adresse: Ackerstr. 14/15, 10115 Berlin
Telefon | Fax: 030/28041750 | 089/32668161
E-Mail | Internet: contact@europeanpioneers.eu | www.europeanpioneers.eu
Gründung: 2014
Geschäftsführung: Dr. Christian Lüdtko
Anzahl Start-ups: 25
Dauer des Programms: 8 Monate

Leistungen: Finanzielle Förderung: 50–250.000 EUR • Coaching & Mentoring in den Bereichen Lean Start-up, Design Thinking, Online-Marketing, Sales, Finance und Legal • Netzwerk im Digital- und Venture Capital-Bereich • Open Source Technologie (FIWARE)
Beteiligung an den Start-ups? Nein
Branchenschwerpunkt/Ausrichtung: Gaming • E-Learning • Smart City • Social Connected TV
Teams schicken ihre Bewerbung an: www.europeanpioneers.eu/en/apply.html

KIC InnoEnergy SE



Adresse: Albert-Nestler-Straße 26, 76131 Karlsruhe
Telefon | Fax: 0721/47041 600 | 0721/47041 611
E-Mail | Internet: germany@kic-innoenergy.com | www.kic-innoenergy.com
Gründung: 2010
Weitere Standorte: Berlin, Stuttgart, München, Barcelona, Sant Cugat, Lissabon, Grenoble, Eindhoven, Genk, Löwen, Brüssel, Amsterdam, Stockholm, Krakau
Anzahl Start-ups: 45
Beispiel Start-ups: enOware, AVISpectro
Dauer des Programms: 1–2 Jahre
Leistungen: Das Investment erfolgt in Form von Dienstleistungen, die mit dem Gründer je nach seinem individuellen Bedarf

festgelegt und zur Verfügung gestellt werden. Begleitet wird er dabei von einem erfahrenen Coach. Investiert wird auch in die Weiterentwicklung des Produktes. Der Gründer hat Zugang zum europäischen Netzwerk aus Industrie und Forschung sowie zu weiteren Investoren. KIC InnoEnergy unterstützt das Start-up zudem bei der Vermarktung, u.a. durch Vermittlung des ersten Kunden.

Beteiligung an den Start-ups? Wenn ja, in welchem Umfang?: Ja, 10–15%
Branchenschwerpunkt/Ausrichtung: KIC InnoEnergy ist das europäische Unternehmen für Innovation, Start-ups und Bildung im Bereich nachhaltiger Energien. Investiert wird in der (Pre-) Seed-Phase in Geschäftsideen für innovative Energielösungen.

Univations GmbH

univations

Adresse: Weinbergweg 23, 06120 Halle (Saale)
Telefon | Fax: 0345/13142700 | 0345/13142701
E-Mail | Internet: info@univations.de | www.univations.de
Gründung: 2004
Weitere Standorte: Büro Magdeburg, Domplatz 11a, 39104 Magdeburg, Tel.: 0391/59802563, E-Mail: info@univations.de
Geschäftsführung: Daniel Worch
Leistungen: Beratung & Coaching, Finanzierung (Investforum Sachsen-Anhalt), Technologietransfer, Weiterbildung, Forschung, Kommunikation

Branchenschwerpunkt/Ausrichtung: Die Univations GmbH ist eine marktgerichtete und flexible Transfergesellschaft, die technologieorientierte Start-ups und wachstumsorientierte Unternehmen von der Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle und Produktinnovationen sowie Verwertung von wissenschaftlichen Ergebnissen über die Finanzierung und Förderung bis hin zur Vermittlung wertvoller Kooperationen unterstützt.
Teams schicken ihre Bewerbung an: info@univations.de



Adresse: Grafinger Straße 6, 81671 München
Telefon | Fax: 089/99 52 99-22 | 089/99 52 99-29
Internet: www.werk1muenchen.de
Gründung: 2013
Geschäftsführung: Dr. Franz Glatz
Anzahl Start-ups: 26
Beispiel Start-ups: kinoheld, electric artcube
Leistungen: Auf über 2.500 m² bietet der Inkubator für Digital Entrepreneurship WERK1 26 Start-ups neben Büroflächen mit

Infrastruktur auch Workshops, Vorträge und Konferenzen sowie ein Netzwerk, um Gründer in ihren ersten Jahren zu unterstützen. Die Räume werden zum günstigen monatlichen Fixpreis angemietet: Nebenkosten, Strom sowie eine schnelle Internetleitung sind inklusive. Die Nachfrage an Büroräumen ist seit Eröffnung enorm gestiegen. Ein gutes Zeichen für Münchens Gründerszene und Grund für die erste Erweiterung: weitere Büroflächen, ein Café als Anlaufstelle sowie Münchens größter Coworking Space.

Technologiezentren

Garching Technologie- und Gründerzentrum GmbH



Adresse: Lichtenbergstraße 8, 85748 Garching
Telefon | Fax: 089/5484-0 | 089/5484-1010
E-Mail | Internet: team@gategarching.com | www.gategarching.com
Gründung: 2002
Geschäftsführer: Dr. Franz Glatz
Flächengröße: 5.000 m²
Aktuelle Anzahl der Mieter: 62
Aktuelle Anzahl der Mitarbeiter in den Firmen: ca. 300
Zum Beispiel arbeiten hier schon folgende Unternehmen: AdjuCor GmbH, cerafin GmbH, xWare42 GmbH
Welche Leistungen bietet das TZ? Das gate Garching ist ein Gründerzentrum voller Geschichten, unterschiedlichster Menschen

und Unternehmen. Wer einmal im gate war, spürt die angenehme Atmosphäre, das respektvolle Miteinander und versteht, warum sich die Firmen hier wohlfühlen. Nicht nur das repräsentative Gebäude, die Nähe zum Flughafen und zur Technischen Universität München machen das Gründerzentrum so interessant, sondern auch die umfangreichen Serviceleistungen, die jeder Firma im Haus geboten werden. Dazu gehört auch ein Entrepreneur in Residence, der den Firmen im gate kostenlos für Beratungen zur Verfügung steht.

Branchenschwerpunkt: Informations- und Kommunikationstechnologie, Software, Mechatronik, Hightech

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

team@gategarching.com

R-Tech GmbH

Adresse: Bruderwöhrdstraße 15b, 93055 Regensburg

Telefon | Fax: 0941/604 889-23 | 0941/604 889-11

E-Mail | Internet: christoph.michl@it-speicher.de |

www.it-speicher.de

Gründung: 2001

Geschäftsführer: Alexander Rupprecht

Flächengröße: 3.000 m²

Aktuelle Anzahl der Mieter: 35

Aktuelle Anzahl der Mitarbeiter in den Firmen: ca. 160

Zum Beispiel arbeiten hier schon folgende Unternehmen:

crowdshop GmbH, Timing Architects Embedded Systems GmbH, ondeso GmbH

Welche Leistungen bietet das TZ? Als Spezialist für die Förderung von technologieorientierten Start-ups fördern wir innovative



IT-Unternehmen von der strategischen Vorbereitung der Gründung bis zur Wachstumsphase – durch Büroinfrastruktur, kleine und erweiterbare Mietflächen und kurze Kündigungsfristen. Wesentlicher Bestandteil unseres Angebots ist eine Intensivberatung und die Unterstützung bei der Kapitalakquise. Außerdem managt die R-Tech GmbH verschiedene Technologie-netzwerke, wie z.B. den Bayerischen IT-Sicherheitscluster. Ab 2016 betreiben wir ein neues branchenoffenes Innovationszentrum mit 13.000 m² Nutzfläche direkt an den Regensburger Hochschulen.

Branchenschwerpunkt: Informationstechnologie, primär Software- und Hardwareentwicklung

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

www.it-speicher.de

TechnologieZentrumDresden GmbH

Adresse: Gostritzer Straße 61, 01217 Dresden

Telefon | Fax: 0351/8718665 | 0351/8718734

E-Mail | Internet: kontakt@tzdresden.de | www.tzdresden.de

Gründung: 1990

Geschäftsführer: Dr. Bertram Dressel

Flächengröße: 37.500 m²

Aktuelle Anzahl der Mieter: 122

Aktuelle Anzahl der Mitarbeiter in den Firmen: 1.500

Zum Beispiel arbeiten hier schon folgende Unternehmen:

Novalad GmbH, Cenix Biosciences GmbH



Welche Leistungen bietet das TZ? Gründungsberatung, Coaching bei der Businessplanerstellung, Finanzierungsberatung, VC-Point, Gewerbeflächen, Laborflächen, Reinraumflächen, Büroflächen, Konferenz- und Besprechungsräume, Netzwerkkontakte zu Wirtschaft und Wissenschaft

Branchenschwerpunkt: IKT, Biotechnologie, Life-Sciences, Automatisierungstechnik, Sensortechnik, Mikro-/Nanoelektronik, Mikrosystemtechnik, Umwelttechnologie

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

kontakt@tzdresden.de

TZL-TechnologieZentrum Ludwigshafen am Rhein GmbH/ Regionales Innovationszentrum Ludwigshafen

Adresse: Donnersbergweg 1, 67059 Ludwigshafen

Telefon | Fax: 0621/5953-0 | 0621/5953-120

E-Mail | Internet: kontakt@tz-lu.de | www.tz-lu.de

Gründung: 1990

Geschäftsführer: Michael Hanf

Flächengröße: 1.500 m²

Aktuelle Anzahl der Mieter: 21

Aktuelle Anzahl der Mitarbeiter in den Firmen: 65

Zum Beispiel arbeiten hier schon folgende Unternehmen:

Schäfer-Additivsysteme GmbH, iDTRONIC GmbH, opendynamic GmbH & Co. KG

Welche Leistungen bietet das TZ: Wir bieten Unternehmensgründern und Start-ups Mieträume, Beratung bei der Entwicklung des Geschäftskonzeptes, bei der Antragstellung für Fördermittel sowie Unterstützung in der Gründungs- und Wachstums-

phase. Die Gründer erhalten Zugang zum TZL-Netzwerk und profitieren von Veranstaltungen und Sprechstunden mit Fachleuten. Die Unternehmen können Office Services und Infrastruktur in Form von Seminar- und Besprechungsräumen mit Internetzugang, Empfang, Kopierer, Faxgerät, Frankiermaschine, Poststelle und Parkplätze nutzen. In der Seed-Phase bieten wir Räumlichkeiten zu vergünstigten Konditionen.

Branchenschwerpunkt: IT, Kreativ-, Energie-, Gesundheitswirtschaft, wissensintensive Dienstleistungen. Im Rahmen der gemeinsam mit der BASF SE betriebenen Initiative chem2biz besteht ein Schwerpunkt in den chemieorientierten Bereichen Chemie, Nanotechnologie, neue Werkstoffe, Biotechnologie, Pharma, Umwelttechnik sowie Prozess- und Verfahrenstechnik.

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

0621/5953-0



Gründernetzwerke | Businessplan-Wettbewerbe

BayStartUp

Adresse: c/o evobis GmbH, Agnes-Pockels-Bogen 1,
80992 München

Telefon | Fax: +49 89/38838380 | +49 89/388383888

E-Mail | Internet: info@evobis.de | www.baystartup.de

Gründung: 2014

Geschäftsführer: Dr. Carsten Rudolph

In welchen Phasen unterstützt das Netzwerk/der Wettbewerb:

(Pre-)Seed, Start-up und Wachstum

Regionaler Fokus: Bayern

Branchenschwerpunkt: Alle Hightech-Branchen: Informations- und Kommunikationstechnologien (Software, Internet, Mobile etc.), Life Sciences (Biotech, Healthcare, Medizintechnik etc.), Technologien (Hardware, E-Technik, Energie, Maschinenbau, Optik etc.) und innovativer Service/innovative Dienstleistungen.



Welche Leistungen bietet das Netzwerk/der Wettbewerb:

BayStartUp unterstützt Gründer- und Investoren: Start-ups finden praktische Hilfestellung bei Businessplanning, Finanzierung und Wachstum. Das Finanzierungsnetzwerk von BayStartUp ist mit ca. 200 gelisteten Business Angels und ca. 100 institutionellen Investoren das größte in Deutschland. Im Herbst 2014 geht BayStartUp aus evobis und netzwerk nordbayern hervor.

BayStartUp richtet den Münchener Businessplan Wettbewerb und den Businessplan Wettbewerb Nordbayern aus. Die Organisation wird vom Bayerischen Wirtschaftsministerium gefördert und von Sponsoren unterstützt.

Teams schicken ihre Bewerbung an: info@baystartup.de

Bio^M Biotech Cluster Development GmbH

Adresse: Am Klopferspitz 19a, 82152 Martinsried bei München

Telefon | Fax: (+49) (0)89/89 96 79 0 | (+49) (0)89/89 96 79 79

E-Mail | Internet: info@bio-m.org | www.bio-m.org

Gründung: 1997

Geschäftsführer: Prof. Dr. Horst Domdey

In welchen Phasen unterstützt das Netzwerk/der Wettbewerb:

Pre-Seed, Inkubation, Seed, Partnering

Regionaler Fokus: Großraum München, Rest von Bayern

Branchenschwerpunkt: Bio^M hat in über zwei Jahrzehnten ein umfangreiches Netzwerk und Angebot für Unternehmensgründungen in der biopharmazeutischen Biotechnologie aufgebaut. Medikamenten- und Diagnostikaentwickler ebenso wie Geräte-



oder Technologieinnovatoren treffen bei Bio^M auf kompetente Ansprechpartner.

Welche Leistungen bietet das Netzwerk/der Wettbewerb: Für den Schritt in die Selbstständigkeit bedarf es exzellenter Kontakte und fundierten Know-hows bei der Unternehmensgründung. Die Bio^M GmbH bietet jungen Biotech-Unternehmen auf ihrem Weg zu einer erfolgreichen Existenz umfangreiche und individuelle Unterstützung. Zu den Leistungen von Bio^M gehören unter anderem die kompetente Beurteilung der Geschäftsidee sowie Beratung in Fragen der strategischen und operativen Unternehmensführung. Die Bio^M GmbH bietet außerdem eine Beratung über passende Förderprogramme und Finanzierungsmöglichkeiten.

futureSAX



Adresse: Ostra-Allee 11, 01067 Dresden
Telefon | Fax: 0351/4402 742 | 0351/4402 617
E-Mail | Internet: Ideenwettbewerb@futuresax.de | www.futuresax.de/ideenwettbewerb
Gründung: 2002
In welchen Phasen unterstützt das Netzwerk/der Wettbewerb? Seed-, Start-up-, Aufbau-, Expansionsphase
Regionaler Fokus: Freistaat Sachsen
Branchenschwerpunkt: futureSAX ist ein branchenübergreifendes Projekt des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr. Es richtet sich an Gründer, Unternehmer, Wissenschaftler und Investoren. Das Projekt soll Gründungs- und Wachstumsinitiativen in Sachsen fördern, Impulse für Innovationen geben und Vertreter aus Politik, Wissenschaft,

Forschung und Wirtschaft zusammenbringen.
Welche Leistungen bietet das Netzwerk/der Wettbewerb? Um Gründer bei der Marktetablierung zu unterstützen, organisiert futureSAX u.a. Gründerforen und internationale Investoren-Roadshows zum Aufbau von Kontakten zu Kapitalgebern. Beispielsweise im Rahmen des futureSAX-Ideenwettbewerbs können die Teilnehmer ihre Geschäftsmodelle, u.a. durch individuelle Coachings von Branchenspezialisten und durch ein gezieltes Jurorenfeedback, weiterentwickeln. Ihren Bekanntheitsgrad können Gründer zusätzlich durch die Beteiligung am futureSAX-Onlinepreis und am futureSAX-Idea Showcase, einer Ausstellung ausgewählter Gründungskonzepte, steigern.
Teams schicken ihre Bewerbung an: Ideenwettbewerb@futuresax.de

Standortagentur Tirol



Standortagentur

Adresse: Ing.-Etzel-Straße 17, 6020 Innsbruck
Telefon | Fax: +43.512.576262 | +43.512.57626210
E-Mail | Internet: office@standort-tirol.at | www.tirol.info
Gründung: 1997
Geschäftsführer: Dr. Harald Gohm
In welchen Phasen unterstützt das Netzwerk/der Wettbewerb: Tirol unterstützt von der ersten Idee bis zur Etablierung des Unternehmens und darüber hinaus.
Regionaler Fokus: International mit Tirol-Fokus
Branchenschwerpunkt: Der Standort Tirol ist geprägt vom Tourismus. Hier ist Tirol weltbekannt. Tirol ist mehr. Tirol hat sich in den letzten Jahren als international sichtbares Hochtechnologieiland

entwickelt. Life Sciences, Mechatronik, IT und erneuerbare Energien spielen hier eine wichtige Rolle.
Welche Leistungen bietet das Netzwerk/der Wettbewerb: Die Leistungen sind mannigfaltig und decken die unterschiedlichen Phasen einer Unternehmensgründung ab. Im Zentrum steht der Gründerinnen-Wettbewerb adventure X, der seit Jahren zu den erfolgreichsten im deutschsprachigen Raum zählt. Im Sinne des Lean Start-up-Gedankens sollen die Unternehmen möglichst schnell am Markt ihre ersten Erfahrungen sammeln. Zudem werden die erfolgversprechendsten Teams intensiv zur Markt- bzw. Investmentreife geführt. Hier ist das Investorennetzwerk innet ein wichtiger Partner für die jungen Unternehmen.

ThEx innovativ



Adresse: c/o STIFT Peterstraße 1, 99084 Erfurt
Telefon | Fax: +49 361/7892372 | +49 361/7892346
E-Mail | Internet: gruenden@stift-thueringen.de | www.innovativ-gruenden-thueringen.de | www.thex.de/innovativ
Gründung: 2011
Geschäftsführer: Dr. Sven Günther
In welchen Phasen unterstützt das Netzwerk/der Wettbewerb: Gründungs- und Wachstumsphase
Regionaler Fokus: Thüringen
Branchenschwerpunkt: Innovative und technologieorientierte Start-ups und wachstumsorientierte Jungunternehmen aus allen Bereichen.
Welche Leistungen bietet das Netzwerk/der Wettbewerb: ThEx innovativ begleitet Sie und Ihr junges Unternehmen auf dem

gesamten Weg: Von der Idee über die strategische Planung und Finanzierung bis über den Unternehmensstart hinaus. Wir bieten intensive Beratung und Betreuung bei der Erarbeitung des Geschäftskonzeptes, der Identifizierung von Kooperationspartnern sowie der Investorengewinnung und unterstützen bei der zielgerichteten Gründungsvorbereitung, auch im Hinblick auf Schutzrechte, strategische Ausrichtung, Markteintritt, Expansion und Finanzierungsoptionen. Unser Angebot reicht von Ideencoachings über Workshops, den jährlich stattfindenden Thüringer Strategiewettbewerb, bei dem die besten innovativen Strategiepapiere mit attraktiven Geldpreisen prämiert werden, bis hin zu Netzwerkveranstaltungen wie dem Thüringer Elevator Pitch.
Teams schicken ihre Bewerbung an: ThEx innovativ c/o STIFT, Peterstraße 1, 99092 Erfurt, E-Mail: gruenden@stift-thueringen.de

Berater | Rechtsanwälte | Dienstleister

Aurelia Private Equity GmbH



AURELIA PRIVATE EQUITY

Adresse: Kurhessenstraße 1 bis 3, 60431 Frankfurt/M.

Telefon | Fax: 069/8090-0 | 069/8090-114

E-Mail | Internet: info@aurelia-pe.de | www.aurelia-pe.de

Gründung: 1999

Geschäftsführer: Jürgen Leschke, J. Wolfgang Posselt

Unsere Schwerpunkte: Unser Schwerpunkt liegt auf innovativen Technologieunternehmen in Deutschland. Wir sind auf die Bereiche Internet-, Informations- und Kommunikationstechnologie sowie die Bereiche Life Sciences, Clean- und Green-Technologie fokussiert.

Das bieten wir Start-ups: Wir unterstützen Unternehmen bei der Businessplanerstellung, Investorenansprache und Kapitalakquise. Als Teilnehmer am HTGF Gründercoaching-Programm

wollen wir jungen Start-ups bei der Strategieentwicklung, dem Business Development sowie beim Aufbau einer professionellen Investorenkommunikation helfen.

Das bieten wir Investoren: Durch eine qualifizierte Vorauswahl von potenziellen Investitionszielen können wir Investoren einen hochwertigen Dealfow bieten und den Zugang zu interessanten Technologieunternehmen ermöglichen. Bei Bedarf unterstützen wir Investoren bei der Dealstrukturierung und der Finanzierungsdurchführung.

Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:

Bigpoint GmbH, inubit AG, MerLion Pharmaceuticals Pte Ltd

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

Christoph Osburg, Kurhessenstraße 1–3, 60431 Frankfurt/M.,
Telefon: 069/80 90 0

Corporate Finance Partners CFP



CORPORATE FINANCE PARTNERS

Adresse: Kennedyallee 70a | Palais 22, 60596 Frankfurt/M.

Telefon | Fax: 069/907 476 10 | 069/907 476 70

E-Mail | Internet: info@cfpartners.com | www.cfpartners.com

Gründung: 01.09.1998

Geschäftsführer: Gründer & CEO Andreas Thümmler

Unsere Schwerpunkte: CFP ist eines der führenden europäischen Corporate Finance-Beratungshäuser für den Tech-Sektor. Unser Fokus liegt auf M&A sowie Private Equity-/Venture Capital-Platzierungen in den Bereichen Internet, Software, Technologie, Telekommunikation sowie Life Sciences. In Frankfurt am Main ist unser Hauptsitz, und wir haben weitere Büros in Berlin, Leipzig, Wien und Budapest.

Das bieten wir Start-ups: CFP berät mit 40 Mitarbeitern Wachstumsunternehmen und gewährleistet eine unabhängige Beratung. Wir optimieren Transaktionsprozesse und erzielen opti-

male Ergebnisse für unsere Kunden. Eine langzeitliche Partnerschaft zu den Mandanten ist aus unserer Sicht entscheidend für die zukünftige Durchführung dynamischer und optimal gestalteter Transaktionsprozesse.

Das bieten wir Investoren: CFP ist Experte in der Beratung und Durchführung von internationalen Mid Cap-Transaktionen. Insbesondere unser starker Cross Border Dealfow und unser exzellentes Netzwerk zeichnen uns aus – wir bringen Mandanten, Unternehmen sowie Investoren optimal zusammen. Seit der Firmengründung haben wir über 250 Tech-Transaktionen erfolgreich abgeschlossen.

Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:

Axel Springer, zanox, DailyDeal

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

069/907 476 10, info@cfpartners.com

LUTZ | ABEL Rechtsanwalts GmbH

Adresse: Briener Straße 29, 80333 München
Telefon | Fax: +49 (0)89/544147-0 | +49 (0)89/544147-99
E-Mail | Internet: kanzlei@lutzabel.com | www.lutzabel.com
Gründung: 1994
Geschäftsführer: Dr. Reinhard Lutz, Dr. Wolfgang Abel,
Dr. Thomas Schönfeld
Berufsträger/Partner: 33/19
Unsere Schwerpunkte: Unser sehr erfahrenes Team VC/M&A legt Wert auf höchste Qualität in Ihrem Transaktionsprojekt und berät Finanzinvestoren und Start-ups von der Seed-Finanzierung bis zum Börsengang. Wir kennen die VC-Vertragswelt und die unterschiedlichsten Branchen – von Biotech über Cleantech bis IT. Wir führen Sie durch die Verhandlungen und zeigen auf, wann es sich zu verhandeln lohnt.
Das bieten wir Start-ups: • Rechtliche Optimierung des Unternehmens (Rechtsformwahl, Founder Due Diligence, Corporate

Multiconsult Strategy GmbH

Adresse: Westendstraße 160, 80339 München
Telefon | Fax: 089/121158-0 | 089/121158-11
E-Mail | Internet: info@multiconsult-muenchen.de | www.multiconsult-muenchen.de
Gründung: 2014
Geschäftsführer: Bodo Maxeiner
Unsere Schwerpunkte: Unsere Schwerpunkte sind die strategische Ausrichtung und Positionierung Ihres Unternehmens sowie die effiziente Gestaltung und Optimierung von Vertriebsabläufen. Bei der Umsetzung sind wir stets an der Seite unserer Mandanten. Dabei vertreten wir die Meinung, dass unsere Mandanten keine theoretischen Ansätze brauchen, sondern Unterstützung bei der Umsetzung ihrer Projekte.
Das bieten wir Start-ups: Wir ebnen Start-ups den Weg zum Kapital. Startend mit dem Check-up des Businessplans nach VC-READY-Kriterien, prüfen wir also aus Sicht eines Investors.

Osborne Clarke

Adresse: Innere Kanalstraße 15, 50823 Köln
Telefon | Fax: 0221/510 84000 | 0221/510 84005
E-Mail | Internet: nicolas.gabrysch@osborneclarke.com | www.osborneclarke.com
Gründung: 1748
Berufsträger/Partner: 125/40
Unsere Schwerpunkte: Das Venture Capital-Team von Osborne zählt zu den führenden in Deutschland. Es berät Start-ups wie Investoren in allen Phasen von der Unternehmensgründung bis zum Ausstieg. Die Mandanten profitieren dabei insbesondere von der Expertise der Anwälte in ausgewählten Branchen wie Digital Business, Life Sciences & Healthcare, Retail oder Energie.

LUTZ | ABEL

Governance) und seiner Finanzierung (Equity oder Mezzanine)
• Regelung der Verhältnisse zwischen den Gesellschaftern • Beteiligungsprogramme für Mitarbeiter • Wahrung der Gründerrechte bei der Beteiligung von Investoren • Know-how-Management
Das bieten wir Investoren: • Fondsstrukturierung • Umfassende Beratung bei Finanzierungsrunden (Seed Financing, Venture Capital, Private Equity) • Know-how-Protection in Beteiligungsunternehmen • Sicherung der Investorenrechte • Rechtliches Beteiligungsmanagement • Begleitung bei der Vorbereitung und Durchführung des Exits (Trade Sale, Asset Deal, Börsengang)
Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:
Investoren: MIG Fonds, BayBG; Unternehmen: BioNTech AG, Movilizer Holding GmbH
Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:
+49 (0) 89/544147-0 oder noreisch@lutzabel.com



MULTICONSULT®

Wir unterstützen beim Pitch, dem zentralen Tool zur Erlangung von Investorengeldern. Unser Augenmerk liegt auf Inhalten, Schwerpunkten, Präsentationstechnik und Rhetorik. Unser Netzwerk bringen wir in alle Richtungen mit ein.
Das bieten wir Investoren: Unsere 20-jährige unternehmerische Erfahrung in unterschiedlichen Branchen ist der Fundus, aus dem wir schöpfen. Wir können Sie sowohl als Investor beraten als auch Ihre Investition absichern. Vorselektion passender Start-ups nach Ihren Kriterien und begleitende Beratung – Multiconsult ist die Schnittstelle zur Erreichung der Milestones und stellt den Informationsfluss sicher.
Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:
Alte Leipziger Versicherung AG, Deutsche Postbank AG, NFON AG
Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:
info@multiconsult-muenchen.de



Das bieten wir Start-ups: Gestaltung und Aufbau von Unternehmensstrukturen, Entwicklung der Kapitalstruktur, Umsetzung von (auch virtuellen) Beteiligungsprogrammen, Verhandlung von Managementvereinbarungen, Exit-Transaktionen wie z.B. strategische Verkäufe, Auktionen, Börsengänge, Kapitalerhöhungen und Liquidationen
Das bieten wir Investoren: Legal Due Diligence, Verhandlung und Ausarbeitung der Beteiligungs- und Finanzierungsverträge (einschließlich Wandel- und Überbrückungsdarlehen), Exit-Transaktionen
Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:
NumberFour AG, Gates Ventures, Outfittery GmbH
Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:
nicolas.gabrysch@osborneclarke.com

Adresse: Hofstatt 1, 80331 München

Telefon | Fax: 089/24240 0 | 089/24240 999

Internet: www.pplaw.com

Gründung: 1997

Berufsträger/Partner: mehr als 100 Rechtsanwälte und Steuerberater/32 Partner

Unsere Schwerpunkte: P+P Pöllath + Partners ist führend auf dem Gebiet der Venture Capital- und Private Equity-Beratung. Die Sozietät bietet praxisorientierte rechtliche und steuerliche Beratung bei der Entwicklung von Unternehmens- und Kapitalstrukturen sowie bei der Ausarbeitung von Finanzierungs- und Beteiligungsverträgen, Legal Due Diligence, Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen und Exit-Transaktionen.

Das bieten wir Start-ups: Beratung bei der Durchführung und Strukturierung von Finanzierungsrunden, Gestaltung und Aufbau von Unternehmensstrukturen, Entwicklung der Kapital-

struktur, Verhandlung und Ausarbeitung von Beteiligungs- und Finanzierungsverträgen einschließlich Wandel und Überbrückungsdarlehen, Steuerplanung und -strategie.

Das bieten wir Investoren: Legal Due Diligence, Umsetzung von (auch virtuellen) Beteiligungs- und Incentive-Programmen, Verhandlung von Managementbeteiligungen, Exit-Transaktionen wie z.B. strategische Verkäufe (Verkauf von Anteilen und sonstigen Vermögenswerten), Auktionen, Kapitalerhöhungen und Liquidationen, Börsengänge.

Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:

JPMorgan Asset Management bei Beteiligung an Zalando, Hasso-Plattner-Ventures GmbH, Venture Stars GmbH

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

christian.toenies@pplaw.com für München,
marco.eickmann@pplaw.com für Berlin

piäbo medienmanagement GmbH



piäbo public relations

Adresse: Weinmeisterstraße 12, 10178 Berlin

Telefon | Fax: +49 30/2576205-0 | +49 (0)30/2576205-2

E-Mail | Internet: tilo.bonow@piabo.net | www.piabo.net

Gründung: 2006

Geschäftsführer: Tilo Bonow

Unsere Schwerpunkte: Public Relations, Social Media, Content Marketing, Personal Branding

Das bieten wir Start-ups: Piäbo ist die führende Agentur der digitalen Wirtschaft mit Sitz in Berlin. Piäbo erzielt für seine Kunden

aus den Branchen Internet, Mobile, Medien, Hardware und Cleantech international herausragende Medienpräsenz. Ziel von piäbo ist es, Unternehmer aktiv beim Erreichen ihrer Wachstumsziele zu unterstützen und so maßgeblich zum Erfolg ihrer Unternehmungen beizutragen.

Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:

Evernote, Withings, GP Bullhound, Holtzbrinck Ventures

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

tilo.bonow@piabo.net

Prefound GmbH



Adresse: Goethestraße 52, 80336 München

Telefon | Fax: 089/54 34 41 83 | 089/54 34 87 59

E-Mail | Internet: info@prefound.de | www.prefound.de

Gründung: 2011

Geschäftsführer: Olivia Fedunik

Unsere Schwerpunkte: Wir sind auf die kaufmännische Betreuung von Gründern mit interessanten Innovationsvorhaben vorwiegend aus Life Sciences und technologieorientierten Branchen spezialisiert, die meist eine Finanzierung durch Venture Capital benötigen. Innovative Geschäftsideen werden beurteilt, validiert und bis zur Gründung und Finanzierung kompetent begleitet.

Das bieten wir Start-ups: Die Prefound unterstützt Start-up-Ideen von Anfang an. Die Betreuung erstreckt sich über den kom-

pletten Gründungsprozess und darüber hinaus: Von der Idee über den Businessplan und die Finanzplanung, das Einholen von Expertenfeedback, die Erarbeitung eines geeigneten Finanzierungsmodells bis hin zur Begleitung von Roadshows und der Präsentation des Geschäftsmodells vor Investoren.

Das bieten wir Investoren: Die Prefound trifft kontinuierlich auf innovative Geschäftsideen und interessante Gründerteams aus den Bereichen Life Sciences und Technologie. Gemeinsam mit den Gründern erarbeiten wir aus diesen Ideen tragfähige Geschäftskonzepte mit einer soliden Finanzplanung.

Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten: Gerne stellen wir Ihnen Referenzen in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung.

Röhrborn LLP Rechtsanwälte



RÖHRBORN LLP

Adresse: Thalkirchner Straße 1, 80337 München

Telefon: 089/809902900

E-Mail: jens@roehrborn.com

Geschäftsführung: Jens Röhrborn, Philipp Belter, LL.M., Dr. Michael Rimbeck, LL.M, MBA, Elizabeth Hudson, JD (Attorney at Law, New York, N.Y., USA).

Berufsträger/Partner: 4 | 2

Unsere Schwerpunkte: Juristische und organisatorische Begleitung und Strukturierung von Finanzierungen, M&A-Prozessen, Due Diligence, Beteiligungsverträge.

Das bieten wir Start-ups: Wir sind auf die Vertretung junger Technologieunternehmen spezialisiert und kennen die Bedürfnisse von Start-ups aus eigener und aus unserer Beratungserfahrung. Über flexible Honorar- und Beteiligungsmodelle sind wir in viele Transaktionen involviert und kennen die Perspektive der Unter-

nehmensgründer wie der Investoren und potentiellen Erwerberrn.

Das bieten wir Investoren: Durch die langjährige Branchenzugehörigkeit, zahlreiche eigene Investments und langjährige Tätigkeit als Mitglied verschiedener Boards kennen unsere Berater die Bedürfnisse der Gründer, Unternehmen und Investoren aus eigener Erfahrung. Unsere Mandate sehen wir selbst als Investment-Case. Dies resultiert in einer effizienten und sehr engen Zusammenarbeit mit unseren Mandanten oft weit über die juristische Tätigkeit hinaus.

Wir haben u.a. folgende Unternehmen/Investoren beraten:

Lieferando – Verkauf an Takeaway.com; Webtrekk GmbH – Finanzierungsrunde durch DPE Deutsche Private Equity, MeinProspekt GmbH – Verkauf an bonial.com (Axel Springer); itembase GmbH, Flip up in itembase – Inc und Finanzierungsrunde UPS

VC-BW Netzwerk für Beteiligungskapital



Adresse: Börsenstraße 4, 70174 Stuttgart

Telefon | Fax: 0711 222985723 | 0711 222985661

E-Mail | Internet: info@vc-bw.de | www.vc-bw.de

Gründung: 2012

Geschäftsführer: Dirk Sturz

Unsere Schwerpunkte: Innovative Hightech Start-ups70

Das bieten wir Start-ups: Netzwerk und Kontakte zu potenziellen Investoren

Das bieten wir Investoren: Der jährlich stattfindende Venture Capital-Pitch unter dem Motto „Best of Baden-Württemberg“ sowie eine gebündelte Darstellung der Hightech-Szene des Südwestens.

Für ein erstes Kennenlernen kontaktiert Ihr uns unter:

info@vc-bw.de

Weitnauer Rechtsanwälte



Weitnauer

Gründungsjahr: 1995

Macher: Dr. Wolfgang Weitnauer

Anzahl Berufsträger: 27

Davon Partner: 7

Wir haben schon folgende Unternehmen/Investoren beraten:

Siehe Meldungen im Equity Guide (Yearbooks Venture Capital, M&A sowie Private Equity)

Schwerpunkte: Venture Capital- und Private Equity-Finanzierungen, Mitarbeiterbeteiligung, IT-Recht, Lizenz- und Kooperationsverträge, M&A-Transaktionen (einschließlich Buyouts)

Das bieten wir den Start-ups: Umfassende Beratung (einschließlich Steuerrecht) zu dem knappen Budget angepassten Konditionen. Besondere Expertise in den Bereichen Life Sciences und IT, die auch durch diverse Veröffentlichungen belegt ist; spezielle Expertise in regulatorischen Fragen alternativer Investments und Fondsstrukturierung.

Das bieten wir den Investoren: Mehr als 15-jährige Erfahrung im Beteiligungsgeschäft. Persönliche und schnelle Reaktion, Sinn für praktikable und effiziente Lösungen.

Inkubatoren und Acceleratoren in Deutschland

Brutstätten für Gründer im neuen Boom



Inkubatoren und Acceleratoren bieten Gründern optimale Rahmenbedingungen, um zur Marktfähigkeit zu reifen. In den letzten Jahren hat die Zahl der Einrichtungen auch in Deutschland spürbar zugenommen. Neben Hochschulen setzen auch große Konzerne vermehrt auf Brutkästen für Start-ups. Dahinter steht viel Kapital, aber auch wertvolles Know-how.

Gerade erst ging mit Rocket Internet einer der größten und wohl berühmtesten Inkubatoren hierzulande an die Börse. Auch wenn die tatsächlichen Kursgewinne am Ende hinter mancher Erwartung zurückgeblieben sind, so zeigt das Beispiel doch, wie bedeutsam und begehrt Einrichtungen zur Förderung von jungen und innovativen Unternehmen inzwischen geworden sind. Namen wie Team Europe, Wayra oder Axel Springer Plug and Play sind weitere bekannte Namen der deutschen Inkubatorenszene und stehen stellvertretend für einen Boom, der die deutschen Gründerzahlen befeuern soll.

Das richtige Gespür

Auch Konzerne engagieren sich, so etwa der spanische Telekommunikations-Riese Telefónica mit seinem hauseigenen Inkubator Wayra. „Die Inkubatoren- und Acceleratoren-Szene in Deutschland hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt, und gerade im Internet- und Technologiebereich tut sich einiges“, bestätigt Garan Goodman, Geschäftsführer des 2012 ins Leben gerufenen Inkubators Wayra Deutschland. „Der Trend bei digitalen Unternehmen ist eindeutig. Um Zugang zu Talenten und Innovationen zu erhalten, gründen viele ihre eigenen Förderzentren.“ Die Herausforderung für Inkubatoren sei es, das richtige Gespür für eine Marktlücke zu entwickeln und Talente zur richtigen Zeit zu erkennen, so Goodman. Im Speziellen konzentriert sich Wayra auf Start-ups, die sich mit Themen wie Cybersicherheit, M2M, Mobile Gaming oder Lösungen für bessere Nutzererfahrung im Umgang mit interaktiven Geräten beschäftigten. „Insbesondere Start-ups, die ihr Geschäft schnell internationalisieren wollen, können von der globalen Ausrichtung von Wayra profitieren“, erklärt Goodman. „Neben dem Zugang zu Finanzmitteln, spezialisierten Mentoren, fundierten Trainings und Beratung profitieren die Start-ups von den Geschäftskontakten der Telefónica-Gruppe.“ Und mehr noch: Für die Dauer des Programms ziehen die Gründungsteams in die Akademie im Herzen von München ein.

Inkubatoren müssen sich spezialisieren

Allerdings: Auch Klasse muss sich erst bewähren. „Momentan kann man beobachten, dass sich zum einen große Player aus dem Markt wieder zurückziehen, insbesondere aus dem Telekommunikations- und Medienbereich, beispielsweise ProSieben-Sat.1 und die Deutsche Telekom mit T-Venture“, wirft Luise Gruner vom Axel Springer Plug and Play-Accelerator ein. „Andere Konzerne jedoch starten gerade erst mit ihren Programmen und Initiativen, wie etwa der Lufthansa-Konzern.“ Zudem hat sich eine Reihe von Start-ups nicht so erfolgreich entwickelt wie einst gehofft. Folglich muss sich auch die Inkubatoren-Szene immer wieder auf den Prüfstand stellen. Welche Angebote sind sinnvoll für junge Gründer? Oder gibt es gar zu viele Brutstätten? Dr. Thomas Hanke, Mitglied der Geschäftsleitung der Essener ZecheNeuland, schränkt ein: „Von der Vielzahl an Angeboten profitieren die jungen Gründer und Unternehmen, denn es gilt nach wie vor: Das Angebot muss zum Start-up passen. Inkubatoren müssen sich mit ihren Angeboten allerdings weiter fokussieren: auf wenige, aber besonders aussichtsreiche Projekte, also Klasse statt Masse.“ Im Falle der ZecheNeuland werden Projekte in den Bereichen E-Commerce, Energie und Advanced Technology begleitet, hilfreich hierfür ist auch die Anbindung an regional starke Industriecluster und Innovationskerne wie etwa produktions- und logistiknahe Dienstleistungen. Entwicklungspotenzial sieht Hanke insgesamt bei Themen mit starkem IKT-Bezug, beispielsweise Industrie 4.0, das Internet der Dinge, generative Fertigungsverfahren oder Logistik. „Hier liegen



Luise Gruner, Axel Springer Plug and Play-Accelerator



Dr. Thomas Hanke, ZecheNeuland

noch Potenziale, die danach rufen, von Start-ups bearbeitet zu werden. Das gilt auch für Inkubatoren, die diese Themen begleiten“, so Hanke.

Verantwortliche mit eigener Unternehmererfahrung

Eine erste Welle von Inkubatoren gab es schon zu Beginn des Jahrtausends im Zuge des Neuen Marktes. Damals erlitten viele der Einrichtungen Schiffbruch. Heute scheint die Szene derweil

besser aufgestellt, viele der Verantwortlichen besitzen bereits eigene Unternehmererfahrung. Zudem sind die finanziellen Unterstützungen, vor allem bei Internetgründungen, weitaus weniger kostenintensiv. Die Inkubatorenszene von heute könnte somit quasi als Speerspitze einer neuen Gründerwelle in Deutschland fungieren. Ein regelrechter Boom scheint die deutschen Start-up-Metropolen Berlin, Hamburg, München oder Köln zu überfluten. Da bleibt zu hoffen, dass die Gründerzahlen mithalten werden. Vor allem sollten Gründer ganz genau identifizieren, welche fehlende Ressource im Unternehmen in welchem Inkubator bedient werden kann. Nicht immer spielt dabei fehlendes Kapital die alles entscheidende Rolle, ein effizientes Mentorennetzwerk kann ebenso gewichtig sein. Luise

Gruner vom Axel Springer Plug and Play-Accelerator weist auf verschiedene Faktoren hin, beispielsweise die Frage Corporate oder eigenständig, Commitment der Partner, die generellen Vertragskonditionen und die Intensität der Betreuung oder die Attraktivität und das Ecosystem des Standortes. „Unserer Erfahrung nach ist es wichtig, den strategischen Fokus der Programme exakt festzulegen und sich aus Gründersicht genau anzuschauen,



Foto: © Thinkstock/Stock/Klibbor

Übersicht über Inkubatoren in Deutschland

Name des Inkubators	Gehört zu/Geschäftsführer	Anschrift	Website/E-Mail	gefördert (Auswahl)
Covus Venture	Covus Unternehmensgruppe in Partnerschaft mit ProSiebenSat.1	Covus Core GmbH Schwedter Straße 263 10119 Berlin	www.covus.de contact@covus.de	Onlineversicherung.de Freemium.com Gutscheincodes.de Crobo.com
Crossventure	Partnerschaft mit Verlagsgruppe Handelsblatt (VHB)	crossventures GmbH Agrippinawerft 24 50678 Köln	info@crossventures.de	Design-bestseller.de Koffer.de Returbo.de Wikifolio.com
etventure	Christian Lüdke, Alexander Franke	etventure business ignition GmbH Rungestraße 20 10179 Berlin	www.crossventures.de www.etventure.com/de/kontakt	Freunderabatt.com crowdhunter.com 123rate.de
GeekSpace9	Marco Engelhard, Marco Stipe	Blutenburgstraße 9 80636 München	www.gs-9.com ping@gs-9.com	Hackerbruecke.io Twigspot.com
Hanse Ventures	Jochen Maaß, Sarik Weber	Hanse Ventures BSJ GmbH Am Sandtorkai 71-72 20457 Hamburg	www.hanseventures.com www.hanseventures.com/ existenzgruendung/gruenderformular	Rebelle.de Pflege.de Cupom.com Hochzeitsplaza.de
Hub:raum	Peter Borchers, Telekom	Andreasstraße 10 10243 Berlin	www.hubraum.com www.hubraum.com/apply	Stylemarks.de Salonmeister.de Vigour.io Reputami.com Blinkist.com Frestyl.com
K – New Media	Versandhaus Klingel	K – New Media GmbH & Co. KG Chausseestraße 123 10115 Berlin	www.k-newmedia.de businessplan@k-newmedia.de	Casserole.de faszinata.de meineStrolche.de
M Cube	Jan Dzulko	M Cube Incubator GmbH Ohlauer Straße 43 10999 Berlin	www.m-cube.de pitch@m-cube.de	Funus.de comparon.de umzugsagenten.de Augen-lasern-vergleich.de
MAS Angel Fund	Benjamin Rohé	Make A Startup Angel Fund GmbH & Co. KG Friedelstraße 27 12047 Berlin	angelfund.vc angelfund.vc/contact	50hours.com Bookit-now.com BonaYou.com Knusperreich.de
Möller Venture	Chris Möller	Möller Ventures GmbH Uhlandstraße 175 10719 Berlin	www.moeller-ventures.de info@moeller-ventures.de	Testhub.de SchadenLaden.de inspekto.de

welche strategischen und finanziellen Ziele die jeweiligen Programme verfolgen“, mahnt Gruner. Sie empfiehlt Gründern, sich genau anzuschauen, wer hinter einem Incubator- oder Accelerator-Programm steht, welchen Track Record das Programm hat oder was ehemalige Absolventen über das Programm sagen. „Unser Accelerator-Programm spricht Start-ups an, die sich in einer relativ frühen Phase befinden, aber bereits einen Prototyp haben oder sich in der Beta-Phase befinden“, fasst die Hamburgerin zusammen. „In manchen Fällen kann unser Programm genauso die richtige Entscheidung für Start-ups sein, die schon gelauncht sind und bereits erste Umsätze generieren.“

Gründer sollten sich der Risiken bewusst sein

So angenehm moderne Inkubatoren und Acceleratoren für Gründer auch daherkommen mögen, sie entbinden nicht von der Pflicht, die notwendigen Risiken einer Unternehmensgründung einzugehen. „Aus dieser Verantwortung werden sie nicht entlassen“, unterstreicht Hanke. „Allerdings werden diese Risiken durch die Beteiligung von Inkubatoren deutlich reduziert.“ Und die enge Zusammenarbeit mit großen Konzernen als Initiatoren der Gründerbrutkästen birgt mitunter ganz eigene Herausforderungen. So können die Interessen des Gründerteams durchaus von jenen des Konzerns abweichen. Gründer tun daher gut dar-

an, auch im Umfeld eines Inkubators die eigene, ursprüngliche Geschäftsidee nicht aus den Augen zu verlieren und ihre Selbstständigkeit weitestgehend zu bewahren. Gewährt ein Konzern finanzielle Unterstützung und erhält dafür im Umkehrschluss Anteile am eigenen Unternehmen? Und wenn ja, wie viele? Natürlich hat es auch seine Vorteile, sich im finanzstarken Umfeld eines etablierten Konzerns zu entwickeln. Trotzdem sollte man immer bedacht sein, die Anforderungen des realen Geschäftslebens nicht aus den Augen zu verlieren. Denn die Zeit im wohlbehüteten Inkubator ist auch für Gründer nur begrenzt. Folglich wird der Tag kommen, an dem sie sich mit den Herausforderungen von Finanzierung, Kapitalbedarf und dem schonenden Einsatz von Ressourcen jedweder Art auseinandersetzen müssen. Doch Goodman ist zuversichtlich: „Inkubatoren und Acceleratoren bieten Gründern zahlreiche Vorteile, die insbesondere für die ersten Phasen wichtig sind und für die Zukunft eines Start-ups entscheidend sein können.“ Mit Erfolg, wie Goodman zu berichten weiß. „Erst kürzlich konnte beispielsweise Vibewrite, ein bei Wayra aufgenommenes Start-up, vor Ende des Programms eine größere Finanzierungsrunde abschließen.“

Holger Garbs
redaktion@vc-magazin.de

Name des Inkubators	Gehört zu/Geschäftsführer	Anschrift	Website/E-Mail	gefördert (Auswahl)
Nabru Venture	Michael Urban	NABRU Ventures Parkstraße 3 49497 Mettingen	www.nabruventures.com info@nabruventures.com	Cash4feedback.de zuutuun.de print-for-equity.de
NetStartVenture	Prof. Tobias Kollmann	netStart Venture GmbH Oststraße 11–13 (Rhein-Carré) 50996 Köln-Rodenkirchen	www.netstart.de www.netstart.de/kontakt	Askerus.de Virtual-Kicker.de Social-Deal.de
Project A Venture	Dr. Florian Heinemann, Uwe Horstmann, Thies Sander, Christian Weiss	Project A Ventures Julie-Wolffthorn-Straße 1 10115 Berlin	www.project-a.com ideas@project-a.com	Tirendo.de Toroleo.de Kochzauber.de
Rheingau Founders	Philipp Hartmann, Dr. Tobias Johann	Rheingau Founders GmbH Ohlauer Straße 43 10999 Berlin	rheingau-founders.com contact@rheingau-founders.com	Datapine.com Schutzklick.de ltembase.com wendero.com
RI Digital Ventures	Jochen Gutbrod, Investmentgesellschaft der Raffay Unternehmensgruppe	Alsterufer 46 20354 Hamburg	startup-map.com/c/ri-digital-ventures info@ri-digital.com	Pflege.de Luxodo.com 21Diamonds.de Tasit.com
Rocket Internet	Alexander, Marc und Oliver Samwer	Johannisstraße 20 10117 Berlin	www.rocket-internet.de www.rocket-internet.de/contact	home24.de westwing.de zalando.de Glossybox.de
Team Europe	Lukasz Gadowski, Kolja Hebenstreit	Team Europe Management GmbH Mohrenstraße 60 10117 Berlin	www.teameurope.net info@teameurope.net	9Cookies.com Delivery Hero/Lieferheld.de Digitaleseiten.de HitFox
Wayra	Telefónica	Kaufinger Straße 15 80331 München	www.wayra.org/de de@wayra.org	Chuisy.com Cleverlize.com Spotfav.com Becoacht.com
You Is Now (Berlin)	Torsten Oelke, Immobilien-scout24	Andreasstraße 10 10243 Berlin	youisnow.com apply@youisnow.de	Noknok.de meinelocation.com warmmiete24 CleanBerlin.org
You Is Now (München)	Stefan Lemper	Dingolfinger Straße 1–15 81673 München	youisnow.com apply@youisnow.de	Mycleaner.com myfitnessclub.de

Quelle: eigene Recherche

**Interview mit Dr. Michael Brandkamp und Dr. Alexander von Frankenberg,
High-Tech Gründerfonds**

„Es gibt mehr Qualität und Know-how im Ökosystem“

Start-ups sind in aller Munde – an Hochschulen, in der Politik und auch in den Medien. Politiker reisen mit Gründern ins Silicon Valley, im Fernsehen pitchten junge Unternehmer um Kapital, und mit Zalando und Rocket Internet glückten gerade zwei viel beachtete IPOs. Wird Deutschland zur Start-up-Nation?

VC Magazin: Mit der „Höhle der Löwen“ gibt es seit August auf VOX eine Fernsehshow, in der kapitalsuchende Unternehmen von einer Jury bewertet werden. Sind solche Formate für die Gründerkultur in Deutschland hilfreich oder eher abschreckend?

Brandkamp: Ich selbst habe nur kurz reingeschaut. Es ist grundsätzlich gut, dass dieses Thema an die Öffentlichkeit gebracht und Awareness geschaffen wird. Wir befürchten allerdings, dass der Ruf der Investoren geschädigt werden kann, wenn die Kommunikation gegenüber den Gründern zu hart ausgestaltet wird. Wird andererseits zu rudimentär mit den Gründern umgegangen, so könnten die Investoren ebenfalls ein schlechtes Image erhalten. Wenn das Programm gut gemacht ist, kann es hilfreich sein. Wenn nicht, kann es aber Schaden anrichten.

VC Magazin: Als Geschäftsführungsduo des HTGF beobachten Sie die deutsche Gründerlandschaft seit rund einem Jahrzehnt. Wie hat sie sich seither verändert – positiv wie negativ?

Von Frankenberg: Es gibt sehr viele positive Aspekte: Die Gründerszene ist viel aktiver geworden und es ist eine Reihe neuer Investoren hinzugekommen – ausländische Investoren, Business Angels und Corporates. Viele Gründer kommen nach einem erfolgreichen Exit als Serial Entrepreneur zurück. Es gibt mehr Qualität und Know-how im Ökosystem und nicht nur eine höhere Anzahl an Erfolgen, sondern auch erste große Erfolge wie die Milliarden-Exits von TeamViewer und Zalando. Das war vor zehn Jahren noch kaum vorstellbar.

Brandkamp: Es ist begeisternd, dass die Gründerszene heute hip ist. Dagegen hat sich die klassische Venture Capital-Industrie nicht so positiv entwickelt, viele Investoren sind aus dem Markt ausgetreten. Sie werden durch Business Angels, Corporates und nicht zuletzt auch durch ausländische Venture Capital-Gesellschaften ersetzt.

VC Magazin: Sie sind für viele Technologie-Start-ups der erste Anlaufpunkt. Wie haben sich die Qualität und Quantität der Teams, die bei Ihnen vorstellig werden, entwickelt?

Von Frankenberg: Beim Start 2006 hatten wir noch unter 100 Anfragen pro Quartal. Die Menge hat sich inzwischen auf 1.400 pro Jahr mehr als verdreifacht. Die Qualität ist sehr gemischt. Wir beobachten aber eine steigende Zahl an starken Gründerpersönlichkeiten, die schon einmal gegründet haben oder in der Seed-Phase relativ weit sind und erste Erfolge am Markt erzielt haben.



Dr. Michael Brandkamp (li.) und **Dr. Alexander von Frankenberg** sind Geschäftsführer der High-Tech Gründerfonds Management GmbH mit Sitz in Bonn.

VC Magazin: Welche Technologietrends schwappten im letzten Jahrzehnt durch die Gründerlandschaft, welche waren in Ihren Augen nachhaltig?

Brandkamp: Zu Anfang fanden Life Sciences-Unternehmen schwer Kapital. Wir haben gegen diesen Trend investiert und damit ein gutes Geschäft erzielt. Investoren sollten sich von gewissen Trends abkoppeln. Wir als Seed-Fonds müssen die Trends aufspüren, um erfolgreich zu sein.

Von Frankenberg: Wir haben unser Portfolio in Cluster aufgeteilt und analysiert. An der Spitze steht aktuell Energiemanagement. Dieser Bereich fällt den etablierten Playern schwer, doch Start-ups bieten sich hier gute Chancen. Aussichtsreich ist auch das Thema „Transformation im Internet“. Kleine Top-Cluster sehen wir im Bereich Publishing und Marketing. Eher negativ entwickelt sich der Bereich Gaming in Bezug auf einzelne Spiele, aber auch das Internet der Dinge und Softwareentwicklungstools sind schwierig. Ich muss aber betonen, dass die Stichproben oft nur aus einer Handvoll von Unternehmen bestehen. Es fällt aber dennoch auf, dass einige Themen besser performen und nachhaltiger sind als andere.

VC Magazin: Sie haben es schon angesprochen: Erfolgreiche Entrepreneurure, die als Business Angels tätig werden, Family Offices und Corporates ergänzen neuerdings die Investorenszene. Mit welcher Gruppe arbeiten Sie besonders eng und gerne zusammen?

Brandkamp: Wir arbeiten eng und gerne mit unternehmerischen Privatinvestoren zusammen und haben einen eigenen Kreis initiiert, in dem sich diese Investoren treffen und in Portfoliounternehmen investieren können. Natürlich kooperieren wir auch mit Corporates und allen anderen Gruppen.

Von Frankenberg: Die größte hinzugekommene Gruppe sind institutionelle Investoren aus dem Ausland. In den letzten zwei Jahren sind sie das Volumen betreffend zur wichtigsten Finanzierungsgruppe bei Anschlussfinanzierungen geworden.

Brandkamp: Es hat sich allgemein einiges verändert. Heute führen meist Business Angels die erste Finanzierungsrunde an, früher waren es die Venture Capital-Gesellschaften, die Start-ups in dieser Phase professionell weiterentwickelten. Die Stärke der Business Angels liegt in der Regel im Networking und in der Strategieberatung. Bei handwerklichen Dingen bleibt die Arbeit aber oft bei uns.

VC Magazin: Beobachten Sie einen Trend zu Investmentkonsortien, gerade auch bei Business Angels?

Von Frankenberg: Es gibt Business Angels, die oft als Gruppe auftreten und nur gemeinsam mit anderen investieren. Gleichzeitig beobachten wir, dass erste Finanzierungsrunden immer individueller, u.a. auch nach Kapitalbedarf oder nach Netzwerkgesichtspunkten, zusammengestellt werden. Immer öfter investieren Business Angels gemeinsam mit Corporates, Venture Capital-Gesellschaften oder öffentlichen Investoren.

VC Magazin: Wie eng ist die Zusammenarbeit des HTGF mit Inkubatoren?

Von Frankenberg: Sehr eng. Wir schauen uns alle Unternehmen, die in Inkubatoren entstehen, sehr genau an. Wir sitzen in den Jurys, gehen auf die Demo Days und haben auch schon einige Unternehmen aus Inkubatoren finanziert.

VC Magazin: Bertelsmann und Pro7 haben sich von ihren Inkubatoren verabschiedet. Warum tut sich diese Gründungsform in Deutschland noch immer schwer?

Von Frankenberg: Ich selbst habe für Siemens im Jahr 2000 den Inkubator am Flughafen München, im Center of E-Excellence, aufgebaut. Ich glaube, dass die Zusammenarbeit zwischen etablierten und ganz jungen Unternehmen generell schwierig ist, hier treffen unterschiedliche Welten aufeinander. Deswegen glaube ich, dass wir leider noch mehr Corporate-Inkubatoren sehen werden, die nicht erfolgreich sind.

VC Magazin: In den USA scheint es aber zu funktionieren?

Brandkamp: Solange die Corporates wirklich bereit sind, ihren Inkubator dauerhaft zu unterstützen, und die strategischen Vorteile in den Vordergrund rücken, kann ein beständiges Modell entstehen. Wir glauben aber, dass die meisten Inkubatoren nicht sonderlich hohe Renditewahrscheinlichkeiten haben. Sie benötigen meist lange Wege bis zum Exit. Dies wird gerne unterschätzt. Auch sind die Finanzierungsrunden oftmals nicht groß genug und bringen die Start-ups nicht weit genug, um an Anschlussfinanzierungen heranzukommen.

Von Frankenberg: Andererseits sehen wir sehr gelungene Inkubatorenmodelle von Seriengründern. Ihnen geht es nicht darum, in einem Corporate-Umfeld unterzukommen, sondern Unternehmen möglichst gut auf die Reise zu bringen. Die Samwers sind dabei wahrscheinlich das erfolgreichste Beispiel.

VC Magazin: Apropos Samwers, wie ist Ihr Draht zum wohl erfolgreichsten Brüdertrio?

Brandkamp: Wir schätzen sie sehr und beobachten ihren Erfolgsweg. Letztendlich bedienen sie aber einen anderen Markt als wir.

Von Frankenberg: Der Company Building-Ansatz der Samwers führt dazu, dass die Investoren die Mehrheit haben, und das ist für uns nicht finanzierbar. Auch vom Technologieansatz ist die Schnittmenge sehr klein. Überdies rufen sie nach der Inkubationsphase für die erste Finanzierungsrunde sehr hohe Bewertungen auf, was nicht zu uns passt. Und dennoch: Wenn es einen Milliarden-Exit wie bei Zalando, Rocket oder TeamViewer gibt, sollte man diesen mehr feiern. Es ist Teil der deutschen Mentalität, immer das Haar in der Suppe zu suchen und nicht das Positive darzustellen. Erfolge helfen dem ganzen Ökosystem.

VC Magazin: Liegt es eigentlich nur am Geld, dass deutschen Gründern trotz Top-Technologien nicht der ganz große Wurf wie Facebook, Google etc. gelingt?

Brandkamp: Die Voraussetzungen, in Deutschland oder Europa Milliardenunternehmen zu bauen, sind nicht so gut wie in den USA. Das liegt zunächst an der Größe sowie der Einheitlichkeit des amerikanischen Marktes, es werden größere Investments getätigt und die Unternehmen haben ganz andere Chancen zu wachsen. 77% der Milliarden-Exits sind in Kalifornien angesiedelt. Das liegt an dem einzigartigen Ökosystem, das sich dort entwickelt hat. In Europa ist das anders: Wenn man sich in Deutschland entwickelt, hat man es schon in Frankreich schwer, da der Markt dort ganz anders tickt.

Von Frankenberg: Es fehlt hier auch das Börsensegment, mit dem Unternehmen in der Lage sind, dauerhaft unabhängig zu bleiben. Darüber hinaus fehlen die großen Wachstumsrunden. 10- bis 20-Mio.-EUR-Runden reichen oft nicht aus, es braucht dreistellige Millionenbeträge, ähnlich wie wir es bei Zalando gesehen haben. Diese können aktuell nur ausländische Investoren stemmen. Uns fehlt aber auch der Mindset: Wenn man gelernt hat, dass große Finanzierungsrunden nicht möglich sind, versuchen es viele Gründer erst recht gar nicht. Für sie persönlich ist es oft wirtschaftlich sinnvoll, schon bei 5 Mio. EUR einen Exit zu erzielen.

VC Magazin: Herr Brandkamp, Herr von Frankenberg, vielen Dank für das Interview.

mathias.renz@vc-magazin.de



Das vollständige Interview lest Ihr hier:
www.vc-magazin.de

Öffentliche Fördermittel – Alternative zum klassischen Investor?

Für wen sind staatliche Töpfe geeignet und was muss man dafür tun



Öffentliche Fördermittel hatten lange Zeit einen schlechten Ruf – zu bürokratisch, zu aufwendig, zu langwierig – für Start-ups also praktisch nutzlos. Jedoch sind viele Programme lange nicht so schlecht wie ihr Ruf, denn seit die Politik Start-ups als „Jobmotoren“ entdeckt hat, hat sich hier einiges getan. Einfachere Prozesse und Medieninteresse haben aber auch die Konkurrenz um die Förderung vergrößert. Wie also kannst Du es schaffen, dass auch Dein Start-up unterstützt wird?

Viele Start-ups, die von der Möglichkeit öffentlicher Förderungen hören, stürzen sich oft direkt in die Suche, geben aber häufig nach kürzester Zeit wieder auf – zu groß das Wirrwarr aus unterschiedlichen Instrumenten und Institutionen. Die Frage „Wo finde ich den für mich geeigneten Fördertopf?“ lässt sich meist nicht so einfach beantworten.

Prinzipiell lassen sich die meisten Fördermittel in Kredite und direkte Zuschüsse unterteilen. Kredite sind meist Sonderformen, die von Gründern geringe Sicherheiten verlangen oder besonders günstige Rückzahlungsbedingungen bieten. Gefördert werden vor allem der Unternehmensaufbau und -ausbau, von daher wird meist ein nach spezifischen Vorgaben ausgearbeiteter Businessplan verlangt. Die gleichen Finanzinstitute treten oft auch als Co-Investor zusammen mit professionellen Investoren auf. Bei rückzahlungsfreien Zuschüssen verhält es sich etwas anders: Hier wird nicht das Unternehmen, sondern ein Projekt gefördert. Dies kann oft auch von mehreren Unternehmen gemeinsam durchgeführt werden. Diese Zuschüsse muss man



weder zurückzahlen noch Unternehmensanteile dafür abgeben, man sollte sie aber dennoch nicht als geschenktes Geld betrachten, denn man verpflichtet sich, das entsprechende Projekt durchzuführen und die Ergebnisse sowie die tatsächliche Verwendung der Mittel zu dokumentieren.

Unterschiede auf EU-, Bundes- und Länderebene

Beide Förderarten gibt es auf Länder-, Bundes- und Europaebene. Die Europäische Kommission sucht zumeist nach Projekten und Unternehmen, die große Visionen verfolgen und Lösungsvorschläge für Probleme im europäischen Rahmen bieten. Auch soziale und kulturelle Projekte, die die transnationale Zusammenarbeit fördern, werden unterstützt. Beispiele hierfür sind die neuen Graphen-Fördertöpfe oder Förderungen für „Das Internet der Zukunft“. Auf Bundesebene spiegeln sich oft die eher auf Deutschland bezogenen Themen wider. Ein typisches Beispiel wären hier die Fördertöpfe für Informations- und Kommunikationstechnologien zur Effizienzsteigerung in der Industrie und Produktion („KMU innovativ“). Es ist zwar oft einfacher, einen passenden Fördertopf auf Bundes- oder Länderebene zu finden, jedoch sind die Summen hier oft bedeutend geringer. Ein wichtiger Tipp ist hier, sich selbst einzugestehen, wie innovativ das eigene Vorhaben wirklich ist und wie viel Geld man sinnvoll braucht, um es umzusetzen. Sowohl über- als auch unterschätzte Budgets helfen Dir nicht weiter, denn Dein Zuschuss wird auch danach bewertet, wie realistisch und durchführbar Dein Vorhaben ist!

Geldtopf gefunden – und nun?

Auch wenn man den geeigneten Fördertopf gefunden hat, ist die Arbeit noch lange nicht getan, denn jetzt muss ein Antrag gestellt werden. Für Zuschüsse sind meist etliche Formulare auszufüllen (vor allem auf Länder- und Bundesebene) oder konkrete Ausarbeitungen nach inhaltlichen Vorgaben zu verfassen. Die gute Nachricht: Meistens gibt es ein Online-Portal, d.h., die Zeiten des postalischen Versands in dreifacher Ausfertigung nähern sich dem Ende. Einer der wichtigsten Hinweise ist hier: Lies Dir auf jeden Fall die entsprechenden Ausschreibungstexte genau durch und mache Dir am besten dabei schon eine Liste mit Dingen, die zu liefern sind. Immer wieder scheitern Anträge, weil sie den formalen oder inhaltlichen Anforderungen nicht entsprechen. Auch sollte man in dieser Phase verstärkt darauf

achten, ob das eigene Projekt wirklich zu den Anforderungen passt – oft passiert es, dass sich ein Projekt im Laufe des Prozesses der Antragstellung massiv verändert und am Ende gar nicht mehr so richtig zu den Entwicklungszielen des Unternehmens passt. Das Ziel muss immer sein, die eigene Entwicklung und das Erreichen der Firmenziele bezuschusst zu bekommen, nicht „irgendwie“ neues Kapital zu gewinnen. Wenn ein Topf nicht wirklich passt oder zu viel Zusatzaufwand erfordert, warte lieber auf neue Bekanntmachungen.

Komm auf den Punkt

Solltest Du Dich entschieden haben, einen Antrag zu schreiben, folge möglichst genau den Vorgaben. Gibt es Unklarheiten, so wende Dich so früh wie möglich an die entsprechenden Kontaktpersonen. Übrigens kann hier auch ein schneller Anruf oft viel Zeit sparen, um ganz am Anfang die Passung der Ausschreibung zum eigenen Vorhaben abzugleichen. Formuliere bei Schreiben immer möglichst genau auf den Punkt und vermeide Wiederholungen, denn unnötig lange Anträge werden nicht gerne gesehen. Wenn es passt und erlaubt ist, sind Visualisierungen oft sehr hilfreich, um die verschiedenen Aspekte und das Vorgehen im Projekt zu erläutern.

Fazit

Viele Start-ups wollen wissen, ob und wie sie öffentliche Fördermittel mit ihren Investorenrunden vereinbaren können. Im Falle

von Finanzinstrumenten sollte man hier genauer hinschauen: manche verlangen sogar eine Investorenbeteiligung.

Bei Zuschüssen gestaltet sich die Sache etwas einfacher: Sie stellen Kapitalerhöhungen ohne zusätzliche Beteiligungen mit Mitspracherecht dar und werden daher eher von Investoren begrüßt. Natürlich sollte man seinem Investor frühzeitig von dem Vorhaben, öffentliche Mittel zu beantragen, erzählen, doch in Konkurrenz stehen beide Finanzierungsarten keineswegs: Im Gegenteil, beides braucht Zeit, Arbeit, und der Erfolg ist ungewiss, daher bietet es sich oft sogar an, beides so zu kombinieren, dass entsprechende Unterlagen und Daten nur einmal vorbereitet werden müssen.

Ruth Cremer

hat Mathematik an der RWTH Aachen studiert und bietet mit ihrer Firma euworx UG Beratungsleistungen rund um öffentliche Fördermittel an. Sie hilft unterschiedlichsten europäischen Start-ups, Unternehmen und Investoren bei der Konzeptionierung, Beantragung und dem Management von öffentlich geförderten Projekten und Finanzinstrumenten.



ANZEIGE

CODE_n

INTO THE INTERNET OF THINGS

DIGITAL LIFE

FUTURE MOBILITY

SMART CITY

INDUSTRY 4.0

CODE_n sucht weltweit die spannendsten Start-ups rund um das Internet der Dinge.

50 Finalisten präsentieren sich kostenlos auf der CeBIT.

Preisgeld: 30.000 €

Jetzt online bewerben – noch bis 30.11.2014!

CODE_n15 CONTEST

> code-n.org

Initiated by:

Global Partner:

GFT

CeBIT



Die Start-up-Landschaft aus Investorensicht

Wir fragen, Venture Capital-Geber antworten

Welche Fehler machen Gründer aus Ihrer Sicht besonders häufig?

Dirk Freise,
Geschäftsführer,
Shortcut Ventures

Meines Erachtens ist der größte Fehler die Angst davor, Top-Leute einzustellen. Gerade jüngere Gründer haben Sorge, dass Top-Leute ihre Führungsrolle infrage stellen können oder sie vor dem Team nicht so gut dastehen, wenn die Top-Leute die Anerkennung des Teams erhalten. Aber dem Gesamtunternehmen schadet es fundamental, wenn nur B-Leute eingestellt werden, denn die ziehen meist noch schlechtere Leute nach sich. Gründer sollten immer zuerst an die Firma und dann erst an ihre Machtposition denken. Wenn ein Top-Team die Firma nach vorne katapultiert, wird auch der Gründer nicht nur finanziell profitieren, sondern auch die erhoffte Anerkennung erhalten. Ein weiterer häufiger Fehler von Gründern ist, zu sehr zu zögern. Natürlich sollten gewichtige Entscheidungen durchdacht werden, aber meist ist es so, dass keine der Alternativen allen anderen klar überlegen ist. In so einer unscharfen Lage dann lieber zu warten als eine Entscheidung zu treffen und diese gegebenenfalls schnell zu revidieren, ist im Start-up sehr gefährlich.

Wolfram Glock,
Managing Partner,
Sirius Venture Partners

In der Tat sehen wir viele Teams aus unterschiedlichen Industriebereichen. Die meisten Fehler der Gründer sind jedoch industrienspezifisch. Sehr oft stellen wir fest, dass eine fundierte und zielgruppenorientierte Markt- und Wettbewerbsbetrachtung auf der einen Seite und die sich daraus ergebende kundenorientierte Produkt-/Unternehmenspositionierung und Vertriebsstrategie – mit all ihren Facetten – auf der anderen Seite oft nicht ausreichend betrachtet und durchdacht wurden. Letztendlich führt das oft auch zu einer ungenügenden Absatz- und Umsatzplanung. Daher sollte die kaufmännische als auch (branchenerfahrene) vertriebsseitige Kompetenz in einem Gründerteam von Beginn an nicht vernachlässigt werden.

Matthias Hornberger,
CFO,
Atevia

Wir sehen drei Kardinalfehler: die Zielmarkt des Geschäftsmodells ist zu klein, das Thema Vertrieb und Marketing nicht ausreichend priorisiert und die Zeitbedarf, bis zum Aufbau einer Traktion im Markt und damit zum Umsatz unterschätzt.

Dr. Wolfgang Krause,
Partner,
Seventure Partners

Unternehmer denken oft, dass die nächste Finanzierungsrunde sie zum Break-even führt oder dass das so vom Investor verlangt wird. Außerdem wird prinzipiell zu positives Umsatzwachstum geplant. Richtiger ist es, sich eigene realistische Meilensteine für die nächsten 18 Monate zu setzen. Immer mit dem Ziel vor den Augen, was für eine Vision in wie vielen Finanzierungsrunden in den nächsten Jahren umgesetzt werden soll.

Benedict Rodenstock,
CEO,
Astutia

Die Suche nach zu kleinen Beträgen beim Fundraising, die zu kurz reichen und den Unternehmer dazu zwingen, bald wieder in den Fundraising-Modus zu gehen. An die Frühphaseninvestoren werden leichtfertig zu viele Unternehmensanteile vergeben; diese fehlen dann in späteren Finanzierungsrunden, bzw. die Gründer sind durch dann sehr geringe Anteile nicht mehr ausreichend incentiviert. Zu starker Fokus auf technische Perfektion beim Produkt bzw. ständiges Hinzufügen neuer Features statt frühzeitigem Test des Marktes mit einem Minimum Viable Product.





CORPORATE FINANCE PARTNERS

MORE THAN 250
SUCCESSFUL TRANSACTIONS
ACROSS THE GLOBE



PROFESSIONAL CORPORATE FINANCE
ADVICE FOR THE TECH SECTOR

www.cfpartners.com

Thies Sander,
Geschäftsführer,
Project A Ventures

Häufig wird bei der Skalierung einer Firma aus vermeintlichen Kostengründen zu zögerlich in die Qualität des Teams investiert.

Christian Siegele,
Founding Partner/General Partner,
Iris Capnamic Management

Aus meiner Sicht setzen sich viele Gründer nicht ausreichend mit dem Markt und ihrer Positionierung auseinander. Der Glaube an das eigene Produkt ist oft so hoch, dass eine Validierung unter Marktbedingungen erst spät erfolgt. In der Folge wird oft auch der Vertriebsaufwand häufig unterschätzt.

Welcher Punkt ist für Sie bei einer Investmententscheidung der wichtigere: Team oder Idee?

Dirk Freise,
Geschäftsführer,
Shortcut Ventures

Natürlich schauen wir zuerst auf die Idee. Das Team lernen wir ja meist erst nach dem Durchschauen einer Pitch-Präsentation an. Aber letztlich ist das Team dann doch die wichtigere Komponente, da die Idee als solche wertlos ist, wenn sie nicht exzellent umgesetzt wird. Bücher online zu verkaufen war ja auch nicht eine wirklich superkreative Idee, aber die Umsetzungsmaschine, die Jeff Bezos gebaut hat, ist wirklich einmalig – und dahinter steht ein Team.

Wolfram Glock,
Managing Partner,
Sirius Venture Partners

Selbstverständlich ist die Idee einer der wichtigsten Bestandteile beim Treffen einer Investmententscheidung. Vor allem, wenn man unter dem Begriff Idee u.a. die Technologie bzw. das Produkt, das Geschäftsmodell und auch natürlich die Betrachtung und Positionierung des Produktes/Unternehmens im Markt- und Wettbewerbsumfeld versteht. Aber auch die beste Idee können Sie – im Übrigen unabhängig von der Kapitalisierung – nicht zum Erfolg führen, wenn das Gründer-/Managementteam im Hinblick auf die fachlich komplementären Fähigkeiten nicht vollständig ist und die für einen potenziellen Erfolg notwendigen Eigenschaften wie Biss, Brennen für die Sache bzw. das Unternehmen und in der Konsequenz Durchhaltevermögen mitbringt.



Matthias Hornberger,
CFO,
Atevia

Ein klares „sowohl als auch“, wobei man im Nachhinein eher an der Idee als am Team justieren kann.

Dr. Wolfgang Krause,
Partner,
Seventure Partners

Letztendlich das Team. Allerdings schaue ich mir erst das Team an, wenn ich die Idee überzeugend finde.

Benedict Rodenstock,
CEO,
Astutia

Das Team ist wichtiger. Die Idee zählt 10%, die Ausführung 90%. Bei Immobilien kommt es auf die drei „L“ an: Lage, Lage, Lage. In unserem Geschäft sind es die drei „M“: Management, Management, Management.

Thies Sander,
Geschäftsführer,
Project A Ventures

Team und Idee müssen natürlich beide ausreichend gut sein. Wenn ich mich für eines entscheiden muss, dann Team.

Christian Siegele,
Founding Partner/General Partner,
Iris Capnamic Management

Beides ist natürlich sehr wichtig. Die Erfahrung zeigt aber, dass das Team das wichtigste Kriterium ist. Eine Idee allein ist nicht viel wert. Entscheidend ist die Umsetzung, und die liegt in den Händen des Teams. Ein sehr gutes Team wird auch mit einer mittelmäßigen Idee erfolgreich sein können – andersherum stehen die Chancen deutlich schlechter.





Welche Bereiche sind für Sie aktuell besonders interessant für Investments?

Dirk Freise,
Geschäftsführer,
Shortcut Ventures

Die Gefahr der Hypes ist im Venture Capital-Business ziemlich groß, daher interessieren uns eher die langfristigen Trends und echte Herausforderungen, wie z.B. der Shift von den traditionellen zu den Online-Medien, der Umgang mit knappen Ressourcen oder der Schutz der Privatsphäre. Wenn Unternehmen dazu passen, wie z.B. Mediakraft, tado oder ZenGuard, dann investieren wir gerne, aber wenn es in der Pitch-Präsentation nur so von Buzzwords wimmelt, werden wir eher skeptisch. „Big Data“ allein überzeugt uns noch lange nicht.

Wolfram Glock,
Managing Partner,
Sirius Venture Partners

Generell werden seitens Sirius Beteiligungen an innovativen und wachstumsstarken Technologieunternehmen und Geschäftsmodellen angestrebt, die marktfähige und wirtschaftlich attraktive Produkte sowie Dienstleistungen entwickeln und anbieten. Der Investitionsfokus liegt dabei zum einen auf Unternehmen, die sich auf die Digitalisierung der Wertschöpfungskette in den Bereichen Mode/Marken/Handel konzentrieren, zum anderen auf Unternehmen, die eine nachhaltige Energiegewinnung, -verteilung und -nutzung aus erneuerbaren Energien anbieten und entwickeln. Durchaus sind für Sirius aber auch ausgewählte industrielle Biotechnologie- oder Medizinprodukt-Projekte von Interesse.



Matthias Hornberger,
CFO,
Atevia

Unverändert der Bereich Prosumer SaaS und dort insbesondere Geschäftsprozesse, die wichtig, aber nicht geschäftskritisch für Unternehmen sind. Zunehmend wird auch die Kombination mit Hardwarekomponenten interessant. Im Consumerbereich FinTech und Education als Dauerbrenner.



Dr. Wolfgang Krause,
Partner,
Seventure Partners

B2B-Modelle im Bereich SaaS. Außerdem E-Learning, multimodale Reiselösungen oder sonstige innovative Services.

Benedict Rodenstock,
CEO,
Astutia

Für uns sind nach wie vor Projekte im Internet-Bereich reizvoll: Die kontinuierliche technische Weiterentwicklung bietet Raum für ständig neue Geschäftsmodelle, die meist schnell skalieren.

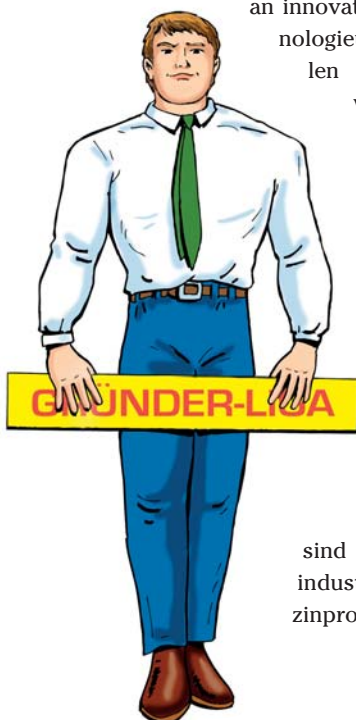
Thies Sander,
Geschäftsführer,
Project A Ventures

Marketplaces und Vertical Integrated E-Commerce, Digital Infrastructure, Enterprise Solutions und Software as a Service.

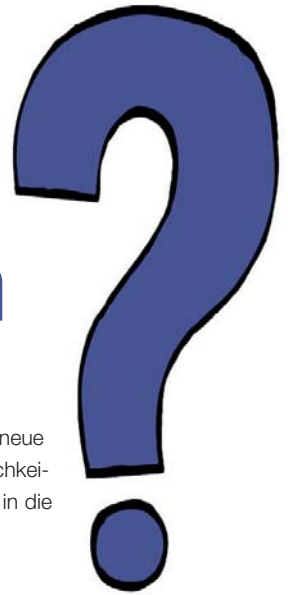


Christian Siegele,
Founding Partner/General Partner,
Iris Capnamic Management

Um der Dynamik des Marktes gerecht zu werden, beschränken wir unsere Investitionsaktivitäten nicht auf einzelne Bereiche. Uns interessieren Unternehmen, die die Chancen der Digitalisierung nutzen, um Geschäftsmodelle oder ganze Branchen neu zu definieren. Hier stehen wir erst am Anfang der Entwicklung und sehen immer mehr potenzielle Investitionsfelder. Voraussetzung sind jedoch stets ein digitales Geschäftsmodell sowie außergewöhnliche Wachstumspotenziale.



Wer ist der richtige Kapitalgeber für Euch



Start-ups brauchen Kapital, um wachsen zu können. Doch meist reichen die eigenen Umsätze nicht aus, um in kurzer Zeit neue Produkte an den Start zu bringen oder weitere Märkte zu erschließen. Also beschafft man sich Kapital von außen. Die Möglichkeiten dafür sind vielfältig – genau wie die Zusatzleistungen, die die verschiedenen Investoren neben dem schönen Mammon in die Beteiligung einbringen. Wer also ist der richtige Kapitalgeber für Euch und Euer Unternehmen?



1. Wie wichtig ist ein hoher Bekanntheitsgrad Eures Unternehmens/Produkts beim Endverbraucher?

- a) Sehr wichtig
- b) Wichtig
- c) Kaum, da B2B-Unternehmen/Produkt



2. Wie wichtig sind Kontakte zu Geschäftspartnern, Lieferanten o.ä., die der Investor in die Beteiligung mit einbringt?

- a) Sehr wichtig
- b) Wichtig
- c) Kaum



3. Wie sehr könnt Ihr Unterstützung und Tipps bei der Execution Eures Unternehmens brauchen?

- a) Je mehr, desto besser.
- b) Kann ja nicht schaden.
- c) Wir sind Serial-Entrepreneure und wissen was wir tun.



4. Ihr habt Euer Unternehmen gegründet, weil ...

- a) Ihr eine große Zahl an Privatkunden für Euer Produkt seht.
- b) Ihr ein Unternehmen für die nächsten Jahrzehnte aufbauen und führen wollt.
- c) Ihr die Chance seht, einen Markt zu besetzen – gerne auch europa- oder weltweit.



5. Wachstum ist Trumpf – Wann soll es für Euer Unternehmen/Produkt ins Ausland gehen?

- a) Lieber heute als morgen.
- b) Gerne in naher Zukunft, aber erstmal entwickeln wir unser Produkt zu Ende.
- c) Ausland? Klingt spannend, vorher wollen wir aber die Bekanntheit unseres Produkts hierzulande steigern.

65 Mio. Euro

Fondsvolumen**Fondslaufzeit**

bis 2026

Investition

in die Gründungs- und erste Wachstumsphase von gewerblichen Unternehmen mit Sitz in Österreich

Beteiligung

100.000,- bis 3 Mio. Euro
offene / stille Beteiligung
für Co-Investments offen

aws Gründerfonds

Startkapital für Ideen und Innovationen

Der aws Gründerfonds mobilisiert Risikokapital für junge Unternehmen mit hohem Wachstumspotenzial und ist für Co-Investments offen.

www.gruenderfonds.at

Auflösung

Für die Lösung zählt die Punkte, die es für Eure Antworten gab, zusammen:

1	a	10
	b	2
	c	5
2	a	5
	b	2
	c	10
3	a	5
	b	2
	c	10
4	a	10
	b	5
	c	2
5	a	2
	b	5
	c	10
gesamt		



Bis 22 Punkte:

Die Venture Capital-Gesellschaft

Für den weiteren Weg braucht Ihr einen Investor mit vergleichsweise tiefen Taschen, der Erfahrung darin hat, Start-ups aufzubauen. Vor allem bei der Internationalisierung Eures Unterneh-

mens können Venture Capital-Gesellschaften oft einen entscheidenden Mehrwert liefern, die sie in der Regel schon einige Start-ups bei deren Rollout in andere Märkte begleitet haben.

23 bis 34 Punkte:

Business Angels und Family Offices

Ihr sucht neben Kapital insbesondere einen Sparringspartner, der Euch mit seiner Erfahrung unterstützt. Insbesondere Business Angels bringen sich oft sehr aktiv bei ihren Beteiligungen ein. Diese Investorengruppe hat auch meist einen langfristigeren

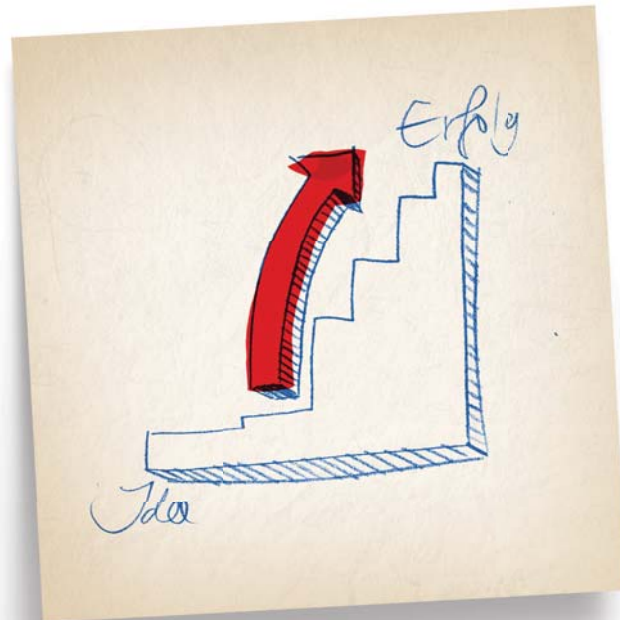
Investmenthorizont als beispielsweise Venture Capital-Gesellschaften – was nicht heißt, dass Ihr trödeln dürft, Meilensteine werden auch von ihnen gesetzt.

Ab 35 Punkte:

Die Crowd

Ihr sucht zwar nach frischem Kapital, aber noch wichtiger ist für Euch, Eurer Start-up bzw. Euer Produkt noch bekannter zu machen. Mit Crowdfunding gewinnt Ihr mit einem Mal hunderte „ehrenamtliche“ Marketing-Mitarbeiter, die für Euer Unterneh-

men die Werbetrommel rühren. Auch die Sorge, dass zu einem späteren Zeit Venture Capital-Gesellschaften aufgrund Eures Crowdfundings sich nicht an Eurem Start-up beteiligen wollen, scheint mittlerweile unberechtigt.



Wir bringen Ihre Idee zum Erfolg

Startspritze für junge Technologieunternehmen

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. Neben Kapital stehen wir mit Know-how, umfangreichen Netzwerken und akkreditierten Coaches an Ihrer Seite, um in Ihrem Unternehmen nachhaltig Werte zu stiften.

High-Tech Gründerfonds Management GmbH

Schlegelstraße 2 | 53113 Bonn

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

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

E-Mail: info@htgf.de

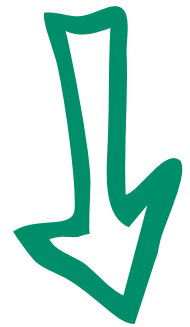
<http://www.high-tech-gruenderfonds.de>



INVESTOREN DES HIGH-TECH GRÜNDERFONDS II

Die IP-Due Diligence

Der Stolperstein vieler Finanzierungen



Bei vielen Start-ups beruht das Kommerzialisierungskonzept für spätere Produkte maßgeblich auf einer durch gewerbliche Schutzrechte (Intellectual Property Rights, IP) bereitgestellten Marktexklusivität. Dies gilt insbesondere für Start-ups in den Bereichen Pharma, Biotech und Medtech. Das Ergebnis der Analyse, ob ein zu finanzierendes Start-up zum voraussichtlichen Zeitpunkt des Markteintritts über eine solche Marktexklusivität verfügen wird, ist daher für den Investor bei der Entscheidung über die Finanzierung an sich, aber auch bei der Bewertung des Start-ups von wesentlicher Bedeutung. Diese Analyse – häufig auch „IP-Due Diligence“ genannt – wird wegen des relativ hohen Kostenaufwands zumeist erst am Ende der Finanzierungsentscheidung durchgeführt und ist nicht selten der letzte Stolperstein für das Start-up.

Der Begriff „Due Diligence“ bezeichnet dabei eine mit der „gebotenen Sorgfalt“ durchgeführte Risikoprüfung. Bei dieser stehen zwei Fragen im Vordergrund: Gibt es IP Dritter, aufgrund derer dem Start-up zum Zeitpunkt des Markteintritts verboten werden kann, das Produkt zu kommerzialisieren, d.h. besteht „Freedom to Operate“ (FTO)? Und wird das Start-up zum Zeitpunkt des Markteintritts über voraussichtlich rechtsbeständige IP verfügen, um Dritten zu verbieten, das gleiche oder ein ähnliches Produkt zu kommerzialisieren? Ein Start-up, das auf diesen Prozess nicht vorbereitet ist, gefährdet seine Finanzierung, sodass im Folgenden der Prozess der IP-Due Diligence sowie Lösungen für dabei identifizierte Probleme beschrieben werden.

Freedom to Operate

Am Anfang der FTO-Analyse steht die möglichst konkrete Charakterisierung der Merkmale des zukünftigen Produkts. Die hierbei bestimmten Merkmale werden der Patentrecherche zugrunde gelegt. Ein Produkt, das über die Merkmale A + B + C verfügt, verletzt Patente Dritter, die nur das Merkmal A, B, oder C oder die Merkmalskombinationen A + B, A + C, B + C oder A + B + C unter Schutz stellen. Eine umfassende Patentrecherche müsste daher alle Schutzrechte identifizieren, die A, B oder C allein oder in Kombination beanspruchen. Da bei einer solchen Recherchestrategie leicht Tausende Patente gefunden werden, stellt jede Patentrecherche immer einen Kompromiss zwischen Vollständigkeit auf der einen und Kosten- und Zeitraum auf der anderen Seite dar. Häufig wird die Recherche auf die Merkmale fokussiert, die Alleinstellungsmerkmale gegenüber dem Wettbewerb sind. Die in der Recherche identifizierten Schutzrechte, deren Ansprüche A, B oder C oder Kombinationen davon unter Schutz stellen, können in zwei Kategorien eingeteilt werden: erteilte Patente und Patentanmeldungen.

Unterschiede zwischen Patenten und Patentanmeldungen

Erteilte Patente stellen ein größeres Problem dar, da der Wortlaut und somit der Schutzzumfang der erteilten Ansprüche (zunächst) feststeht und diese von einem Patentamt bereits als patentfähig angesehen worden sind. Unterlassungsansprüche können auch nur aus einem Patent geltend gemacht werden, sodass erst aus einem erteilten Patent umfassend gegen Dritte vorgegangen werden kann. Ansprüche von Patentanmeldungen werden häufig im Laufe des Prüfungsverfahrens beschränkt, sodass die Bedeutung einer identifizierten Patentanmeldung für die FTO nur bei weitergehender Analyse des voraussichtlich patentfähigen Schutzzumfangs der Ansprüche bestimmt werden kann. Patentanmeldungen stellen somit zunächst nur potenzielle Probleme dar, die weiter beobachtet bzw. analysiert werden müssen. Bereits ein einziges identifiziertes relevantes Patent, dessen Patentlaufzeit über den vermutlichen Zeitpunkt der Produkteinführung hinausgeht, führt jedoch häufig zu einer negativen Entscheidung der Investoren.

Strategien sind ratsam

Dem Start-up, das zum ersten Mal am Ende der IP-Due Diligence mit Patenten konfrontiert wird, die für sein Produkt relevant sind, fällt es schwer, dem Investor eine plausible Strategie zum Umgang mit diesen zu präsentieren. Wenn die Verhandlungen mit dem Investor nicht an diesem Punkt scheitern sollen, ist es ratsam, dass sich das Start-up bereits vor dem Kontakt mit Investoren über die IP-Situation informiert und für jedes dabei identifizierte relevante Patent eine Strategie zum weiteren Umgang entwickelt. Solche Strategien umfassen die Modifikation des Produkts, die Identifikation von Dokumenten, die nahelegen, dass das Patent nicht rechtsbeständig ist, die Lizenzierung des Patents sowie die Erzeugung einer Cross Licensing-Situation



durch eigene IP des Start-ups. Nicht selten beauftragen die Investoren auch eine Bewertung der FTO in den USA. In diesem Fall sollte das Start-up sicherstellen, dass die FTO in Europa und den USA getrennt bewertet werden und es keine Kenntnis von der Einschätzung für die USA erhält, da diese voraussichtlich nicht das „Attorney Client Privilege“, das zwischen Investor und dem diesen beratenden Patentanwalt besteht, genießt und damit in späteren Rechtsstreitigkeiten mit Dritten zum Nachteil des Start-ups verwendet werden kann. Ohne FTO oder zumindest ein plausibles Konzept, wie diese erreicht werden kann, wird in den meisten Fällen eine Finanzierung nicht erfolgen.

Die IP des Start-ups

Bei der Bewertung der Werthaltigkeit der IP des Start-ups stellt sich zunächst die Frage, welche Rechte das Start-up überhaupt an den IP hat, die dem Schutz des eigenen Produkts dienen sollen. Die Rechtssituation ist bei Ausgründungen aus Forschungseinrichtungen häufig nicht so eindeutig wie gewünscht. Probleme können hierbei dadurch auftreten, dass Drittmittel unter der Verpflichtung zur Einräumung von Rechten an Erfindungen gezahlt worden sind, dass Miterfinder keine Angestellten der Forschungseinrichtung sind und nicht unter das Gesetz über Arbeitnehmererfindungen fallen, wie beispielsweise Doktoranden mit eigenen Stipendien, und dass die Inanspruchnahme oder Freigabe von Arbeitnehmererfindungen durch die Forschungseinrichtung nicht korrekt erfolgt ist. Zumeist verfügen Start-ups jedoch nicht über eigene IP, sondern haben diese von der Forschungseinrichtung einlizenziiert. In diesem Fall muss neben der Beantwortung der Frage, über welche Rechte die Forschungseinrichtung verfügt, die die Lizenz eingeräumt hat, auch noch der Lizenzvertrag bewertet werden. Kritisch können dabei insbesondere der sachliche Umfang der Lizenz einräumung, Ausübungsverpflichtungen, Sonderkündigungsrechte sowie die Höhe der vereinbarten Lizenzsätze sein.

Zusätzliche Analyse und Recherche

Falls eigene oder lizenzierte Patente bereits erteilt sind, wird die voraussichtliche Validität des Patents beurteilt. Hierzu kann in einem ersten Schritt nur der Stand der Technik berücksichtigt werden, der bereits im Prüfungsverfahren berücksichtigt worden ist, oder es kann eine zusätzliche Recherche nach relevantem Stand der Technik durchgeführt werden. Zumeist wird für diese Beurteilung jedoch eine zusätzliche Recherche durchgeführt, da ein Dritter, der die IP des Start-ups angreifen will, auch eine solche Recherche durchführen würde. Entsprechend kann für Patentanmeldungen der voraussichtlich patentfähige Schutzzumfang bestimmt werden. Daran schließt sich eine Analyse an, ob das zukünftige Produkt überhaupt in den voraussichtlich validen bzw. patentfähigen Schutzzumfang des oder der Patente bzw. -anmeldungen fällt. Nicht selten ist das Ergebnis dieser Analyse, dass der Schutzzumfang der eigenen IP keinen oder keinen ausreichenden Schutz für das zukünftige Produkt bietet. Das Start-up sollte daher bereits vorab eine Strategie für weitere Schutzrechtsanmeldungen, beispielsweise für Auswahlenfindungen, bestimmt haben.

Fazit

Die IP-Due Diligence ist für die meisten Start-ups eine „schmerzhafte“ Erfahrung. Es empfiehlt sich daher, auf die sich dabei ergebenden Fragen genauso gut wie auf die wissenschaftlichen oder betriebswirtschaftlichen Fragen vorbereitet zu sein. ■■■

Dr. Jörk Zwicker

hat Chemie und Biologie studiert und im In- und Ausland molekularbiologische Forschung betrieben. Seit über 15 Jahren ist er im gewerblichen Rechtsschutz und seit 2006 als Partner bei ZSP Patentanwälte tätig. Er hat für eine Vielzahl in- und ausländischer Investoren IP-Due Diligences, insbesondere im Bereich Biotech und Medtech, durchgeführt und Start-ups in verschiedenen Finanzierungsphasen bei der IP-Due Diligence begleitet.



Zusätzlicher Schub für Start-ups

Wer unverblümete Meinung sucht, sollte einen **Beirat** ins Leben rufen



Immer mehr Gründer rufen einen Beirat ins Leben. Dieses sinnstiftende, häufig monetär sehr überschaubare Investment wird aber von Neu-Unternehmen noch immer viel zu selten genutzt. Sie verschenken damit großes Potenzial.

Die meisten Beiräte findet man heute im klassischen, familiengeführten Mittelstand. Gesellschafter suchen zusätzliche Expertise zur Entscheidungsfindung oder schaffen mit dem Beirat eine Kontrollinstanz für das Management. Beiräte sind Profis, die sehr häufig bereits finanziell unabhängig sind. Die ihr Mandat nicht ausüben, weil sie daraus monetären Profit für sich oder ihre Organisation erwarten. Sondern die Spaß daran haben, durch ihr langfristiges Wirken zu sehen, wie sich die von ihnen beratenen Unternehmen entwickeln. Dies erlaubt es ihnen auch konträre Positionen einzunehmen. Inhaber, die besonders unverblümete Meinungen suchen, sind gut beraten, einen selbstbewussten Beirat zu installieren. Insbesondere diese zusätzliche Expertise, in vielen Fällen auch Erfahrung, hilft selbstverständlich auch Gründern, ein tragfähiges Geschäft zu entwickeln und ihre Unternehmen nicht nur kurzfristig zu hoher Profitabilität zu treiben, sondern sie langfristig zu etablieren.

Die Chemie muss stimmen

Für den Erfolg entscheidend ist die Zusammensetzung des Beirats: Der Mix aus den richtigen Personen ist der Erfolgsfaktor, der den Beirat erst zu einem wertvollen Impulsgeber macht. Bei der Auswahl der Beiräte spielen nicht nur unterschiedliche Erfahrungen und berufliche Hintergründe der Experten eine wichtige Rolle, sondern insbesondere auch ihre Persönlichkeit. Nur wenn eine konstruktive Auseinandersetzung mit den Problemstellungen möglich ist und die „Chemie“ zwischen den Beiratsmitgliedern stimmt, wird das Gremium langfristig einen Mehrwert für das Unternehmen leisten können. In der Praxis sind häufig Wirtschaftsprüfer, Hausbankiers und Rechtsanwälte sowie Familienmitglieder und Freunde des Inhabers oder auch wichtige Kunden in Beiräten vertreten. Diese den Inhabern nahestehenden Personen bringen einerseits zwar ein beträchtliches Wissen über das Unternehmen mit, können andererseits aber auch in Interessenkonflikte und Abhängigkeiten verwickelt sein. Im Optimalfall haben künftige Beiräte darum bisher weder zum Unternehmen Kontakt noch kennen sie sich bereits untereinander vertieft, um möglichst unvoreingenommen ihre Rolle als wichtigste Ratgeber der Gründer wahrzunehmen.

Wie ein möglicher Beirat aussehen könnte

Wie könnte ein idealtypischer Beirat für ein Start-up-Unternehmen aussehen? Das ist selbstverständlich fallspezifisch. Aber gene-

rell ist festzuhalten, dass ein Beirat aus drei Personen bestehen sollte. Davon könnte einer ein ehemaliger, bereits erfolgreicher Gründer sein, der hier seine Erfahrung mit einbringt – um die Neu-Gründer vor Fehlern zu bewahren, die er bereits selbst gemacht hat. Ein weiterer könnte ein ehemaliger Strategieberater sein, der nicht mehr operativ tätig ist und aus Freude daran, auch nach seiner Karriere noch etwas bewegen zu können, seine analytische Expertise mit einbringt. Schlussendlich kann ein ehemaliger Banker Zugang zum Kapitalmarkt öffnen. Aber auch ein alter Industrie-Haudegen kann einer Gruppe junger Gründer sehr guttun. Er wird Perspektiven einbringen, auf welche die Gründer selbst vielleicht gar nicht kommen würden. Dann trifft Erfahrung auf Tatendrang.



Fazit

Unabhängig aber von alledem: Das Hauptaugenmerk sollte darauf gerichtet sein, dass die Beiräte aufgrund ihrer Persönlichkeit grundsätzlich zur Unternehmenskultur passen. Nur dann werden sie ihr volles Potenzial entfalten können.

Alexander Wink

ist Senior Partner bei Korn Ferry. Er rekrutiert für seine Mandanten Top-Führungskräfte vor allem in den Bereichen Technologie, Telekommunikation und Digitalwirtschaft. Er ist ein intimer Kenner der deutschen Start-up-Szene.



2014

VentureCapital Magazin

Jahrespartner

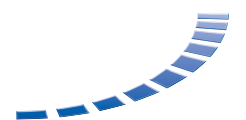
 **ADCURAM**
GROUP

BayBG
Bayerische
Beteiligungsgesellschaft mbH

bmit
beteiligungsmanagement
thüringen gmbh


CORPORATE FINANCE PARTNERS

capiton 


dortmund-project


ENJOY | VENTURE


High-Tech Gründerfonds

kerkhoff
CONSULTING

KING & WOOD
MALLESONS
SJ BERWIN

KFW
Bank aus Verantwortung


MBC
BADEN-WÜRTTEMBERG

 **mic**
The Venture Platform

 **NRW.BANK**
Wir fördern Ideen


RWB
Spezialist für Private Equity

 **Venture Plus AG**
Konzeption, Auflage und Beratung von Venture Capital Fonds

 **VR Equitypartner**

 **VR Mittelstandskapital**
Unternehmensbeteiligungs AG

 **Warth & Klein**
Grant Thornton
An instinct for growth™

 **Weitnauer**



Unternehmensanteile als Motivation

Start-ups und Mitarbeiterbeteiligung

Deine Geschäftsidee ist überzeugend und Du könntest bereits erste Investoren begeistern? Was brauchst Du noch? Natürlich gute Mitarbeiter. Doch die wollen motiviert und gut bezahlt werden. Die monatliche Burn Rate darf aber nicht zu hoch sein. Zur Schonung der Liquidität, so ein verständlicher Gedanke, könntest Du den Mitarbeitern ein geringeres Festgehalt zahlen und dafür eine Mitarbeiterbeteiligung versprechen. Im Falle des Erfolgs, von dem Du als Gründer überzeugt bist, werden die Mitarbeiter reichlich entlohnt. Das sollte die nötige Motivation liefern.

Der Gedanke ist gut, aber oft nicht zu Ende gedacht. Mitarbeiterbeteiligungen beim Start-up sind zwar Standard, aber eine Standardlösung gibt es nicht. Auch werden immer wieder Fehler gemacht, die statt der erwünschten Motivation zu Ärger und Enttäuschung bei den Mitarbeitern führen. Das spürt auch das Start-up. Es lohnt sich, in der hektischen Anfangsphase kurz innezuhalten und die verschiedenen Formen einer Mitarbeiterbeteiligung auf die konkrete Eignung zu prüfen.

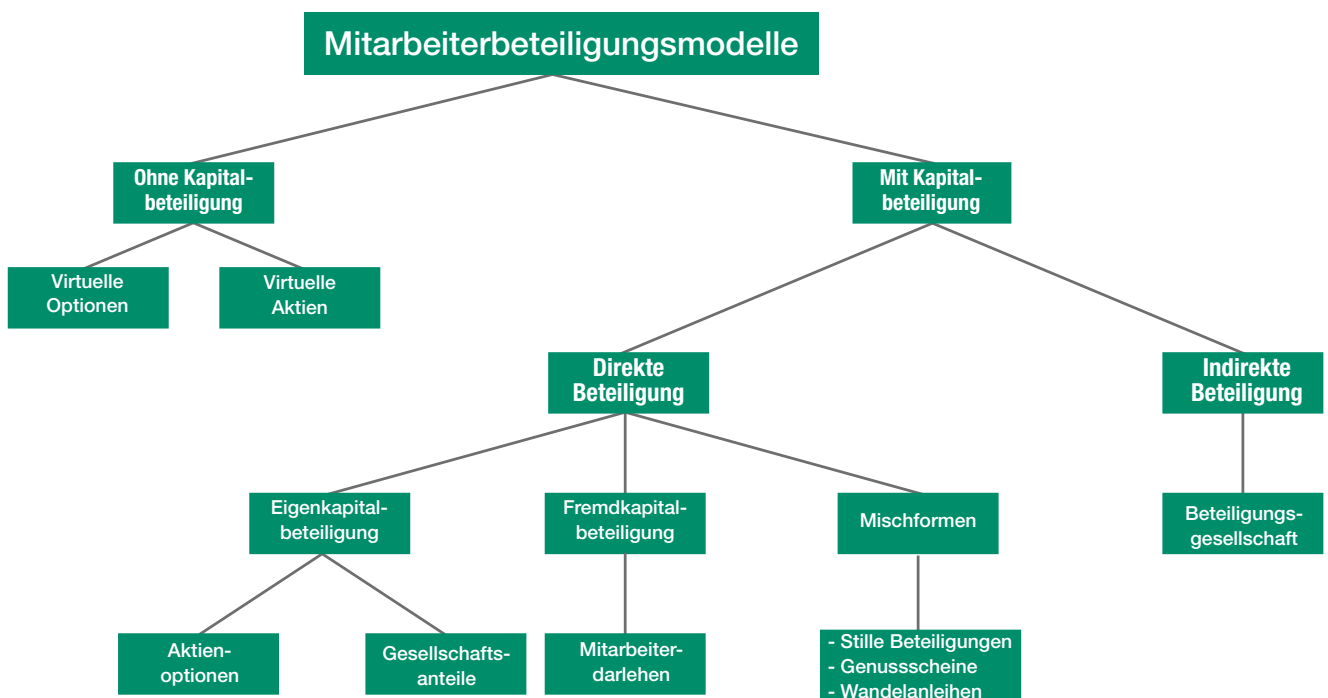
Um aus der Vielzahl die für Dein Unternehmen richtige Beteiligungsform herauszufinden, solltest Du Deine Ziele festlegen. Typischerweise will ein Gründer seine Mitarbeiter

- ➔ motivieren,
- ➔ an sein Unternehmen binden,

- ➔ am späteren Erfolg teilhaben lassen,
- ➔ in der Startphase Kosten sparen,
- ➔ die Identifikation mit dem Unternehmen stärken,
- ➔ trotzdem gemeinsam mit den Investoren die Kontrolle behalten.

Je nachdem, welche Ziele besonders wichtig sind, sind einzelne Formen besser oder schlechter geeignet. Alle Ziele lassen sich gleichzeitig nicht erreichen. Und noch etwas ist wichtig: Nicht alles, was Dich als Gründer überzeugt, überzeugt auch Deine Mitarbeiter. Die Aussicht auf einen (finanziellen) Erfolg in fünf Jahren überzeugt Dich als Gründer, einen Mitarbeiter, der mit seiner Familie in den Urlaub fahren will und jetzt ein Häuschen abzuzahlen hat, überzeugt das nicht. Die wichtigsten Beteiligungsformen für Start-ups in der Praxis sind:

Mitarbeiterbeteiligungsmodelle



Quelle: Görg

Direkte Beteiligung

Eine beliebte Beteiligungsform ist, Mitarbeitern Anteile an der Gesellschaft zu gewähren. Dies klingt einfach. Viele Ziele einer Mitarbeiterbeteiligung können damit erreicht werden. Als Gesellschafter sind die Mitarbeiter Teil des Unternehmens und identifizieren sich leichter damit. Auch eine hohe Bindung kann erreicht werden. Später profitieren sie durch ihre Gewinnanteile am Erfolg. Dies motiviert und erlaubt es, in der Startphase geringere Gehälter zu zahlen. Sind auch nach der Mitarbeiterbeteiligung die Mehrheitsverhältnisse klar, scheint auch ein Kontrollverlust vermeidbar. Doch gibt es ein oft unterschätztes Problem. Die Mitarbeiter müssen die Beteiligung erwerben. Erfolgt die Beteiligung noch vor der ersten Finanzierungsrunde, kann es mit der Zahlung der geringen Nominalbeträge gehen. Doch auch dies ist oft den Mitarbeitern zu viel. Sie können nicht gleichzeitig für ein geringeres Gehalt arbeiten und noch Geld für einen ungewissen Erfolg zahlen. Schwierig wird es, wenn schon eine höhere Bewertung durch eine Finanzierungsrunde vorgegeben ist. Entweder die Mitarbeiter zahlen dann diesen höheren Preis oder sie bekommen ein Steuerthema. Erhalten sie die Anteile günstiger, müssen sie diesen Vorteil sofort versteuern. Beides ist meist ein No-Go für Mitarbeiter und zerstört jegliche Motivation, auch wenn ein vielfacher Gewinn in fünf Jahren möglich wäre. Lösungen, die eine sofortige Steuer vermeiden, sind entweder komplex oder nicht sicher.

Auch für Dich als Gründer kann es Überraschungen geben. Selbst bei stimmrechtslosen Anteilen (dann ist aber die Identifikation geringer) gibt es Rechte, die nicht entzogen werden können. Und was passiert, wenn ein Mitarbeiter kündigt und sich weigert, den Vertrag für die nächste Finanzierungsrunde zu unterschreiben? Selbst bei entsprechenden Ausscheidensregeln führt dies meist zu Verzögerungen, die Du dann nicht brauchst. Sinnvoll ist die direkte Beteiligung meist für Mitarbeiter, die quasi Mitgründer sind und mit denen Du gleichberechtigt arbeiten willst.

Mittelbare Beteiligung

Bei einer mittelbaren Beteiligung sind die Mitarbeiter entweder über eine Treuhandlösung oder eine Beteiligungsgesellschaft mittelbar Gesellschafter. Das oben geschilderte steuerliche Problem tritt hier auch auf, doch hat vor allem das Pooling der Mitarbeiter in einer Beteiligungsgesellschaft oder bei einem Treuhänder Vorteile. Die Handlungsfähigkeit in der Gesellschafterversammlung und bei Finanzierungsrunden ist gesichert. Aber Treuhandstellungen können (schon aus steuerlichen Gründen) beendet werden, und Beteiligungsgesellschaften müssen separat gemanagt werden. Besonders in der Anfangsphase ist dies meist ein zu hoher Gestaltungsaufwand. Auch sonst ist dies sehr komplex und unflexibel. Bekommt man das Steuerthema in den Griff, kann die Treuhandlösung eine gute Wahl im Vergleich zur direkten Beteiligung sein, auch wenn hier die Identifikation nicht ganz so hoch ist. Für eine allgemeine Mitarbeiterbeteiligung taugt dies aber meist nicht.

Zukünftige Beteiligungen

Die Mitarbeiter sollen an einem zukünftigen Erfolg teilhaben. Was liegt da näher, als auch die Beteiligung auf die Zukunft auszurichten? Nichts, und daher ist dies auch eine der beliebtesten Formen. Hier gibt es Modelle, die zu einer Kapitalbeteiligung in der Zukunft führen (insbesondere Aktienoptionen), und solche, die „nur“ den zukünftigen Gewinn einer Beteiligung gewähren,

sogenannte virtuelle Optionen. Bei der echten zukünftigen Kapitalbeteiligung wie einer Aktienoption erhält der Mitarbeiter das Recht, nach einer bestimmten Zeit (z.B. vier Jahren) und bei bestimmten Voraussetzungen (z.B. Exit, also Verkauf des Unternehmens an einen Dritten) Anteile am Unternehmen für einen bestimmten (meist geringen) Betrag zu erwerben. Dies ist aber nicht immer attraktiv. Nicht nur dass der Gesetzgeber in seiner Regelungswut die Anpassung an die Bedürfnisse eines Start-ups sehr erschwert hat und eine Gestaltung bei anderen Rechtsformen als einer AG meist sehr komplex ist. Für die Mitarbeiter gilt in diesen Situationen ganz besonders: Bargeld lacht! Wenn der Erfolg da ist, will er die Früchte seiner Arbeit genießen, außerdem muss er jetzt Steuern auf die Differenz zwischen dem aktuellen Wert der Anteile und dem gezahlten Preis zahlen. Dazu muss er die gerade erworbenen Anteile sofort wieder verkaufen. Ist ein Exit die Ausübungsvoraussetzung, müssen ihm die Anteile (zumindest zum Teil) auch gleich wieder genommen werden, sonst funktioniert der Exit nicht.

Daher sind die virtuellen Optionen als Alternative bei den zukünftigen Beteiligungen sehr beliebt. Denn hier bekommt der Mitarbeiter statt Anteile sofort Geld, und zwar in der Höhe zwischen dem Wert der Anteile bei Gewährung der virtuellen Option und dem Wert der Anteile bei Ausübung. Damit kann er auch die Steuer zahlen. Ein sehr großer Vorteil der virtuellen Optionen im Vergleich zu echten Optionen ist die hohe Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. So kann der Zeitpunkt der Ausübung ebenso wie der Ausgangswert, aber auch die Wertfeststellung der Anteile bei Ausübung frei gewählt werden. Virtuelle Optionen können auch bei allen Rechtsformen eingesetzt werden. Durch ein Anwachsen der Optionen (Vesting) oder Verfallsregeln kann auch eine hohe Bindungswirkung erreicht werden. Nur die Identifikationswirkung ist schwächer, weil es keine Mitbestimmung gibt. Viele Gründer sehen das aber als Vorteil. Das Liquiditätsthema (statt Anteilen wird Geld gezahlt) lässt sich bei geschickter Gestaltung der Ausübungsvoraussetzungen auch für Start-ups gut lösen.

Fazit

Die anderen Beteiligungsformen sind für Start-ups meist nicht geeignet. Doch auch hier lohnt sich im Einzelfall ein genauerer Blick. Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren sind die Mitarbeiter, und deren Beteiligung läuft mehrere Jahre. Eine gute Beratung ist daher unerlässlich. ■

Dr. Stefan Heyder

ist in München Rechtsanwalt und Partner bei Görg Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB. Seit 1997 arbeitet er als Rechtsanwalt bei verschiedenen internationalen und nationalen Kanzleien und beschäftigt sich seitdem mit Mitarbeiterbeteiligung. Ansonsten ist er im Gesellschaftsrecht zu Hause und setzt auch gerne vor Gericht die Interessen seiner Mandanten durch.



Ein trockenes, aber wichtiges Thema

Die Erstellung des Jahresabschlusses für Start-ups – was ist in der Praxis zu beachten



Für viele Gründer ist die gesetzliche Pflicht zur Erstellung eines Jahresabschlusses ein lästiges, aber notwendiges Übel. Der Jahresabschluss ist eine Pflicht, die das Gründerherz daher nicht höher schlagen lässt. Gerade deswegen soll der folgende Beitrag eine Lanze für diese – zugegebenermaßen trockene, aber doch relevante – Materie brechen und beispielhafte Hinweise aus und für die Praxis geben.

Für die meisten Start-ups ist die Jahresabschlusserstellung gesetzlich vorgeschrieben, insbesondere für alle, die sich für die Rechtsform der GmbH entschieden haben. Die folgenden Ausführungen wenden sich an alle zur Erstellung des Jahresabschluss verpflichteten Start-ups.

„Kenn ich doch alles“

! Grundsätzlich hat ein Start-up bei der Erstellung des Abschlusses Gestaltungsmöglichkeiten. Praxisrelevant für viele technologiebasierte Start-ups ist häufig die Frage, wie Aufwendungen zur Entwicklung einer Technologie behandelt werden. Alternativ zur Erfassung als Aufwand im selben Jahr besteht die Möglichkeit der Aufnahme in die Bilanz und der Abschreibung über mehrere Jahre. Diese Entscheidung hat wesentliche Auswirkungen auf das ausgewiesene Jahresergebnis in den einzelnen Jahren. Regelmäßig zahlen die späteren Gründer schon vor der Grün-

derung des Start-ups Aufwendungen aus der „eigenen Tasche“. Diese kann unter Berücksichtigung von steuerlichen und handelsrechtlichen Grundsätzen unter Umständen auch später die neu gegründete GmbH tragen. Zudem sind viele Gründer überrascht, dass Informationen aus Jahresabschlüssen in Deutschland veröffentlicht werden müssen und damit für alle einsehbar sind. Jedoch bestehen für kleine Unternehmen Erleichterungen, deren Kenntnis und Anwendung die ungewünschten Einblicke vor allem von Wettbewerbern deutlich einschränkt.

„Das macht der BWLER bei uns“

Den Jahresabschluss verantworten alle Geschäftsführer. Entsprechend ist dieser auch von allen zu unterzeichnen:



Der Informatiker im möglichen Gründerduo kann sich also nicht gänzlich auf die Fähigkeiten seines BWL-Kollegen verlassen, in dessen Aufgaben die Finanzen im Allgemeinen fallen. Auch Gründer, die nicht Geschäftsführer sind, müssen sich spätestens in der Gesellschaftsversammlung mit dem Jahresabschluss auseinandersetzen. Aber nicht nur aus rechtlicher Notwendigkeit ist ein Mindestmaß an Verständnis des Inhalts des Jahresabschlusses erforderlich: Gerade im Gründungsalltag kann bei allen ausgefallenen Auswertungen aus Excel- und Analytics-Anwendungen das Gesamtbild verloren gehen. Spätestens die Erstellung und Durchsicht des Jahresabschlusses sollte als „Tag der Wahrheit“ hinsichtlich des bisherigen Erfolgs der Gesellschaft und ihrer Zukunft gesehen werden – insbesondere in Diskussion mit denen, die nicht täglich alle Kennzahlen des Start-ups vor Augen haben.

„Wir haben doch Besseres zu tun“

! Viele Start-ups beauftragen einen Steuerberater (StB) oder Wirtschaftsprüfer (WP) mit der unterjährigen Buchführung sowie der Erstellung des Jahresabschlusses zum Jahresende – in der Regel verbunden mit der Anfertigung der erforderlichen Steuererklärungen. Dies erfolgt aus gutem Grund: Die Gründer haben mehr Zeit für ihre Hauptaufgaben und stehen nicht alleine im Dickicht der rechtlichen und finanziellen Besonderheiten. Aber Achtung: Dies entlastet die Gründer nicht von der Verantwortung für den Jahresabschluss. Wichtig ist in der Praxis eine möglichst effiziente Zusammenarbeit mit dem StB/WP im Hinblick auf den Austausch der Daten, was sich auch in den Gebühren niederschlägt. Durch Schnittstellen zur IT des Start-ups oder auch zu Banken und Zahlungsdienstleistern, wie zum Beispiel Paypal, können Buchungen deutlich effizienter und damit kostengünstiger erfasst werden. Das ist insbesondere bei B2C-Start-ups mit vielen geringwertigen Transaktionen relevant. Die Beauftragung eines Beraters außerhalb des engeren Freundeskreises erweist sich häufig als ratsam, um zugleich einen neutralen und kritischen Sparringspartner zu gewinnen. Bei der Auswahl eines StB/WP

ERFOLGREICH GRÜNDEN

in der High-Tech-Region
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, Kurzzeitbüros, Besprechungs- und Konferenzräume



TechnologieZentrum Dresden

Ihr Ansprechpartner:

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

Telefon: +49 351 8718665
E-Mail: kontakt@tzdresden.de
Internet: www.tzdresden.de



ist es hilfreich, einen Berater zu beauftragen, der die Herausforderungen des Start-ups auch in mittelfristiger Zukunft erfüllen kann. Bei starkem erwartetem Wachstum und internationaler Expansion sind kleine, nur deutschlandweit tätige StB/WP-Gesellschaften unter Umständen nicht mehr die beste Wahl. Sofern das Geschäftsmodell besondere regulatorische Anforderungen mit sich bringt, kann die Erfahrung in diesen Segmenten, wie zum Beispiel FinTech oder Digital Health, von Nutzen sein. Sollte das Start-up eine gewisse Größe überschreiten, muss es seinen Jahresabschluss von einem WP prüfen lassen: Bei entsprechenden Wachstumsabsichten ist eine kombinierte Gesellschaft aus StB und WPs daher von Vorteil.

Noch nicht überzeugt?



Spätestens bei anstehenden Finanzierungsrunden oder dem Exit sind die Jahresabschlüsse eine wichtige Informationsquelle im Rahmen der Due Diligence. Dabei zahlt es sich aus, wenn dort keine Altlasten verborgen sind, die auf einen nachlässigen Umgang mit der Buchführung und dem Jahresabschluss schließen lassen. Die Praxis

zeigt, dass Investoren Vertrauen verlieren, wenn die Gründer nicht ein Mindestmaß an Bilanzverständnis haben. So hat der potenzielle Venture Capital-Geber von einem datengetriebenen Analytics-Start-up sicher die Erwartung, dass die Gründer vor allem auch die eigenen Zahlen kennen und umfassend verstehen. Je nach Geschäftsmodell können auch andere vom Start-up Einblick in die Jahresabschlüsse erwarten: In der Praxis möchten sich häufig Kooperationspartner, die in die Beziehung mit dem Start-up viel Zeit und Geld investieren, ein Bild vom wirtschaftlichen Zustand des Unternehmens machen.

„Geht das auch kürzer?“

Ja. Der Jahresabschluss ist nicht das wichtigste Thema im Rahmen der Gründung, aber auch nicht zu unterschätzen. Gründer suchen sich in der Regel einen StB/WP auf Augenhöhe, der Interesse an Start-ups hat und pragmatisch sowie geduldig genug ist, um das Unternehmen mit Erläuterungen und Empfehlungen zu begleiten, damit auch bei Finanzierungsrunden und dem Exit keine bösen Überraschungen entstehen. Den Gründern sei trotzdem nahegelegt, mögliche Wissenslücken zu schließen. ■



Benjamin Feldmann

ist als Senior Manager bei RBS RoeverBroennerSusat im Bereich Corporate Finance tätig. Er begleitet insbesondere Unternehmer/n und Investoren der digitalen Wirtschaft bei M&A-Projekten im Rahmen der Due Diligence. Zurückgreifen kann er dabei auf Erfahrungen aus Projekten, aus der Begleitung von Start-ups und nicht zuletzt als Gründer eines Start-ups während der Schule und des Studiums.



Drum prüfe, noch bevor Du gründest

Am Anfang steht die Wahl der richtigen **Rechtsform**

Bereits im Rahmen von Überlegungen hinsichtlich des Geschäftsmodells solltet Ihr Euch eingehende Gedanken über die Wahl der „richtigen“ Rechtsform machen. Denn von der Wahl der Rechtsform hängt eine Vielzahl rechtlicher, struktureller, finanzieller und persönlicher Konsequenzen sowie das äußere Erscheinungsbild Eures Unternehmens ab. So entscheidet die Rechtsform beispielsweise darüber, in welchem Verhältnis die Gründer zueinander stehen, wie die Haftung der Gründer ausgestaltet ist, wer die Geschäftsführung übernimmt und wie diese im Einzelnen ausgestaltet ist sowie über die Frage, auf welche Art und Weise Kapital beschafft werden kann.

Daher ist es wichtig, dass Ihr bereits im Rahmen der Gründung die jeweiligen Vor- und Nachteile der einzelnen Rechtsformen gegeneinander abwägt und diejenige Rechtsform wählt, die Euren Bedürfnissen am ehesten gerecht wird. Da für Euch im Regelfall die beschränkte persönliche Haftung im Vordergrund der Rechtsformüberlegungen stehen wird, kommen letztlich nur die Rechtsformen der Kapitalgesellschaften, insbesondere die GmbH, die UG (haftungsbeschränkt) und die AG infrage. Im Folgenden geben wir Euch einen Überblick über die wesentlichen Merkmale der vorgenannten Kapitalgesellschaften und stellen deren Grundzüge dar, um Euch erste Anhaltspunkte in Bezug auf die Wahl der richtigen Rechtsform an die Hand zu geben.

Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Bei der **GmbH** haftet den Gläubigern der Gesellschaft für Verbindlichkeiten der GmbH nur das Gesellschaftsvermögen, d.h., es besteht keine persönliche Haftung. Das Mindeststammkapital der GmbH beträgt bei Gründung 25.000 EUR, wobei es genügt, wenn bei Gründung auf jeden Geschäftsanteil – soweit keine Sacheinlagen vereinbart sind – ein Viertel des Nennbetrags, insgesamt auf das Stammkapital, jedoch mindestens die Hälfte des Mindeststammkapitals einbezahlt ist. Der Nennbetrag eines jeden Geschäftsanteils muss auf volle Euro lauten, wobei jeder Gesellschafter bei Errichtung der Gesellschaft mehrere Geschäftsanteile übernehmen kann. Hierdurch ist eine Stückelung des Stammkapitals in Geschäftsanteile zum Nennwert von je 1 EUR möglich, wodurch eine Euren wirtschaftlichen Vorstellungen entsprechende exakte prozentuale Beteiligung der einzelnen Gründer am Stammkapital der Gesellschaft erreicht werden kann. Im Rahmen der Gründung der GmbH muss die Gründungsurkunde inklusive des Gesellschaftsvertrags notariell beurkundet werden. Die Übertragung von Geschäftsanteilen bedarf bei der GmbH ebenfalls der notariellen Beurkundung. Die GmbH wird von dem oder den Geschäftsführern geleitet und im Rechts-

verkehr vertreten. Die Geschäftsführer werden bei der GmbH von der Gesellschafterversammlung bestellt. Hierdurch haben die Gesellschafter einen direkten Einfluss auf die Geschäftsführung.

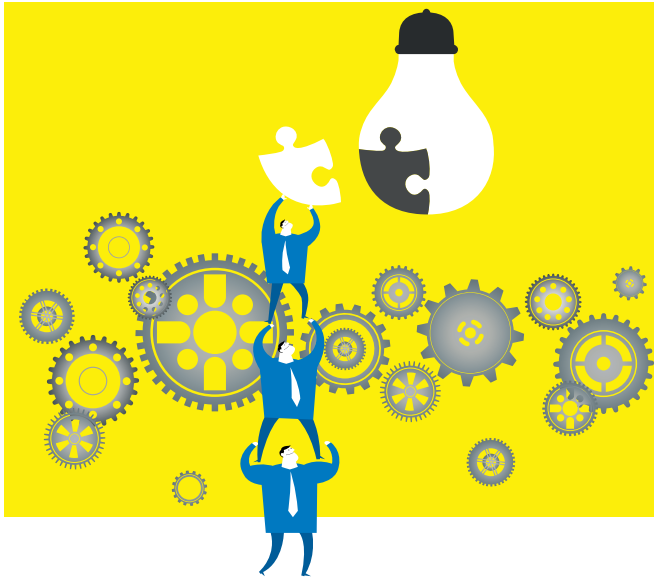
Unternehmergeellschaft (UG)

Die **Unternehmergeellschaft** (haftungsbeschränkt) oder **UG** (haftungsbeschränkt) ist nach ihrer gesetzlichen Konzeption eine Rechtsformvariante der GmbH, auf die fast alle Bestimmungen der GmbH Anwendung finden. Anders als die GmbH erfordert die UG nur ein Mindeststammkapital in Höhe von 1 EUR und bietet sich für Euch vor allem dann an, wenn ihr über wenig Startkapital verfügt. Die UG muss in der Firma zwingend die Bezeichnung „Unternehmergeellschaft (haftungsbeschränkt)“ oder „UG (haftungsbeschränkt)“ führen. Anders als bei der GmbH, bei der der komplette Jahresüberschuss an die Gesellschafter ausgeschüttet werden kann, sind die Gesellschafter der UG verpflichtet, in der Bilanz eine gesetzliche Rücklage zu bilden, in die 25% des um einen Verlustvortrag aus dem Vorjahr gemindernten Jahresüberschusses einzustellen sind. Diese Rücklage darf nur zur Aufstockung des Stammkapitals oder zum Ausgleich von Verlusten verwendet werden. Sobald ein Stammkapital von 25.000 EUR erreicht wird, wird die UG zur GmbH.

Aktiengesellschaft

Bei der **Aktiengesellschaft** haftet den Gläubigern der Gesellschaft für Verbindlichkeiten der **AG** ebenfalls nur das Gesellschaftsvermögen. Das Mindestgrundkapital beträgt bei der Aktiengesellschaft 50.000 EUR und muss in voller Höhe bei Gründung einbezahlt werden. Das Gründungsprotokoll der AG inklusive der Feststellung der Satzung muss notariell beurkundet werden. Die Übertragung der Aktien kann – anders als bei GmbH und UG – durch privatschriftlichen Vertrag erfolgen, wodurch Ihr die Notargebühren spart. Bei der Aktiengesellschaft obliegt die Leitungsmacht und die Vertretung der Gesellschaft dem Vorstand.





Der Vorstand wird jedoch nicht direkt von den Gesellschaftern (Aktionären) der Gesellschaft, sondern vom Aufsichtsrat gewählt. Der Aufsichtsrat wiederum wird von der Hauptversammlung gewählt. Anders als bei der GmbH besteht bei der AG somit kein direkter Einfluss der Aktionäre auf die Geschäftsleitung.

Fazit

Allen **Kapitalgesellschaften** ist die Begrenzung der Haftung auf das Stamm- bzw. Grundkapital gemein. Der Vorteil der **Aktien-gesellschaft** besteht in der einfacheren Übertragbarkeit der Aktien. Während bei der **GmbH** und der **UG** die Übertragung der Geschäftsanteile stets der notariellen Beurkundung bedarf, wodurch entsprechende Notargebühren für Euch entstehen, können Aktien durch privatschriftlichen Vertrag übertragen werden. Die Nachteile der AG liegen mit Sicherheit in dem hohen Mindestgrundkapital von 50.000 EUR und der geringeren Einflussmöglichkeit der Aktionäre auf die Unternehmensleitung (Vorstand). Darüber hinaus sind die Regelungen des Aktiengesetzes streng formalistisch, wodurch eine AG einer intensiven und laufenden Rechts-

beratung bedarf und hiermit weitere Kosten einhergehen. Der Vorteil der UG besteht mit Sicherheit in dem geringen Mindeststammkapital in Höhe von 1 EUR, das die UG vor allem dann für Euch attraktiv macht, wenn ihr über wenig Startkapital verfügt, gleichzeitig aber eine beschränkte persönliche Haftung erreichen möchtet. Der Nachteil der UG zeigt sich in der zwingend vorgeschriebenen Verwendung des Rechtsformzusatzes, wodurch dem Rechts- und Geschäftsverkehr die geringere Kapitalausstattung angezeigt wird. Der Nachteil der GmbH besteht in dem Mindeststammkapital in Höhe von 25.000 EUR, das mindestens zur Hälfte bei Gründung erbracht werden muss. Die Vorteile der GmbH liegen in der direkten Einflussmöglichkeit der Gesellschafter auf die Geschäftsführung sowie in der großen Akzeptanz und des guten Images, das diese Gesellschaftsform im Rechts- und Geschäftsverkehr genießt. Des Weiteren sind die Regelungen des GmbH-Gesetzes weniger formalistisch als die Regelungen des Aktiengesetzes, wodurch sich die Handhabung der GmbH insgesamt einfacher gestaltet und man größere Flexibilität in Hinblick auf die einzelnen das Gesellschaftsverhältnis betreffenden Regelungen hat.

Dr. Tobias Schönhaar

ist Rechtsanwalt und Partner bei Weitnauer Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater in München. Er ist spezialisiert auf nationale und internationale Venture Capital- und M&A-Transaktionen. Vor seiner Tätigkeit bei Weitnauer war er bei einer US-amerikanischen Kanzlei sowie einer Münchener Private Equity-Boutique in den Bereichen Private Equity, Venture Capital und M&A tätig.



ANZEIGE

This is not comparable to Baselitz' upside-down paintings. We believe, however, that innovation requires to look at things from different angles. David & Goliath is an international conference, hosted in Berlin on November 12, 2014, about the roots and sprouts of entrepreneurship and innovation. Our goal is to talk about the ways innovation and new technologies emerge in established corporations on the one hand, and in start-up companies on the other, and to explore the ways of building bridges between these two worlds. If interested, please register on www.davidandgoliath.vc.

Ever tried to look at things from a different point of view? Join us for the David & Goliath Conference in Berlin.



www.davidandgoliath.vc



Zwischen Vesting, Tag Along und Liquidationspräferenzen

Was steht in meinem Beteiligungsvertrag?

Um die Rechtsbeziehungen von Gesellschaftern untereinander zu regeln, wirst Du als Gründer eines Start-ups für gewöhnlich spätestens anlässlich der ersten Beteiligungsrunde zusätzlich zur Satzung eine Gesellschaftervereinbarung mit dem entsprechenden Investor abschließen. Eine solche hat gegenüber der Satzung den Vorteil, dass sie nicht veröffentlicht werden muss. Die genaue Ausgestaltung einer solchen Vereinbarung hängt immer von den jeweiligen Verhandlungspositionen ab. Bestimmte Arten von Klauseln tauchen jedoch immer wieder auf. Die gebräuchlichsten sollen hier vorgestellt werden.

A. Garantien

Im Regelfall der Beteiligung an einer GmbH wirst Du als Gründer dem Investor in einem Beteiligungsvertrag zusichern (müssen), dass bestimmte Angaben zu wesentlichen Punkten der Unternehmenssituation richtig und vollständig sind. Ein Investor wird höchstwahrscheinlich die Abgabe der folgenden Garantien von Dir erwarten: (i) Errichtung und Bestand der Gesellschaft, (ii) Jahres- bzw. Zwischenabschlüsse, (iii) Inhaberschaft an den Anteilen (Title Guarantee). Die Zusage der folgenden Punkte könnte auch von Dir erwartet werden, kann jedoch in „freierem“ Maße Gegenstand von Verhandlungen zwischen Dir und dem Investor sein: (i) gewerbliche Schutzrechte, (ii) Wettbewerbsverbote, (iii) behördliche Genehmigungen und Konzessionen, Versicherungen, (iv) Versicherungsschutz, (v) Rechtsstreitigkeiten, (vi) Steuerpflichten, Sozialabgaben und sonstige öffentliche Abgaben.

B. Vesting

Investoren wünschen weiterhin meistens eine Regelung aufzunehmen, die grundsätzlich ein Halten von Anteilen durch den Gründer vorsieht. Dabei soll am Ende des Tages jedoch die Höhe der dem Gründer verbleibenden Anteile abhängig von dem tatsächlichen Beitrag zum Erfolg der Unternehmung sein. Insbesondere aus steuerlichen Gründen ist folgende Variante häufig anzutreffen: Die im Eigentum des Gründers stehenden Anteile können grundsätzlich vom Investor – abhängig von verschiedenen Anlässen wie z.B. Austritt des Gründers aus der Gesellschaft – durch ein Erwerbsrecht zum Nominalbetrag der Anteile erworben werden. Dabei wird vorgesehen, dass sich dieses Erwerbsrecht des Investors anteilig verringert, teilweise in Abhängigkeit von wirtschaftlichen Kennzahlen, teilweise

in Abhängigkeit vom Zeitablauf (Erreichen vorher definierter Daten). Zugrunde liegt regelmäßig der Wunsch des Investors, den Gründer möglichst lange an das Start-up zu binden.

C. Vinkulierung

Vinkulierung bezeichnet die Einschränkung der Verfügungsfähigkeit über Geschäftsanteile. Diese ist in Gesellschaftervereinbarungen zumeist so geregelt, dass Geschäftsanteile nur bei einem zustimmenden Gesellschafterbeschluss mit einer bestimmten Mehrheit überhaupt übertragen werden dürfen. Das Zusammenspiel aus Vinkulierung und den unten aufgeführten vertraglichen Gestaltungsmöglichkeiten wie Drag Along und Tag Along sowie Vorkaufsrechten bereitet in der Praxis oft Schwierigkeiten und muss genau aufeinander abgestimmt werden.

D. Drag Along und Tag Along

Drag Along- und Tag Along-Regelungen, auf Deutsch auch Mitveräußerungspflicht und Mitveräußerungsrecht, sind grundsätzlich typische Klauseln, die Dir als Gründer von Investoren vorgegeben werden. Drag Along-Regelungen bewirken, dass unter bestimmten Voraussetzungen Minderheitsgesellschafter zu einem Verkauf ihrer Anteile gezwungen werden können. Üblicherweise ist die Ausübung eines Drag Alongs an einen zustimmenden Gesellschafterbeschluss mit einer bestimmten Mehrheit gekoppelt. Zweck dieser Klausel ist es sicherzustellen, dass nicht ein Minder-



heitsgesellschafter einen Exit an einen Käufer, der nur an dem kompletten Unternehmen interessiert ist, verhindern kann. Tag Along-Klauseln regeln hingegen, dass sich Gesellschafter im Falle eines Verkaufs von Anteilen eines Gesellschafters an diesen Verkauf „dranhängen“ und zu denselben Konditionen verkaufen können. Will der kaufwillige Dritte dann nicht alle angebotenen Anteile übernehmen, wird entweder anteilig verkauft oder der Deal platzt. Auf diese Weise können die Gesellschafter verhindern, dass einzelne Gesellschafter eine Art Teil-Exit herbeiführen bzw. selbst von den ausgehandelten Bedingungen profitieren.

E. Vorerwerbs- und Vorkaufsrechte

Um eine Veräußerung von Geschäftsanteilen an ihm unliebsame Dritte zu vermeiden, wird Dir ein Investor für gewöhnlich die Aufnahme von Vorerwerbs- und/oder Vorkaufsrechten in den Beteiligungsvertrag vorschlagen. Ohne auf die juristische Unterscheidung dieser beiden Gestaltungsmöglichkeiten einzugehen, können solche Klauseln dafür sorgen, dass jeder Gesellschafter die Geschäftsanteile von einem veräußerungswilligen anderen Gesellschafter zu genau den Konditionen erwerben kann, zu denen dieser sie an einen Dritten veräußern wollte. Der Eintritt ungewollter Dritter in die Gesellschaft kann so verhindert werden.

F. Liquidationspräferenzen

Ganz entscheidend im Falle eines Verkaufs (Exit) ist für jeden Gesellschafter die Aufteilung des Verkaufserlöses. Hier entscheidet sich, in welcher Höhe Du als Gründer tatsächlich an einem Exit partizipierst. Investoren verlangen im Regelfall dafür, dass sie mit einem im Vergleich zu anderen Geldanlagen relativ hohen Ausfallrisiko substanzielle Geldbeträge in ein Start-up geben, dass sie bei der Verteilung eines Exit- oder Liquidationserlöses bevorzugt werden. Dies wird als Liquidationspräferenz bezeichnet. Gehandhabt wird dies im Regelfall so, dass die Investoren einen bestimmten Betrag vorab zugesichert bekommen, ehe der Resterlös an alle Gesellschafter im Verhältnis ihrer Beteiligung verteilt wird. Hier sind je nach Verhandlungsposition vielerlei Gestaltungsmöglichkeiten denkbar. Die Gefahr für Dich liegt hier darin, dass bei einem kleinen oder mittleren Exit ein Großteil des Erlöses von den Liquidationspräferenzen vereinbart wird und bei Dir nur noch ein kleiner Betrag ankommt.

G. Verwässerungsschutz

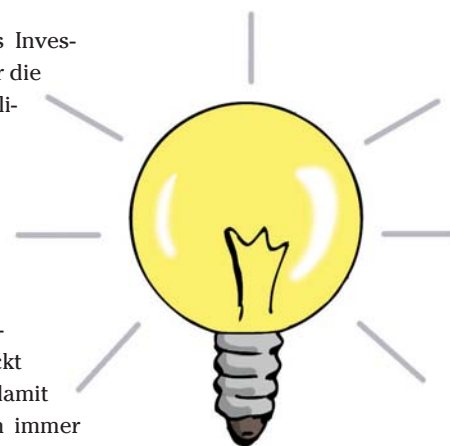
Um zu verhindern, dass ihre verhältnismäßige Anteilshöhe durch nachfolgende Finanzierungsrunden übermäßig verringert (verwässert) wird, werden Investoren von Dir zumeist einen sogenannten Verwässerungsschutz verlangen. Neben der, auch schon gesetzlich verankerten, Möglichkeit, in einer neuen Runde zu den gleichen Bedingungen wie die Neuinvestoren mitzuziehen, wird dabei vor allem der Fall einer sogenannten „Downround“, also einer Finanzierungsrunde zu einer niedrigeren Bewertung, geregelt. Für diesen Fall werden Investoren von Dir eine Kompensation in Form von Ausgleichsanteilen verlangen.

H. Wettbewerbsverbot

Regelmäßig werden in einem Beteiligungsvertrag auch Wettbewerbsverbote für die Gesellschaftsgründer oder sonstige Träger von relevantem Wissen vereinbart. Es kann von Dir verlangt werden, Dein Know-how auch durch ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot für die Gesellschaft abzusichern – hierbei muss in jedem Fall beachtet werden, dass das Wettbewerbsverbot keine „unbillige Behinderung“ des beruflichen Fortkommens bedeutet. Dies ist rechtlich keine ganz einfache Thematik – man wird jedoch davon ausgehen können, dass inhaltlich und räumlich eingeschränkte Wettbewerbsverbote, welche bis maximal zwei Jahre nach Ausscheiden aus der Gesellschaft gültig sind, generell zulässig sein können.

Fazit

Bei einem Einstieg eines Investors wird ein Vertrag über die Ausgestaltung der Beteiligung abzuschließen sein. Einige der oben genannten „Standard-Klauseln“ wirst Du akzeptieren müssen. Bei zahlreichen anderen besteht durchaus Verhandlungsspielraum, der geschickt genutzt werden kann; damit einher geht jedoch auch immer ein gewisses Risiko für Dich als Gründer.



Felix Stützer

ist als Rechtsanwalt im Münchener Büro der Kanzlei Baker Tilly Roelfs tätig. Für den Fachbereich Venture Capital berät er dort sowohl Start-ups als auch Gründer.



Andreas Metzner

ist Rechtsanwalt im Düsseldorfer Büro von Baker Tilly Roelfs und berät überwiegend in den Bereichen Corporate und M&A.



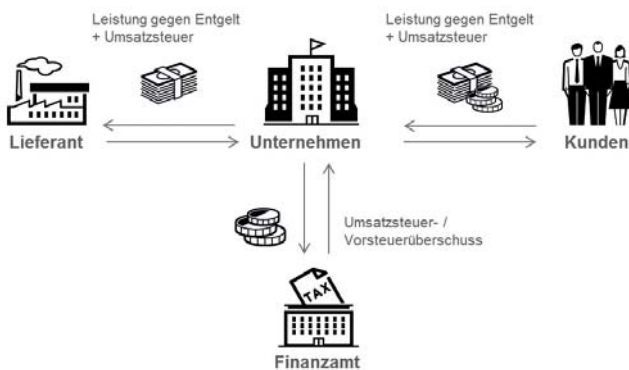
Der neue Mini-One-Stop-Shop

Viel mehr als nur irgendeine Vereinfachungsregel im (Umsatz-)Steuerrecht

Steuerrecht – ein sicherlich leidiges, aber dennoch enorm wichtiges Thema. Wer den Markt der elektronisch erbrachten Dienstleistungen revolutionieren oder zumindest dabei sein will, sollte unbedingt weiterlesen. Für alle anderen empfiehlt sich der Beitrag zumindest als kleiner Exkurs zum Umsatzsteuerrecht.

Wenn Unternehmen gegen Entgelt Gegenstände liefern oder Dienstleistungen erbringen, erzielen sie damit Umsätze, die grundsätzlich der Umsatzsteuer unterliegen. Die Umsatzsteuer wird dabei auf das Entgelt aufgeschlagen, dem Kunden also zusätzlich in Rechnung gestellt, und ist an das Finanzamt abzuführen. Die bei Einkäufen gezahlte Umsatzsteuer kann als sogenannte Vorsteuer in der Regel gegengerechnet werden, so dass nur der Saldo tatsächlich zu zahlen ist bzw. erstattet wird.

- ➔ Online-Bereitstellung von Speicherplatz
- ➔ Bereitstellung von Texten und Informationen (z.B. E-Books, Abonnements von Online-Zeitungen, Online-Verkehrsinformationen, Online-Wetterberichten)
- ➔ Bereitstellung von Online-Datenbanken
- ➔ Bereitstellung von Musik, Filmen, Bildern und Spielen zum Download
- ➔ Bereitstellung von Online-Spielen



Werden diese Leistungen als „B2C“ an Nichtunternehmer in der EU (z.B. Privatpersonen, juristische Personen des öffentlichen Rechts ohne Umsatzsteuer-Identifikationsnummer) erbracht, liegt der Ort dieser Leistung ab dem 1. Januar 2015 am Wohnsitz des Kunden.

Beispiel:

Verkauf einer Smartphone-App an Privatperson in Dänemark

- ➔ Ort der Leistung/Umsatzsteuer bis 2014 in Deutschland (USt 19%)
- ➔ Ort der Leistung/Umsatzsteuer ab 2015 in Dänemark (USt 25%)

Alle weiteren Fragen im Zusammenhang mit der Umsatzsteuer, also insbesondere solche zu Steuerbefreiungen, zum anzuwendenden Steuersatz oder zu den Aufzeichnungs- und Steuerklärungspflichten, orientieren sich an dem jeweiligen Recht des Landes, dessen Umsatzsteuerrecht anzuwenden ist. Damit liegt der Finger in der Wunde. Eine wesentliche Frage im Umsatzsteuerrecht ist nämlich, wo der sogenannte „Ort der Lieferung“ bzw. „Ort der Leistung“ liegt. In diesem Beitrag wollen wir uns für diese Frage auf die elektronisch erbrachten Leistungen und auf die Telekommunikations-, Rundfunk- und Fernsehdienstleistungen beschränken, die innerhalb der EU grenzüberschreitend und an Verbraucher bzw. Nichtunternehmer (Consumer, B2C) erbracht werden.

Neue Regelung beim Ort der Leistung

Auf elektronischem Weg erbrachte Dienstleistungen sind solche, die über das Internet oder andere elektronische Netze realisiert werden, im Wesentlichen automatisiert und in hohem Maße auf Informationstechnologie angewiesen sind. Hierzu zählen also insbesondere:

- ➔ Software und Updates (im Download) in elektronischen Netzen vermittelte Präsenz (Stichwort „Social Network“)
- ➔ Leistungen der Online-Markt-Anbieter
- ➔ Bereitstellung von Websites, Webhosting,
- ➔ Fernwartung von Programmen und Systemen
- ➔ Online-Data-Warehousing

Die Folge davon ist, dass sich das Unternehmen in jedem Land, in dem einer der Kunden seinen Wohnsitz hat, für umsatzsteuerliche Zwecke registrieren muss und nach dem jeweiligen Umsatzsteuerrecht der verschiedenen Staaten seine Leistungen umsatzsteuerlich beurteilen, seine Umsatzsteuerschuld berechnen und seine Umsatzsteuererklärungen abgeben muss. Die Probleme, die damit unmittelbar im Zusammenhang stehen, liegen auf der Hand – neben Themen wie Sprache oder unbekanntem Rechtsgebiet wirkt sich beispielsweise allein ein anderer Steuersatz auf die Frage der Preisfindung aus.

Beispiel:

- ➔ (End-)Preis der Smartphone-App für Privatperson = 4,49 EUR
- ➔ Nettoumsatz bei USt 19% = 3,77 EUR
- ➔ Nettoumsatz bei USt 25% = 3,59 EUR
- ➔ Umsatzunterschied ./ 5%

Vereinfachte Abwicklung mit dem Mini-One-Stop-Shop

Einige der sich abzeichnenden Probleme soll die Vereinfachungsregel „Mini-One-Stop-Shop“ lösen. Im Grundsatz muss ein Unternehmen ab 2015 in jedem EU-Land, in dem ein Kunde (Nichtunternehmer) seinen Wohnsitz hat, eine separate Umsatzsteuererklärung (USt-Erklärung) abgeben und an die jeweilige Finanzbehörde die entsprechende Umsatzsteuer (USt) für die auf elektronischem Weg erbrachte Dienstleistung (eLeistung) zahlen.



Mit dem Mini-One-Stop-Shop soll erreicht werden, dass sämtliche Umsatzsteuererklärungen und -zahlungen, die sich auf elektronisch erbrachte Dienstleistungen an Privatpersonen im EU-Ausland beziehen, zentral über das Bundeszentralamt für Steuern (BZST) erledigt werden können. Die Teilnahme an der Sonderregelung können Unternehmer seit dem 1. Oktober 2014 auf elektronischem Weg über das BZStOnline-Portal (www.elsteronline.de/bportal) beantragen. Voraussetzungen für die Teilnahme am Mini-One-Stop-Shop sind folgende:

- ➔ keine Niederlassung im anderen Staat (Ansässigkeitsstaat des Kunden)
- ➔ keine Registrierung im anderen Staat aus anderem Grund (z.B. wegen Versandhandel)
- ➔ rechtzeitige Antragstellung
- ➔ quartalsweise Voranmeldungen und Steuerzahlungen

Zu beachten ist ferner, dass der Mini-One-Stop-Shop nicht das sogenannte Vorsteuervergütungsverfahren ersetzt. Das Vorsteuervergütungsverfahren gibt Unternehmern – auch weiterhin – die Möglichkeit, sich die in einem anderen Staat durch ein dort ansässiges Unternehmen in Rechnung gestellten Umsatzsteuerbeträge (Vorsteuer) erstatten zu lassen.

Ausblick

Wie so oft bei neuen Spielregeln stellen sich auch hinsichtlich der neuen Ortsbestimmung ab 2015, den damit verbundenen Folgen und auch zur Anwendung der Mini-One-Stop-Shop-Regelung viele Fragen, die sich sicherlich erst im Laufe der Zeit beantworten lassen. Unternehmen müssen sich beispielsweise damit beschäftigen, wie sie effizient überprüfen können, ob es sich beim Leistungsempfänger um einen Nichtunternehmer handelt und wie der Nachweis über die jeweilige Ansässigkeit geführt wird. Spannend ist auch die Frage, wie die künftige Preisgestaltung mit Rücksicht auf die verschiedenen Steuersätze in der EU vorgenommen werden kann.

Stefan Mayer-Ehring

ist Steuerberater bei EY in Leipzig und Mitglied der Start-up-Initiative von EY. EY berät Start-ups betriebswirtschaftlich, steuerlich und rechtlich in allen Phasen ihres Wachstums – angefangen von der Wahl der passenden Rechtsform über die Sicherung von Markenrechten, die Plausibilitätsüberprüfung von Businessplänen, zu Finanzierungsfragen bis hin zu Fragen der optimalen steuerlichen Struktur.



*Wir bringen
Wissenschaft
und Wirtschaft
zusammen*

*Wir unterstützen
von der Idee bis
zur Gründung*



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

Bedeutung öffentlicher Beteiligungsgesellschaften in Deutschland

Der Staat als Venture Capital-Investor

Der Staat ist derzeit wohl der aktivste Venture Capital-Investor in Deutschland. Geschätzt wird, dass an rund 45% aller Venture Capital-Investments in der Frühphase öffentliche Beteiligungsfonds beteiligt sind. Die staatlichen Beteiligungsgesellschaften zielen darauf ab, Kapital in Form von Co-Investments von privaten Investoren zu mobilisieren und auf diese Weise zum Aufbau einer investitionskräftigen Venture Capital-Szene in Deutschland beizutragen. Trotz der hohen Bedeutung der staatlichen Beteiligungsfonds fehlt es an aktuellen Marktzahlen. Deshalb hat Lutz Abel in einer aktuellen Studie die derzeit aktiven staatlichen Beteiligungsgesellschaften erfasst und ihr Investitionsverhalten ausgewertet.

Die Daten- und Informationslage zu den derzeit investierenden staatlichen Beteiligungsgesellschaften ist dürrig. Zwar hat jeder Beteiligungsfonds einen eigenen Internetauftritt, in dem die Beteiligungsgrundsätze dargestellt werden. Aber es fehlt bei vielen Fonds an Angaben zum Investitionsverhalten. So wird meist nicht erläutert, wie viele Beteiligungen pro Jahr in welcher Investitionshöhe durchgeführt werden. Unklar ist darüber hinaus, wie viele Exits und Insolvenzen sich gegenüberstehen und welche Rentabilität der einzelne Fonds erzielt. Um einen Vergleichsmaßstab zwischen den einzelnen Fonds zu bekommen, werden in der Studie folgende Annahmen getroffen: Das jeweilige Fondsvolumen wird ermittelt, und dieses wird ins Verhältnis zur Fondslaufzeit gesetzt. Berücksichtigt werden können demnach weder Einnahmen noch Kosten. Ist ein Fonds beispielsweise für fünf Jahre aufgelegt und stehen insgesamt 50 Mio. EUR an Geldern bereit, ergibt sich eine (fiktive) durchschnittliche Investitionssumme von 10 Mio. EUR pro Jahr.

Erfasst werden im Übrigen in der Studie lediglich staatliche Beteiligungsgesellschaften, an denen der Staat (Bund/Bundesländer) mehr als 50% der Anteile hält.

Wesentliche Ergebnisse der Studie

Unter den getroffenen Annahmen kommt die Studie zu dem Ergebnis, dass der Bund pro Jahr die Möglichkeit hat, über seine Fonds (ERP-Startfonds der KfW, High-Tech Gründerfonds und EAF) ca. 109 Mio. EUR zu investieren. Die berücksichtigten Länderfonds kommen zusammen auf ein durchschnittliches jährliches Investitionsvolumen von 113,2 Mio. EUR. Die Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern sind da-

bei enorm. Während einige Bundesländer wie Thüringen, Berlin, Sachsen-Anhalt, Brandenburg über die Nutzung von EFRE-Mitteln großvolumige Venture Capital-Fonds auflegen können, haben andere Bundesländer – Hessen, Niedersachsen, Saarland – keine eigenen Wagniskapital-Gesellschaften. Die zur Verfügung stehenden europäischen ERP- und EFRE-Mittel sind ein maßgeblicher Faktor für die Finanzkraft der Länder-Beteiligungsgesellschaften. Die europäische Strukturpolitik führt dazu, dass einige Bundesländer besonders aktive Venture Capital-Investoren sind. Diese Ergebnisse sind grafisch in der Länderübersicht dargestellt.

Bayern spielt eine besondere Rolle. Diesem Bundesland ist es gelungen, über die LfA mit der EIF einen Dachfonds aufzulegen, der unmittelbar in private Venture Capital-Fonds investiert. Dies trägt dazu bei, dass der Fonds-Standort Bayern – insbesondere München – deutschlandweit führend ist.

Dachfonds oder unmittelbare Beteiligung

Derzeit konkurrieren zwei unterschiedliche Beteiligungsmodelle miteinander: Dachfonds und unmittelbare Beteiligung. Auf Bundes- und Länderebene dominieren aktuell die unmittelbaren Beteiligungen durch staatliche Fonds, d.h., die staatliche Beteiligungsgesellschaft trifft selbst die Investmententscheidung und wird Gesellschafter des Zielunternehmens. Dachfondskonstruktionen (staatliche Mittel werden einem privaten Venture Capital-Fonds zur Verfügung gestellt) werden derzeit vor allem in Zusammenarbeit mit dem European Investment Fund (EIF) aufgelegt. Zu den Dachfonds zählt beispielsweise der gemeinsam von der LfA Förderbank Bayern und dem EIF aufgelegte Dachfonds LfA/EIF facility, der insgesamt ein Volumen in Höhe von 100 Mio. EUR privaten Venture Capital-Fonds zur Verfügung stellen kann – und auf diese Weise derzeit 32 Fonds ausgestattet hat. Eine Mischform findet sich in einzelnen Bundesländern, in denen private Gesellschaften mit der Verwaltung des Fonds beauftragt werden (z.B. in Mecklenburg-Vorpommern). Zur Frage, welche Beteiligungsform zu besseren Ergebnissen führt, liegen derzeit keine belastbaren Informationen vor.

Pari passu oder Nachrangdarlehen

Wie vorab erläutert, ist die unmittelbare Beteiligung (und nicht der Dachfonds) das derzeit von Bund und Ländern bevorzugte



Modell. Demnach beteiligt sich der Fonds in der Regel selbst als Gesellschafter am Zielunternehmen und der Beteiligungsmanager des Fonds nimmt die Gesellschafterrechte wahr. Die Auswertung der angebotenen Investmentstrukturen zeigt, dass offene Beteiligungen von staatlichen Beteiligungsfonds vor allem über zwei Modelle erfolgen:

- **Pari-passu-Modell:** Der staatliche Beteiligungsfonds investiert unter den gleichen Vorgaben wie der private Investor, d.h., der öffentliche Beteiligungsfonds schließt sich den vom Privatinvestor ausgehandelten Konditionen an. Beihilferechtlich ist dadurch sichergestellt, dass keine unzulässige Beihilfe vorliegt, da angenommen wird, dass der Privatinvestor zu marktgerechten Konditionen investiert.
- **Nachrangmodell:** Darüber hinaus steht bei vielen Fonds eine offene Beteiligung verknüpft mit einem Nachrangdarlehen zur Verfügung (z.B. HTGF, Innovationsstarter Hamburg). Die offene

Beteiligung wird dabei an den Fonds zu nominal ausgegeben, eine zusätzliche schuldrechtliche Zuzahlung erfolgt nicht; stattdessen gewährt der staatliche Beteiligungsfonds noch ein Nachrangdarlehen, welches gegebenenfalls bei einer späteren Finanzierungsrunde gewandelt werden kann.

Standortvorgaben: Staatliche Venture Capital-Fonds betreiben Standortförderung. Das Investment ist daher häufig an einen bestimmten regionalen Standort der Zielgesellschaft geknüpft. Welche Bundesländer entsprechende Vorgaben aufstellen, ist in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

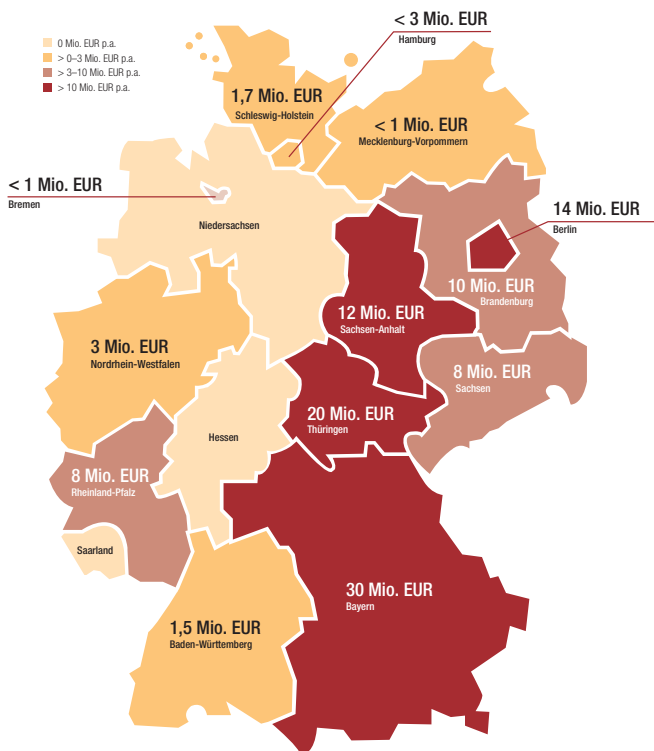


Länderfonds im Vergleich

Bundesland	Durchschnittliche Investitionsmöglichkeiten p.a. in Mio. EUR (geschätzt)	Maximales Alter des Zielunternehmens in Jahren	Maximale Beteiligungsquote/ Unternehmen	Max. Beteiligungshöhe/ Unternehmen in Mio. EUR	Standortvorgaben für Zielunternehmen (BS = Betriebsstätte)
Bayern	30	versch.	versch.	versch.	ja
Thüringen	20	k.A.	k.A.	0,1–5,0	ja (Sitz oder BS)
Berlin	14	k.A.	15–49	1,5–3,0	ja
Sachsen-Anhalt	12	k.A.	24,9	10	teilweise
Brandenburg	10	6	15	1	ja (Sitz oder BS)
Rheinland-Pfalz	8	6	24,9	1	ja (BS)
Sachsen	8	5	49	0,2–4,0	ja
Hamburg	3	6	k.A.	0,5–1,0	ja (Sitz oder BS)
Nordrhein-Westfalen	< 3	1,5	k.A.	0,5	ja (Bezug zu NRW)
Baden-Württemberg	1,5	10	k.A.	0,3–1,25	ja (Sitz oder BS)
Mecklenburg-Vorpommern	< 1	6	k.A.	0,15–1,5	ja
Bremen	< 1	3	k.A.	0,015	ja (Sitz oder BS)
Schleswig-Holstein	unklar	6	k.A.	0,05–0,35	k.A.
Hessen	kein staatlicher VC-Fonds, v.a. Beteiligungen Mittelstand				
Niedersachsen	kein staatlicher VC-Fonds				
Saarland	kein staatlicher VC-Fonds				

Quelle: Lutz Abel 10/2014

Durchschnittliche Investitionsvolumen p.a. je Bundesland



Quelle: Lutz Abel 10/2014

➔ Haben die Gründer eine Finanzierungsrunde mit einem privaten Investor in Aussicht, sollten sie für sich und gemeinsam mit dem Investor klären, ob eine Doppelung des Investments durch die Beiziehung eines staatlichen Beteiligungsfonds im Pari-passu-Modell Vorteile bietet.

➔ Wichtig ist darüber hinaus, dass die Gründer prüfen, ob sie die Bedingungen der Beteiligung dauerhaft erfüllen können. Dies gilt beispielsweise, wenn ein bestimmter Standort (z.B. ein Bundesland) Voraussetzung für die Beteiligung ist: Können Standortvorgaben dauerhaft erfüllt werden? Ist eine Unternehmensverlagerung ohne Zustimmung des staatlichen Venture Capital-Fonds möglich? Und welche Folgen ergeben sich bei einer Verlegung des Unternehmenssitzes? Dies sind Fragen, welche die Gründer vor Abschluss des Beteiligungsvertrages klären sollten.

Was ist Business Angels und Investoren zu empfehlen?

Staatliche Venture Capital-Fonds zielen darauf ab, privates Venture Capital zu aktivieren. Deshalb sind staatliche Beteiligungsgesellschaften in der Regel daran interessiert, ein gutes und enges Kooperationsverhältnis mit privaten Investoren aufzubauen. Einige öffentliche Beteiligungsfonds, z.B. der ERP-Startfonds, verlangen vom privaten Investor ein Registrierungsverfahren. Durchläuft der Investor dieses erfolgreich, ist die Zusagequote im Falle eines vorgesehenen Investments sehr hoch. Das Verhältnis zwischen privatem Investor und öffentlicher Beteiligungsgesellschaft wird dann regelmäßig über einen Kooperationsvertrag geregelt, welcher eine zusätzliche Vergütung für den privaten Investor vorsehen kann.

Was ist Start-ups zu empfehlen?

Staatliche Beteiligungsgesellschaften gehören in Deutschland zu den aktivsten Venture Capital-Investoren. Deshalb sollten sich Gründer mit den Angeboten der regionalen und nationalen Beteiligungsgesellschaften intensiv auseinandersetzen. Dabei sind nach unserer Einschätzung vor allem folgende Punkte zu beachten:

➔ Gründer sollten prüfen, ob die Angebote mit der eigenen Unternehmensentwicklung in Einklang zu bringen sind. So passt das beschriebene Nachrangmodell unseres Erachtens vor allem zu Unternehmen in der Seed-Phase, wenn der staatliche Beteiligungsfonds als erster externer Investor einsteigt. Denn in dieser frühen Phase hat die Gesellschaft i.d.R. noch keine hohe Pre-Money-Bewertung erreicht, sodass der Einstieg zu nominal und die Gewährung des Nachrangdarlehens in derartigen Konstellationen funktionieren. Für weniger sinnvoll halten wir es, wenn dieses Nachrangmodell auch auf Wachstumsunternehmen angewandt wird, welche bereits Finanzierungsrunden hinter sich haben und eine entsprechend höhere Pre-Money-Bewertung erreicht haben. In diesen Fällen wird die Gewährung eines Nachrangdarlehens den Interessen der Parteien regelmäßig nicht gerecht. Denn durch die Ausgabe der Geschäftsanteile zu nominal wird die Bewertung der Gesellschaft regelmäßig belastet und die Ansprache weiterer Investoren zumindest kurzfristig erschwert. In dieser Phase geeigneter ist das Pari-passu-Modell.

Fazit

Business Angels und Investoren sollten daher den Kontakt zu öffentlichen Beteiligungsgebern pflegen, um zügig eine Investmententscheidung erzielen zu können. Die Zusagequote ist hoch, wenn der private Lead-Investor ein gewachsenes Vertrauen genießt. Und auch Gründer sollten sich aktiv mit den staatlichen Angeboten auseinandersetzen – dabei jedoch intensiv prüfen, ob der jeweilige Kapitalgeber zu den eigenen Zielen passt. Die gesamte Studie könnt Ihr kostenlos über unsere Website unter www.lutzabel.com anfordern.

Dr. Lorenz Jellinghaus (li.)

ist Rechtsanwalt am Hamburger Standort der Lutz Abel Rechtsanwalts GmbH.

Dr. Bernhard Noreisch,

LL.M. ist Rechtsanwalt und Partner bei Lutz Abel in München. Beide sind spezialisiert auf Venture Capital und beraten Mandanten im Handels- und Gesellschaftsrecht.



15 Jahre BioPark Regensburg



ERFOLGREICHES INNOVATIONSZENTRUM AN DER DONAU



Gesundheitsbranche in Regensburg

- 1,4 Mrd. Euro Umsatz
- 15.500 Beschäftigte

Cluster BioRegio Regensburg

- 48 Firmen (Lebenswissenschaften)
- 3.369 Beschäftigte

BioPark Regensburg

- 36 Mieter
- 600 Beschäftigte
- auf 18.000 m² hochwertige Büros & Labore (S1&S2)
- flexible Mieteinheiten & Einzelbüros
- umfangreiche Technik & Service vor Ort
- persönliche Beratung und Atmosphäre
- unmittelbarer Autobahnanschluss
- direkt auf dem Uni-Campus (Infrastruktur)
- eigene Kindertagesstätte
- über 40 Firmengründungen seit 1999
- Hörsaal & Konferenzräume auch für Externe
- kurze Wege zu den wichtigsten Netzwerken
- aktives Standortmarketing

Mitglied von **CLUSTER
BIOTECHNOLOGIE
BAYERN**

Ein Unternehmen der Stadt Regensburg

BIO**PARK**
R E G E N S B U R G G M B H

Kapitalbeschaffung deutscher Start-ups in den USA

Welches ist das richtige Set-up?

Deutsche Gründer und Investoren zieht es immer häufiger in die USA. Deutlich höhere Multiples bei Finanzierungsbewertungen und Exits. Mehr Wagniskapital. Mehr Offenheit zu Innovation. All dies sind gute Argumente für Gründer deutscher Unternehmen, den großen Schritt über den Atlantik zu wagen. Doch wie werden attraktive Ausgangssituationen für Investoren geschaffen und was gilt es dabei zu beachten?

Hat man die ohnehin eher dünn gesäten Anbieter von Wagniskapital in Deutschland gerade erst besucht und ist vielleicht auch auf europäischer Ebene auf Roadshow gegangen, so finden sich viele Unternehmen und Gründer enttäuscht von dem Outcome. Oft ist die Bewertung zu gering und der Glaube an das Unternehmen nicht in ausreichendem Maße vorhanden, obwohl man vielleicht sogar auf ein Unternehmen in den USA verweisen kann, das sich zu höheren Bewertungsmultiples finanziert oder sogar sehr erfolgreich verkauft wurde. Nur zu naheliegend ist die Überlegung, es selbst in den USA zu versuchen. Dabei sollten folgende Grundüberlegungen zur optimalen Strukturierung eines deutschen Unternehmens angestellt werden. US-Investoren verlangen vielfach ein Commitment der Gesellschaft und des Managements in den USA und machen dies zur Voraussetzung ihrer Investmententscheidung. Dies bedeutet in der Regel, dass eine in den USA ansässige Gesellschaft mit amerikanischer Rechtsform geschaffen wird. Üblicherweise ist

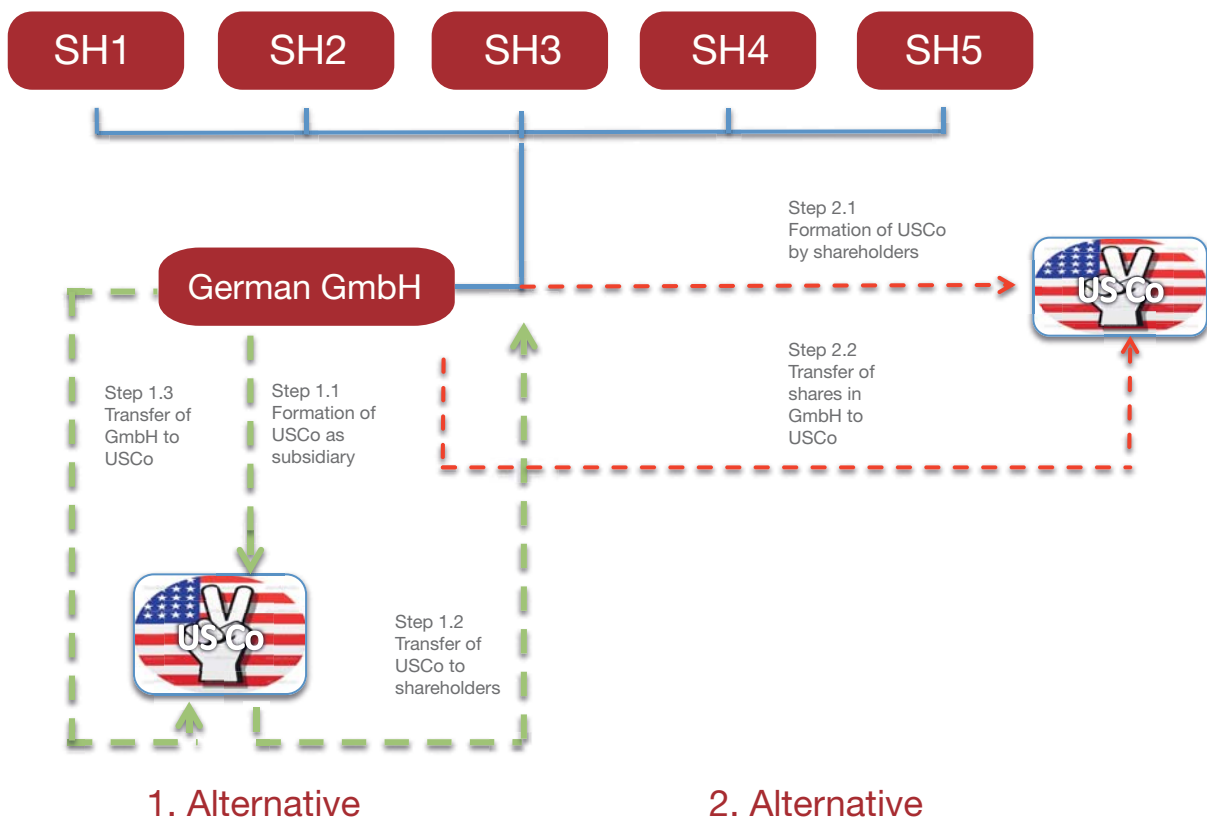
dies eine Kapitalgesellschaft in der Form einer Corporation oder – seltener – einer Limited Liability Company, gegründet nach dem Recht eines Bundesstaates mit überschaubaren und modernen gesellschaftsrechtlichen Statuten – meist des Bundesstaates Delaware.

Flip-up

Im Ergebnis führt dies in der Regel dazu, dass ein sogenannter „Flip-up“ vorgenommen wird. Dabei tauschen die Gesellschafter der deutschen Gesellschaft ihre Anteile an dieser in Anteile an der US-Gesellschaft. Dies kann sowohl über den Zwischenschritt einer bereits bestehenden US-Tochtergesellschaft als auch über eine neu gegründete US-Gesellschaft geschehen.

Wenngleich ein solcher Anteilstausch zunächst recht einfach klingt, sind einige essenzielle Überlegungen und Vorbereitungen anzustellen, bevor man mit der Umsetzung beginnen kann.

Flip-up-Alternativen



Quelle: Röhrborn

Steuern

Für die Gesellschafter der deutschen Gesellschaft stellt der Flip-up einen sogenannten qualifizierten Anteilstausch dar und wird damit steuerlich wie eine entgeltliche Veräußerung der Anteile zum gemeinen Wert angesehen. Dieser gilt zugleich wiederum als Anschaffungskosten der erworbenen Anteile an der US-Gesellschaft. Soweit es sich bei den Gesellschaftern der deutschen Gesellschaft um Kapitalgesellschaften (AG, GmbH bzw. UG) handelt, liegt in Höhe des Betrags, um den der Veräußerungspreis den Buchwert der Anteile an der deutschen Gesellschaft übersteigt, ein Gewinn vor. Der Veräußerungsgewinn ist somit effektiv zu 95% körperschaft- und gewerbsteuerfrei. Soweit es sich bei den Gesellschaftern um Personengesellschaften handelt, hängt die Besteuerung davon ab, ob und inwieweit natürliche Personen oder Kapitalgesellschaften an der Personengesellschaft beteiligt sind. Im schlechtesten Fall kann eine Altgesellschafterstruktur in Deutschland, die vorwiegend aus Nichtkapitalgesellschaften besteht, bereits die Flip-up-Pläne im Keim ersticken lassen.

Übertragung von Intellectual Property (IP)

Der Verkauf der IP an die US-Gesellschaft müsste, sofern gewollt oder von Investoren gefordert, zu fremdüblichen Konditionen erfolgen. Der Wert der IP könnte aus dem Wert der Anteile abgeleitet werden, da es sich häufig bei der IP um den wesentlichen/wertbeeinflussenden Vermögensgegenstand handelt. Vielfach wird der Flip-up auch dazu verwendet, die Einkünfte aus Lizenzeinnahmen im Konzern zu optimieren, da Deutschland eines der wenigen Länder ist, das Einkünfte aus Lizenzen nicht privilegiert besteuert. Auf Ebene der deutschen Gesellschaft ist der Verkaufserlös der IP eine körperschaft- und gewerbsteuerpflichtige Betriebseinnahme.

Wegzugsbesteuerung des Geschäftsführers

Der Wegzug aus Deutschland in ein Land außerhalb des EWR führt zur Besteuerung des Wertzuwachses der Beteiligung des Geschäftsführers an seiner Beteiligungsgesellschaft, die meist wiederum Anteile an der deutschen Gesellschaft hält, wenn der Geschäftsführer insgesamt mindestens zehn Jahre in Deutschland unbeschränkt einkommensteuerpflichtig war. Besteuert wird der entstandene Wertzuwachs, d.h. der Unterschied zwischen „gemeinem Wert“ der Beteiligungsgesellschaft im Zeitpunkt des Wegzugs und ihren Anschaffungskosten (Einzahlung Stammkapital, evtl. Gründungskosten etc.). Von dem Wertzuwachs sind 60% mit dem individuellen Einkommensteuersatz zu versteuern (Teileinkünfteverfahren). Diese Steuer fällt an, obwohl keine Realisierung des Wertzuwachses stattgefunden hat. Eine Stundung der Steuerzahlung wird in Fällen eines Flip-ups oft gewährt, da die Einziehung mit „erheblichen Härten für den Steuerpflichtigen“ verbunden ist, weil mangels Realisierung keine Liquidität zur Zahlung der Steuern frei geworden ist. Allerdings wird diese Stundung grundsätzlich längstens für fünf Jahre und längstens bis zum Verkauf der Anteile gewährt. Ferner sind während des Stundungszeitraums bereits regelmäßige Teilbeträge zu leisten. Außerdem kann das Finanzamt eine Sicherheitsleistung verlangen. Wenn die versteuerte Wertsteigerung nie realisiert wird, z.B. weil die Beteiligung später wieder an Wert verloren hat und deutlich billiger verkauft wird oder sogar komplett abzuschreiben ist, bleibt es allerdings dennoch bei der festgesetzten Steuer, da diese ausschließlich anhand des gemeinen Werts im Zeitpunkt des

Wegzugs berechnet wird. Die Besteuerung des Wertzuwachses entfällt bei nur vorübergehendem Wegzug und einer Rückkehr innerhalb von fünf Jahren.

Veränderte Vertragsstrukturen

Kennt man hierzulande den Finanzierungsvertrag, die Gesellschaftervereinbarung und die Satzung als die wesentlichen Dokumente, so teilt sich dies in den USA üblicherweise mit einem sehr ähnlichen wirtschaftlichen Ergebnis auf eine Vielzahl von Verträgen auf, die sich üblicherweise in (i) Certificate of Incorporation; (ii) Bylaws (iii) Investors' Rights Agreement („IRA“), (iv) Voting Agreement und (v) Right of First Refusal and Co-Sale Agreement („ROFR“) gliedern. Die Stimmrechtsverteilung und Liquidationspräferenz erscheint nach US-Gepflogenheiten einfacher ausgestaltet. Es gilt die Grundregel: Jeder Investor hat Vorzugsaktien (Preferred Shares), die Gründer haben Stammaktien (Common Shares). Bei wesentlichen Entscheidungen und der Liquidationsverteilung entscheiden die Preferred Shares.

US-Securities Law Compliance

Die US-Aktien an der neuen Gesellschaft werden in den USA unter gewissen Ausnahmenvorschriften ausgegeben, die eine Registrierung nach den jeweiligen US-Gesetzen nicht vorsehen. Dies bedeutet insbesondere, dass die Aktien gewissen Angebotsrestriktionen der sogenannten Rule 144 des United States Securities Act of 1933 unterliegen und nur im Rahmen sogenannter Private Placements an „Accredited Investors“ angeboten werden dürfen.

ESOPs

In der Regel werden beim Flip-up auch bestehende Mitarbeiter-incentivierungsprogramme durch, von den US-Steuerbehörden anerkannte, Employee Compensation Plans ersetzt.

US-Steuern

Die US-Gesellschaft benötigt eine sogenannte EIN (Employer's Identification Number) und ein US-Bankkonto, um operativ tätig zu werden. Zusätzlich zu den US-Bundessteuern wird in Delaware eine jährliche Franchise-Steuer erhoben. ■■■

Jens Röhrborn

ist Rechtsanwalt in München und Partner bei Röhrborn, LLP. Er ist seit 1995 auf die Vertretung von Start-ups, deren Gründer und Investoren spezialisiert.



Elizabeth Napjus Hudson

ist eine in Deutschland zugelassene Rechtsanwältin aus New York und Special Counsel bei Röhrborn, LLP in München. Sie berät vor allem bei Transaktionen mit US-Bezug, US-Gesellschaftsgründungen und Flip-ups. Zu ihren Mandanten zählen neben Start-ups Venture Capital-, Real Estate- und Private Equity-Fonds.



Outsourcing

Small is Business

Outsourcing statt Inhouse-Abwicklung oder Festanstellung von Mitarbeitern – der Kostenvorteil liegt auf der Hand. Dennoch sollte man genau überlegen, was, wie und wohin ausgelagert wird, ohne dass das Kerngeschäft darunter leidet. Wo es sich lohnt, Teilbereiche extern zu vergeben.

Der Firmenname Zelfmade GmbH könnte davon künden, dass hier ein Unternehmer dahintersteht, der alles im Alleingang erledigt. Doch Florian Zelfel ist Outsourcer par excellence. Mit ganzen drei Mitarbeitern organisiert der Hamburger bundesweit unzählige kleinere und größere Events – und holt sich für alles seine Spezialisten heran. Das gilt auch für betriebsinterne Prozesse wie die Buchhaltung oder die IT. Jetzt hat er mit Eventmachine.de sein eigenes Portal an den Markt gebracht, das seinen Kunden ermöglicht, ihre Firmenevents erstmals online zu kalkulieren. Geholfen hat ihm dabei sein langjähriger Partner, die Hamburger Sozietät bdp Bormann, Demant und Partner, die sich dabei um solche Themen wie Lizenzen, Besteuerung ausländischer Künstler und Vertragsmanagement kümmert. Rüdiger Kloth von bdp: „Richtlinien und Verordnungen in diesem Bereich werden immer komplizierter. Welcher Unternehmer ist sich schon darüber im Klaren, welche Folgen eine Umsatzsteuerschuldhaftigkeit für ihn haben kann?“ Würde Zelfel Buchhaltung und Vertragsmanagement inhouse erledigen, müsste er zwei bis drei Mitarbeiter fest anstellen. Die Programmierung und Konfigurierung seines Portals hat Zelfel ebenfalls komplett in den USA entwickeln lassen: „Wir waren als Eventagentur nicht unbedingt prädestiniert dafür, ein Onlinetool zu entwickeln“, so Zelfel. Der Erfolg gibt ihm recht: Seit Juli haben über 5.000 User seinen Eventplaner genutzt.



Florian Zelfel,
Zelfmade GmbH



Rüdiger Kloth,
bdp

Intern oder extern

Matti Niebelschütz, Gründer von MyParfum, kennt die Vorteile beider Modelle. Seine Idee, dass jeder im Netz sein eigenes Parfüm kreieren kann, fand rasant Zuspruch, und das Berliner Unternehmen wuchs auf 60 Beschäftigte. SevenVentures – die Beteiligungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Media AG – stieg als Investor mit Media for Equity ein. Das Bartergeschäft floppte, Niebelschütz musste alle Mitarbeiter entlassen und warb über das Crowdfunding-Portal Companisto mehr als 400.000 EUR für den Neustart ein. Seither arbeitet er mit einem festen Team von sieben



Leuten und versucht, so viel wie möglich nach draußen zu geben. Hier sucht er auch international und lässt einen Teil des Webdesigns von einem ukrainischen Freelancer gestalten.

Präzise Formulierungen für den Auftragnehmer

„Für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit internationalen Experten sollten Auftraggeber darauf achten, ihre Wünsche und Anforderungen für das jeweilige Projekt so präzise wie möglich zu formulieren“, empfiehlt Thomas Jajeh, Geschäftsführer und Gründer der Freelancer-Plattform twago, die weltweit Freiberufler vermittelt. „Der Umfang einer Ausschreibung sollte genau abgedeckt werden und bei den Angaben von möglichen Partnern genau hingesehen werden, damit vermeidbare Fehler erst gar nicht begangen werden.“ Doch nicht nur IT oder Buchhaltung lassen sich extern abwickeln, sondern fast jeder Bereich.

Eigene Logistik bindet Liquidität

Beispiel Logistik. Ob Windeln, Mode oder Sexspielzeug – wo immer der Versandhandel im Internet schnell den Kinderschuhen entwachsen ist, kommt man im E-Commerce-Handel schnell an seine Grenzen. „Lagerkapazitäten unter 100 m² sind kaum zu finden, ein zu überdimensioniertes Lager oder ein falsch ausgehandelter Mietvertrag führen dann schnell zu Verlusten“, weiß Oliver Dahms, der unter anderen die Logistik bei Amazon und dem Buchaufkäufer Momox aufgebaut hat. Momox etwa wuchs innerhalb von sieben Jahren auf 600 Mitarbeiter und kaufte seither über 50 Millionen Artikel an. Firmengründer Christian Wegener hatte seinerzeit im heimischen Wohnzimmer in Berlin-Kreuzberg begonnen und begann in Neuenhagen bei Berlin mit dem Aufbau eigener Lagerkapazitäten. Doch auch hier stieß das Unternehmen schnell wieder an seine Grenzen und musste in Leipzig einen zusätzlichen Standort erschließen. „Solange es nur ein paar Pakete am Tag sind, kann man die Logistik sicherlich inhouse managen“, sagt Oliver Dahms, der seit einem Jahr sein Logistikunternehmen Dahms Solutions betreibt, welches sich auf Start-up-Unternehmen im Onlinehandel spezialisiert hat. Kritisch, so der Logistiker, wird es dann, wenn Retouren zum Tagesgeschäft werden: „Damit sollte man professionell umgehen und es nicht als Kritik an der eigenen Geschäftsidee werten.“ Dahms sieht vier Unternehmens-typen, für die es sich lohnt, über eine externe Logistikkö-sung nachzudenken: „Wenn sie stark wachsend sind, sie die eigene Entwicklung nicht abschätzen können, ein hoher Automatisierungsgrad auftritt oder wenn das Kapital nicht vorhanden



Oliver Dahms,
Dahms Solutions

ist, eigenes Personal und Lagerkapazitäten vorzuhalten.“ Bei einer eigenen Logistik kommt dann auch – etwa in der Pharmabranche oder beim Versand von Lebensmitteln – noch eine geforderte Zertifizierung dazu, die schnell 20.000 EUR an liquiden Mitteln bindet. Doch Investoren, so Dahms' Erfahrung, wollen lieber in den Markt als in die Infrastruktur investieren.

Investoren geben lieber Geld fürs Produkt

Das sieht Roger Bendisch, Geschäftsführer der IBB Beteiligungsgesellschaft Berlin, die sich mit zwei Venture Capital-Fonds für kreative oder technologieorientierte Unternehmen an den jungen Unternehmen beteiligt, ebenso: „Geld ist ein rares Gut, und deswegen sollten die Gründer genau überlegen, wie sie es einsetzen.“ Aus seiner jahrelangen Erfahrung weiß er, wo man überall Dienstleistungen an externe Profis vergeben kann: „Neben der Buchhaltung, der Logistik können auch alle Kommunikationsdienstleistungen wie Marketing, PR oder Werbung ausgelagert werden. Jedes Gründerteam sollte sich daher fragen: ‚Was sind meine Stärken?‘ und sich dann auf seine Kernkompetenzen beschränken.“ Auf den gemeinsamen Gesellschafterversammlungen mit den Gründern aus der Internet- oder Technologiebranche wird das Thema Outsourcing zur permanenten Prüfung auf die Agenda gesetzt.



Roger Bendisch,
IBB Berlin



Hubert Birner,
Münchner TVM

Dr. Hubert Birner von der Münchner TVM Capital, die Biotechunternehmen in der zweiten Finanzierungsphase unterstützt, stellt fest: „Das Kapital geht heute zu 80%

ins Projekt und nur noch zu 20% in den Overhead. Das war früher genau andersherum.“ Als Ursache sieht Birner den Fakt, dass sich Investoren nur noch in seltenen Fällen leisten, 80 bis 100 Mio. EUR in ein Biotechnologieunternehmen zu investieren, um dann einen Exit zu erreichen.

Erst Erfahrungen sammeln

Nicht alle Unternehmer wollen auf die Schnelle alles extern managen lassen. Andreas Fischer, Mitgründer des Berliner Online-Herrenausstatters Modomoto, lässt an 150.000 Kunden seine Kleiderboxen von den eigenen Mitarbeitern versenden, jeder Kunde erhält eine handgeschriebene Karte seiner Stylistin, die ihn berät. „Zum einen betreiben wir Curated Shopping, individuelles Einkaufen im Netz, und dann ist der erste Eindruck eines Paketes entscheidend“, so Fischer, „eine Karte vom Lagerarbeiter macht sich da nicht so gut.“ Zwar bindet das eine große Anzahl der rund 150 Mitarbeiter, doch Fischer sieht das als besten Weg, zunächst die richtigen Erfahrungen zu sammeln. „Erst dann werden wir über Outsourcing nachdenken.“

Fazit

Unternehmensgründer sollten sich in der Wachstumsphase auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren und rechtzeitig das Thema Outsourcing gemeinsam mit ihren Investoren auf die Agenda setzen. Unternehmenssensible Bereiche wie etwa das Bestandskundenmarketing oder das eigentliche Know-how des Gründers sollten dabei inhouse bleiben.



Torsten Holler
redaktion@vc-magazin.de

ANZEIGE

Reden ist Silber, Lesen ist Gold.



Goldrichtig liegen Sie mit einem Abonnement des VentureCapital Magazins, wenn sie monatlich alle Infos, News & Stories rund um die Themen Private Equity, Technologietrends und Unternehmensgründung direkt nach Hause geliefert haben möchten.

facebook.com/VentureCapitalMagazin

twitter.com/vc_magazin



Jetzt abonnieren: <http://vc-mag.de/abo>

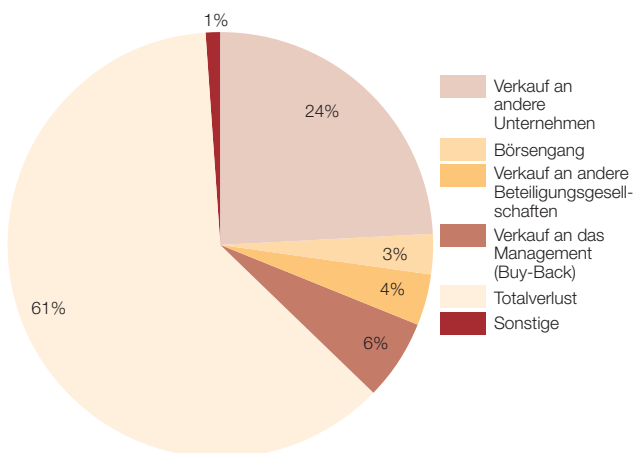
VentureCapital
Magazin

Was tun, wenn der Kaufinteressent anklopft?

„Die glorreichen Sieben – 7 Grundregeln für den Exit“

Auf den ersten Blick erscheint es paradox: Warum sollte ein Gründer, der gerade seine Geschäftsidee auf den Weg gebracht hat und seinen Traum von der Selbstständigkeit verwirklicht, schon wieder über den Ausstieg nachdenken? Schließlich hat er doch, wie die meisten Gründer, „gegründet um zu bleiben“ – will etwas Dauerhaftes schaffen. Doch wer sich, um dieses Ziel zu erreichen, wie die meisten Gründer Unterstützung von Investoren ins Boot holt, muss sich die Frage nach dem Exit stellen. Und laut KfW-Gründungsmonitor 2014 haben 2013 80% der Vollerwerbsgründer externes Finanzkapital eingesetzt. Frisches Kapital benötigen Start-ups in der Regel in mehreren Finanzierungsrunden, was jedes Mal einem Teilverkauf des Unternehmens gleichkommt. Und dann wollen diese Investoren meistens nach drei bis sieben Jahren Kasse machen und die Unternehmensanteile verkaufen, um einen ordentlichen Return on Invest einzufahren. Laut Jahresstatistik 2013 BVK münden 37% der Gründungen mit externer Finanzierung in einem Exit. Das ist das zweitwahrscheinlichste Ergebnis der Gründung – nach der Liquidation (61%).

Divestments nach Exit-Art (mit Verlusten)



Quelle: Warth & Klein Grant Thornton

Und dann ist da noch die Gründungssucht: Laut einer Studie von EY hat fast jeder zweite Gründer mindestens zwei Start-ups aufgebaut und jeder zwanzigste war an fünf oder mehr Start-up-Gründungen beteiligt. Um sich diesen Freiraum zu verschaffen, müssen die „Serientäter“ sich freimachen durch Exits, wobei nicht jeder Exit bedeutet, dass der Gründer und Unternehmer das Unternehmen verlässt. Aber wie bereitet man ein Start-up und sein Team auf einen Exit vor und wann ist der richtige Zeitpunkt für eine solche Vorbereitung? Wie oft im Unternehmerleben gilt auch hier der Grundsatz, je früher, desto besser, denn wenn die Notwendigkeit eintritt, über einen Exit nachzudenken, entweder weil ein potenziell interessierter Käufer anklopft oder weil dem Unternehmen das Geld ausgeht, ist es zu spät für eine (gute) Vorbereitung. Hier also sieben Grundregeln für den Start-up Exit, frei nach den Helden der „glorreichen Sieben“:

1. Das Team vereinen für das Ziel

(Chris Adams (Yul Brunner)):

Gründer, Eigentümer und Investoren sollten bereits zu Beginn einer Zusammenarbeit den Rahmen einer Exit-Strategie definieren und diesen in regelmäßigen Abständen entsprechend der Entwicklung des Unternehmens bestätigen oder überdenken. Hierbei gilt es, die unterschiedlichen Exit-Optionen zu analysieren und zu bewerten, welche gegebenenfalls erfolgreich durchgeführt werden können. Grundsätzlich stehen ein Börsengang, ein Verkauf an ein anderes Unternehmen oder die Einwerbung von Wachstumskapital bzw. der sogenannte Secondary-Verkauf als Alternativen zur Verfügung. Die Attraktivität und Durchführbarkeit hängen von sich verändernden endogenen – Produkt, Entwicklungsgrad, Größe, Finanzierungsstruktur, ... – sowie exogenen Faktoren – Börsen- und Wirtschaftsklima, Wettbewerbsumfeld, Technologische und Marktentwicklung, ... – ab. Weiterhin sollten sich die Akteure hinter einem gemeinsamen Werteziel vereinen und sich im Hinblick auf die Gesamtbewertung und die Struktur des zu erzielenden Erlöses in Form von Cash und Anteilen sowie zukünftigen Komponenten wie Earn-out-Strukturen im Grundsatz einigen oder zumindest miteinander vereinbarte Ziele verfolgen. Die Zeitschiene möglicher Exit-Überlegungen sollte ebenfalls regelmäßiges Thema im Gründer-, Eigentümer- und Investorenaustausch sein, mit dem Ziel, das Zeitfenster für einen möglichst erfolgreichen Exit zu erkennen und dann handlungsfähig zu sein. Dieses hängt insbesondere von den o.g. Faktoren ab sowie von der Flexibilität und Fähigkeit der Organisation und ihres Umfelds, einen „guten Deal“ zu erkennen, wenn er sich präsentiert. Hierzu ist es ratsam, einen stetigen und offenen Dialog mit Marktteilnehmern, aber auch Beratern zu ermöglichen, ohne dass sich das Unternehmen aktiv in einer Vermarktungsphase befindet. Durch die Vereinigung des Teams hinter einer Zielvision wird die Grundlage geschaffen, der Außenwelt ein einheitliches Bild zum Unternehmen und seinen mittel- und langfristigen Exit-Zielen zu vermitteln.



Foto: © Thinkstock/Stock/Kamaga, eigene Komposition

2. Das Spiel des Gegenübers lesen, seine Strategie erkennen (Chico (Horst Buchholz))

Sind sich die Gründer und Investoren über die Positionierung des Unternehmens, seine Stärken und Schwächen und seine Wachstumsagenda im Klaren? Welches sind die Punkte, die das Unternehmen von einer möglichen strategischen Option für Käufer in eine strategische Notwendigkeit für diese wandeln? Verständnis für die Strategien und Beweggründe von strategischen Käufern aufzubauen, diese mit dem Profil des Unternehmens abgleichen und daraus die strategische Rationale für einzelne Käufer und Käufergruppen abzuleiten, ist eine Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Exit. Nur wenn sich die Unternehmen den Blick des Käufers zu eigen machen und daraus den strategischen Nutzen und Wert ableiten, können diejenigen Käufer identifiziert werden, die dies auch in der Bewertung reflektieren werden.

3. Schätze erkennen und heben (Harry Luck (Brad Dexter))

Der Unterschied zwischen einem rohen Diamanten und einem Brillanten besteht darin, die richtigen Facetten herauszuarbeiten und diese in das richtige Licht zu setzen! Für Unternehmer bedeutet dies, die Leistungsfähigkeit und Entwicklung des Unternehmens anhand von Maßgrößen (KPIs) zu definieren, diese über den Zeitverlauf nachzuhalten und im Vergleich mit anderen zu setzen. Hierbei sollten sowohl finanzielle KPIs, wie Umsatzwachstum, Margenentwicklung und Cash Conversion, berücksichtigt werden wie auch operative Kennzahlen, wie Kundenanzahl, Churn oder Produktivitätsmaßgrößen. Diese KPIs sollten zu jeder Zeit verfügbar sein, um sie bei Bedarf parat zu haben. Dies gibt auch Auskunft über die Kontrolle, die ein Team über das Unternehmen hat. Auch aus der Bewertungsstruktur ergeben sich in einem Verkauf Schätze, die es zu heben gilt: Im Zusammenspiel zwischen Unternehmenswert, Fremdfinanzie-

ANZEIGE



WIR FÖRDERN ANFÄNGER UND ETABLIERTE

Bayerns Mittelstand ist stark in seiner Vielfalt. Als Förderbank für Bayern unterstützen wir die Zukunftspläne junger Firmengründer genauso wie neue Vorhaben erfahrener Unternehmer. Gerne beraten wir Sie kostenfrei, wie Sie unsere Fördermöglichkeiten voll nutzen können. Tel. 0800 - 21 24 24 0



nung, liquiden Mitteln und Working Capital können entscheidende Werte im Rahmen eines Verkaufs gehoben oder versenkt werden. Auch hier gilt es, die Informationen und Sichtweise entsprechend vorzuhalten und die Argumentation auf der Grundlage von Daten führen zu können.

4. Gemeinsam die Zukunft fordern

(Britt (James Coburn))

Da es beim Unternehmenserwerb immer auch um die oft gestellte Frage „Wie wird aus $1 + 1 = 3$?“ geht, müssen auch die Wertebereiche durchdacht werden, die sich durch die Kombination mit einem Käufer ergeben: die berühmten Synergien. Dabei sollten diese sowohl auf einer Umsatz-, einer Kosten- als auch einer technologischen Ebene vom Verkäufer reflektiert und aus seiner Sicht durchdacht werden. Natürlich stellt sich bei Synergien immer auch die Frage, wer dafür zahlen soll. Aber sie kann nicht gestellt und somit nicht verhandelt werden, wenn diese nicht aufgezeigt und diskutiert werden. Und dies ist vorrangig im Interesse des Verkäufers.

5. Die Mannschaft sichern

(Lee (Robert Vaughn))

Ein Gründerteam und seine Investoren sollten auch ein klares Bild darüber haben, was oder wer maßgeblich den Wert des Unternehmens darstellt oder stützt, gerade während des Verkaufsprozesses. Dies sind in der Regel Mitarbeiter, können aber auch Kundenbeziehungen oder Prozesse sein. Sie sind sowohl für den Käufer, der dafür einen Kaufpreis zahlt, als auch für den Verkäufer, der möglicherweise einem Earn-out zugestimmt hat, von großer Bedeutung und müssen daher frühzeitig gesichert werden. Dies geschieht durch Beteiligungsprogramme, Incentivierung im Verkauf, aber auch im Arbeitsverhältnis unter des Käufers Flagge, rechtzeitige und offene Kommunikation sowie die Ausarbeitung von Integrationsplänen, die den jeweils sehr individuellen Notwendigkeiten gerecht werden.

6. Den Lauf säubern, um sicher zu treffen

(Bernardo O'Reilly (Charles Bronson))

Hier geht es im Wesentlichen um Hygienefaktoren, die das Risiko einer Transaktion minimieren und eigentlich selbstverständlich sind, dennoch oft im Tagesgeschäft und in der Hitze des Gefechts untergehen: Laufend und vorbereitend sollten alle wichtigen und wesentlichen Informationen und Unterlagen, insbesondere Verträge, sonstige rechtliche Unterlagen und Lizenzen, aber auch Protokolle und finanzielle Dokumentationen erstellt und richtig sein. Gründer müssen sich auch über Schwachpunkte

und offene Flanken im Klaren sein. Hierzu gehören auch bilanzielle Punkte wie z.B. die Umsatzrealisierung. Nur so können diese in der Transaktion abgesichert und Wertverluste vermieden werden. Während des Prozesses muss sichergestellt werden, dass die Erwartungen beider Seiten an die Transaktion klar und transparent gehandhabt und offen kommuniziert werden. Missverständnisse und Unklarheit führen hier zu Frustration im Gesprächsverlauf und allzu oft zum Abbruch. Bezüglich der Planung sollte im Laufe der Gespräche Treffsicherheit garantiert werden können: Planverfehlungen führen mindestens zu Wert-, schlimmstenfalls zu Vertrauensverlust. In einem Verkaufsprozess sollte der Verkäufer für gute Überraschung sorgen und die Übermittlung dieser im Vorfeld planen.

7. Wert ist gut, aber „Cash is King“

(Vin (Steve McQueen))

Während Unternehmenswerte meist stark in den Vordergrund rücken, müssen die Verkäufer zusammen und jeder Verkäufer für sich persönlich den steuerlichen Einfluss von Transaktions- und Preisstrukturen frühzeitig durchdenken. Nur so können auch weit im Vorfeld von Veräußerungsgedanken Weichen gestellt werden, die für steuerliche Optimierung und Harmonisierung sorgen und das Bedürfnis des Käufers für einfache Strukturen berücksichtigen.

Fazit

Wer wie die glorreichen Sieben geschlossen reitet, die Spuren richtig liest und Fährte rechtzeitig aufnimmt, Positionen identifiziert und bezieht, seine Schwachstellen kennt und adressiert und sich durch gute und dauerhafte Vorbereitung auf die wichtigen Gefechte konzentrieren kann und Störfeuer vermeidet, der reitet zum Schluss in die aufgehende Sonne. THE END. ■

Hanno Hepke

ist Partner im Bereich Corporate Finance der Warth & Klein Grant Thornton AG. Er gehört dem Grant Thornton Netzwerk seit Februar 2013 an und leitet den Industriebereich Technology, Media & Telecommunication bei Warth & Klein Grant Thornton. Hepke verfügt über 20 Jahre Berufserfahrung im Bereich Investment Banking, M&A und Corporate Finance. Er war seit 1995 in führenden Positionen bei Ernst & Young, Arthur Andersen und Price Waterhouse im Bereich Corporate Finance/M&A tätig.



IDEEN GESUCHT!

Sie haben eine Geschäftsidee?
Wir unterstützen Sie!

- Kompakte Wissensvermittlung
- Individuelles Business-Coaching
- Lebendige Netzwerkkontakte



Teilnahme kostenfrei
65.000 € Preisgeld



Science4Life Venture Cup

Bundesweiter Businessplan-Wettbewerb
für Life Sciences und Chemie

Science4Life ist die führende Gründerinitiative mit dem klaren Branchenfokus Life Sciences und Chemie. Experten aus mehr als 150 Unternehmen unterstützen Gründer bei der Entwicklung ihrer Geschäftsideen.

Weitere Informationen und Anmeldung unter
www.science4life.de

Eine Initiative von



Zehn Tipps für Gründer

Wie viel Social Media brauchen Start-ups



Für etablierte Unternehmen ist Social Media im Marketing-Mix mittlerweile eine feste Größe geworden: Eigens dafür abgestellte Social Media-Manager kümmern sich um den Alltag mit Facebook, Twitter & Co. Wie aber sieht es bei Start-ups aus, die zumindest am Anfang die Zeit für die Pflege verschiedener Kanäle selten aufbringen können? Die folgenden Tipps helfen Euch dabei, das Thema Social Media in Eurem Start-up von Anfang an richtig miteinzubeziehen.

Tipp 1:

Informiert Euch über die Gewohnheiten Eurer Zielgruppe

Zunächst sei gesagt: Die Kommunikation über die verschiedenen Outlets kostet in der Regel mehr Zeit als erwartet. Start-ups tun gut daran, sich ehrlich zu fragen, ob sie wirklich zehn verschiedene Plattformen bedienen müssen. Viele Unternehmen gehen das Thema Social Media von der falschen Seite an: Sie erstellen ein Profil auf einem der zahlreichen Kanäle und warten darauf, dass ihre Kunden ihnen dorthin folgen. Richtig ist es, sich zuerst anzuschauen, wo man die bestehende und angestrebte Zielgruppe findet, und die Social Media-Kanäle entsprechend zu definieren. Gerade mit wenig Zeit gelingt es einem so, sich auf die wichtigsten Kanäle zu konzentrieren, statt flächendeckend vertreten zu sein oder seine Zielgruppe gar zu verpassen.

Tipp 2:

Setzt Euch Ziele

Fangt nicht blind an, Eure Botschaften in die Welt zu tweeten oder zu posten. Es ist wichtig, dass Ihr Euch zunächst Ziele setzt: eine stärkere Kundenbindung, eine höhere Anzahl an Bewerbungen oder ein verbessertes Markenimage zum Beispiel. Überlegt Euch im nächsten Schritt, wie Ihr diese am besten erreichen könntet und welche Mittel Euch zur Verfügung stehen. Überwacht Eure Ziele im Laufe der Zeit konstant und passt Eure Strategie im richtigen Moment an.

Tipp 3:

Seid erreichbar

Um soziale Netzwerke erfolgreich zu nutzen, reicht es nicht aus, zu selbst gewählten Themen Eure Botschaft in die Welt zu rufen. Vielmehr geht es darum, zu kommunizieren und zu reagieren, wenn Eure Zielgruppe mit Euch in Kontakt treten möchte. Daher solltet Ihr unbedingt die notwendigen Strukturen schaffen, um eine ständige Überwachung Eurer Kanäle zu gewährleisten – auch am Wochenende oder nach 18 Uhr.

Tipp 4:

Plant Eure Themen

Aufbauend auf ihrer Strategie sollten Unternehmen sich als Nächstes Gedanken zu möglichen Themen machen, die auch über die eigenen Produkte oder Dienstleistungen hinausgehen. Eure Zielgruppe interessiert sich ja nicht nur für ein Thema – Beiträge, die den Horizont erweitern, werden dankbar angenommen. Start-ups, aber auch etablierte Unternehmen, die im Bereich Social Media unterwegs sind, sollten unbedingt mit einem Redaktionsplan arbeiten und Themen so weit wie möglich im Voraus planen.

Tipp 5:

Stimmt Eure Inhalte auf den Kanal ab

Es gibt unzählige soziale Netzwerke, und die Herangehensweise sollte bei jedem von ihnen sorgfältig auf die Erwartungen der User abgestimmt werden. Jede Plattform hat eigene Regeln und Arten, wie miteinander kommuniziert wird: Auf Twitter ist beispielsweise der Gebrauch von Hashtags (#) und des @-Zeichens zur Ansprache von anderen Usern gang und gäbe, Botschaften müssen aufgrund der Begrenzung auf 140 Zeichen kurz und prägnant formuliert werden. Auf Facebook dagegen hat sich der Hashtag bis heute wenig durchgesetzt. Die Kommunikation lebt hier vor allem von einer menschenbezogenen Kommunikation und von Bildern. Den Spieß umgedreht hat Pinterest: Hier stehen Bilder im Vordergrund – die Kommunikation untereinander im geschriebenen Wort ist eher sekundär.

Tipp 6:

Bezieht aktuelle Themen in Echtzeit ein

Nehmt aktuelle Ereignisse, die zu Eurem Thema passen, als Aufhänger für die Social Media-Kommunikation. Wenn Ihr zum Beispiel eine Messe besucht, sollte eine Liveberichterstattung von den Erlebnissen vor Ort unbedingt dazugehören. Ein passender Kanal wäre zum Beispiel Twitter. Dort gibt es oft spezielle Hashtags für Ereignisse, die Ihr aufgreifen könnt, um Eure Botschaft zum Thema zu verbreiten.

Tipp 7: Plant Eure Aktionen im Voraus

Eine Möglichkeit, um neue Fans und Follower in sozialen Netzwerken zu gewinnen, ist zum Beispiel die Veranstaltung von Gewinnspielen oder Wettbewerben. Stellt sicher, dass Ihr diese Aktionen genau plant und im Vorfeld alle Eventualitäten abdeckt. Es ist schwer möglich, im Vorfeld alle Aktionen oder Reaktionen der Nutzer vorauszuahnen, aber je besser die Vorbereitung im Vorfeld war, desto leichter wird Euch die Durchführung von Social Media-Aktionen fallen.

Tipp 8: Vergesst die Erfolgskontrolle nicht

Es ist sehr wichtig, nach einer Aktion zu messen und zu analysieren, welche Erfolge diese in welcher Hinsicht gebracht hat. Oft kann es auch hilfreich sein, nicht nur die eigenen Kanäle im Auge zu haben, sondern auch zu beobachten, was die Mitbewerber tun und was bei ihnen funktioniert. Entsprechend gehört ein Media Monitoring zu jeder guten Social Media-Strategie dazu.

Tipp 9: Kommuniziert einheitlich und ehrlich

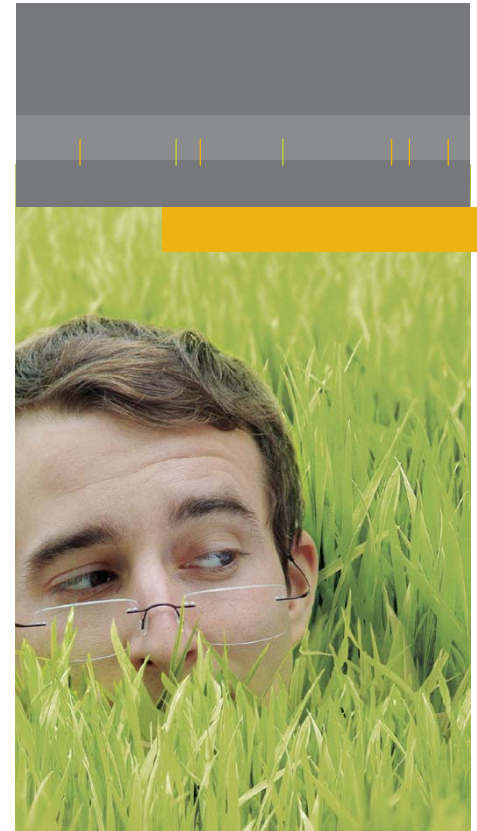
Gerade beim Start eines neuen Social Media-Kanals ist es wichtig zu klären, wer darin kommuniziert und wie. Guidelines für alle für die Social Media-Kommunikation verantwortlichen Mitarbeiter helfen dabei, ein einheitliches Bild des Unternehmens nach außen zu tragen. Gleichzeitig sind Guidelines ein wichtiger Leitfaden zum Beachten der Spielregeln beim Bewegen im sozialen Netz. Zum Beispiel kann dort geklärt werden, wie Kunden in den verschiedenen Netzwerken angesprochen und in welchem Stil Posts gehalten werden sollen. Ein weiterer Punkt, den Ihr bei Eurer Kommunikation beachten solltet: Seid ehrlich und versucht nicht, Probleme unter den Teppich zu kehren.

Tipp 10: Denkt über externe Hilfe nach

Da gerade Start-ups oft nicht die nötige Zeit und die nötigen Ressourcen zur Verfügung stehen, um Social Media richtig zu machen, sollten sie darüber nachdenken, einen externen Partner mit ins Boot zu holen. Eine Agentur, die sich mit dem Thema Social Media professionell beschäftigt, kann nicht nur Tipps geben, die richtige Strategie liefern und Texte für Euch schreiben, sondern auch bei der Überwachung aller Kanäle unterstützen. Sie hilft, wenn die Zeit ansonsten nicht ausreicht. Wichtig dabei ist: Vergleicht die Angebote von Agenturen und sucht diejenige aus, die Euch mit soliden Referenzen empfohlen wird und gute Ideen liefern kann, die zur DNA Eures Unternehmens passen.

Tilo Bonow

ist Gründer und Geschäftsführer von piäbo, einer Agentur für die digitale Wirtschaft mit Sitz in Berlin. Er ist als Business Angel aktiv und seit mehr als fünfzehn Jahren in der digitalen Welt zu Hause. Tilo Bonow arbeitet bereits mit Unternehmen wie Facebook, MyVideo, Groupon sowie den Samwer-Brüdern zusammen.



Start-up?

Wir helfen Ihnen bei Ihrem Unternehmenstart 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

Online-Matchmaking für Wagniskapital

Venture Capital-Finanzierung 2.0

Das Zeitalter der sozialen Medien geht auch an der Finanzierung von Start-ups nicht spurlos vorbei. Spezialisierte Matchmaking-Websites ermöglichen die Vermittlung von Wagniskapital. Dabei unterscheiden sich die Leistungen der Online-Plattformen oft erheblich.

In Deutschland startete bereits 2005 ExchangeBA, die erste Matchmaking-Plattform. Anfang 2014 folgte mit Venturate ein Wettbewerber mit neuartigem Konzept. Die größte mediale Aufmerksamkeit genießt aber Angel List aus den USA. Die Seite ging zwar erst im Jahr 2010 online. Doch Angel List selbst wird von illustren Investoren wie Google Ventures finanziert und konnte mit disruptiven Start-ups wie Uber innerhalb kurzer Zeit spektakulär reüssieren.

Große und kleine Engel

Naval Ravikant hatte selbst schlechte Erfahrungen mit der Venture Capital-Finanzierung seines eigenen Internet-Start-ups gemacht, als er vor vier Jahren zusammen mit Babak Nivi Angel List ins Leben rief. Wie Ravikant US-Medien gegenüber erläuterte, waren 2013 rund 500 Start-ups über die Plattform 125 Mio. USD ein. Vor allem Unternehmen aus dem Bereich E- und M-Commerce wie Uber mit seiner App für private Fahrdienste oder die Babysitter-Vermittlung Urban-sitter, aber auch Hightech-Start-ups wie Form-labs, ein Anbieter von 3-D-Druckern, fanden auf Angel List Finanzierungen. Auf der Investorenseite können sich neben Business

Angels und Venture Capital-Fonds auch Privatleute mit einem Nettovermögen von über 1 Mio. USD als akkreditierte Investoren registrieren. Diese bilden häufig ein sogenanntes Syndikat, indem sie sich für ein Projekt als Co-Investoren einem Business Angel anschließen. Dafür führen sie bei erfolgreichem Verkauf oder einem IPO des Zielunternehmens 5% des Profits an Angel List ab. Weitere variable Anteile gehen an den Lead-Investor, sodass die Syndikatsmitglieder insgesamt bis zu 20% des Gewinns wieder abgeben müssen.

Pionier in Deutschland

Angel List gab im Januar 2014 bekannt, nach Europa expandieren zu wollen. Bis sich aber die Nummer eins aus den USA durch alle regulatorischen Hürden auf dem alten Kontinent gekämpft hat, kann ExchangeBA seine führende Position bei der Online-Vermittlung von Wagniskapital in Deutschland weiter ausbauen. Die von Dr. Jochen Haller und Thomas Henrich geleitete Plattform hat mittlerweile über 1.000 registrierte Investoren. Mehr als zwei Drittel sind Privatinvestoren und Business Angels. Seit Gründung wurden über die Plattform mehr als 70 Transaktionen abgeschlossen. Zu den bekanntesten Finanzierungen zählen die Fahrzeugsuchmaschine MeinAuto.de und die Online-Beratungsvermittlung YourXpert. ExchangeBA unterstützt die Start-ups nach der Registrierung im Vermittlungsprozess mit persönlicher Betreuung, Beratung zu den Unternehmensunterlagen sowie Vorbereitung auf die Investorengespräche. Dafür verlangt die Plattform von den Start-ups eine Registrierungsgebühr von 750 EUR. Bei erfolgreicher Transaktion werden 3,25% des Betrags fällig.

Newcomer

Ganz anders die Preispolitik bei Venturate: Die erst im Januar 2014 von Alexander Lasslop gelaunchte Vermittlungsplattform verlangt von den Start-ups bei Registrierung keine Gebühr, ebenso wenig bei einem erfolgreichen Abschluss. Stattdessen bietet Venturate für die Investorenseite verschiedene Leistungspakete als jährliches Abo an. Die Münchner legen Wert auf Vertraulichkeit. Beide Seiten des Marktplatzes befinden sich in einem geschlossenen Bereich. Investoren können nur auf Einladung oder Empfehlung Mitglied werden. Die Start-ups behalten stets die Kontrolle darüber, welche ihrer Daten an potenzielle Finanzierungspartner weitergegeben werden. Als besonderen Service bietet Venturate einen Expertenzirkel. Die Gründer können hierbei für 299 EUR von Spezialisten ihrer Branche persönliche Beratung sowie eine Überprüfung ihrer Business- und Finanzpläne anfordern. Die Plattform konzentriert sich auf deutsche



Start-ups aus dem Bereich Online und Mobile. Einige Monate vor Venturate ging mit Dealroom im Oktober 2013 in den Niederlanden ein weiterer Newcomer an den Start. Die von Yoram Wijngaarde initiierte Matchmaking-Plattform orientiert sich eindeutig an dem Modell von Angel List mit einem offeneren Datenaustausch zwischen Gründern und Investoren. Auch das Syndizierungskonzept mit Lead- und Co-Investoren haben die Amsterdamer von dem US-Vorbild übernommen.

Persönliche Betreuung

Neben diesen großen Marktplätzen gibt es auch auf einzelne Branchen spezialisierte Plattformen. So konzentriert sich capmatch medical ausschließlich auf Start-ups aus dem Bereich Life Sciences. Hier ist es besonders schwierig, Wagniskapitalgeber zu finden. „Verglichen zu Gründungen in anderen Technologiebranchen ist das Risiko im Life Science-Bereich oft sehr hoch“, erklärt Alexander Becker, der für BayStartUp (ehemals netzwerk nordbayern und evobis) das Ende 2012 gestartete Projekt betreut. „Bei der Medikamentenentwicklung ist der Weg in den Markt sehr zeit- und kapitalaufwendig. Und auch in der Medizintechnik werden die regulatorischen Hürden immer höher. Daher gibt es auch nur eine überschaubare Anzahl von Investoren, die spezialisiert

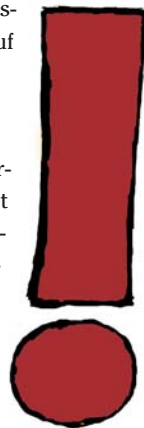


Alexander Becker,
BayStartUp

in diesem Bereich investieren“, so Becker weiter. Umso wichtiger ist es sowohl bei Erstrunden- als auch bei einer anschließenden Wachstumsfinanzierung, den richtigen Investor zu finden. „Wir vermitteln die betreuten Unternehmen passgenau und persönlich an die Investoren aus unserem Netzwerk.“ Das gilt auch für die Betreuung der Start-ups mit individuellem Coaching durch das Team von capmatch medical. Bisher konnte capmatch medical drei Transaktionen erfolgreich vermitteln. Sechs Unternehmen, die zuvor durch einen intensiven Auswahlprozess gegangen sind, befinden sich derzeit auf der Plattform, neun weitere in Vorbereitung.

Fazit

In Deutschland haben sich Matchmaking-Plattformen für die Vermittlung von Venture Capital seit mehreren Jahren etabliert. ExchangeBA hat hier Pionierarbeit geleistet und Venturate ein neues Geschäftsmodell eingeführt, das sich allerdings noch beweisen muss. Hinzu kommen branchenspezifische Projekte wie capmatch medical. Für Spannung könnte bald Angel List sorgen, falls die Plattform endgültig den Sprung über den großen Teich wagt und dabei sein Vermittlungsmodell im großen Stil europaweit einführt.



stefan.gaetzner@vc-magazin.de

ANZEIGE



pv magazine group

15th annual
Special
jubilee
edition
View the conference website
on your phone or visit the website on
www.solarpraxis.de/en/conferences

Forum Solarpraxis 2014
Germany's leading solar business conference

27/28 November Berlin - Germany

Magazino GmbH: Optimierung in der Logistik

Neuling im Lager

Schneller, kompakter, besser – diese Anforderungen setzt sich das Münchener Start-up Magazino, um mit seinen Kommissionierautomaten die Logistikprozesse bei Apotheken, Industrie und Versandhandel zu optimieren. Mit seiner Technologie zum stückgenauen Greifen von Objekten soll genau dies gelingen. Die Jury des Münchener Businessplan Wettbewerbs (MBPW) konnte das Jungunternehmen damit bereits begeistern, und Ende Mai holte Magazino den High-Tech Gründerfonds (HTGF) sowie zwei Business Angels als Seed-Investoren an Bord.

Die Idee kam dem heutigen kaufmännischen Geschäftsführer Frederik Brantner vor knapp vier Jahren, als er den Kommissionierautomaten einer befreundeten Apothekerin sah. Von der Technologie begeistert überlegte er, wie man diese verbessern könne. „Daten, Kontakte, Kalendereinträge und Fotos kann man heute auf dem Handy verwalten und teilen. Mit physischen Gegenständen gelingt dies noch nicht.“ Daraufhin veranstaltete Brantner ein Creative Thinking-Wochenende – mit Bier und Pizza motiviert, arbeiteten er und 15 Gäste an Geschäftsmodellen und technologischen Ansätzen. Hier traf er auf Lukas Zanger, bald darauf kam über eine Veranstaltung der Stiftung der Deutschen Wirtschaft Nikolas Engelhard hinzu. Das Gründerteam war komplett. In München fanden sie mit TU-Professor Dr. Raymond Hemmecke nicht nur einen Experten für die technische Seite, Hemmecke navigierte auch den Weg zum Gründerstipendium Exist.

Einstieg in den Apothekenmarkt

Ab März 2013 arbeitete das Team Vollzeit an der Entwicklung ihres Produkts. Flügge verschaffte ihnen Startkapital, das Center for Digital Technology and Management (CDTM) der TU München unterstützte mit Büroräumlichkeiten. 2014 nahm die frisch gegründete Magazino GmbH am MBPW teil und gewann sowohl

Runde zwei als auch drei. Ende Mai schloss das Start-up seine Seed-Finanzierungsrunde mit einer Beteiligung des HTGF sowie zwei Business Angels ab. „Uns hat insbesondere das Know-how des Teams und der von dem Team entwickelte innovative Kern überzeugt“, begründet Investmentmanager Michael Strzyz den Einstieg des HTGF. Magazinos Kundenakquise verläuft per Direktansprache oder über Messen, wie zuletzt die Expopharm. Der Apothekenbereich ist laut Brantner ein ansprechender Einstiegsmarkt, da genau hier das stückgenaue Greifen benötigt wird.



Michael Strzyz,
HTGF

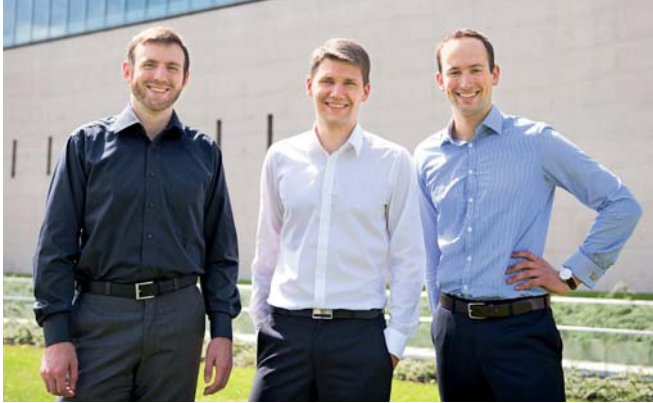
Trends in der Logistik

Darüber hinaus plant Brantner, künftig in Logistikzentren und in der Industrie Fuß zu fassen. Hier gilt es, sich gegen etabliertere Unternehmen wie SSI Schäfer oder Viastore durchzusetzen. „Derzeit ist die Lagerautomation noch sehr statisch, mit regalbedienten Geräten und Zugriff auf Paletten, Kisten oder Tablare – nicht auf ein einzelnes Objekt. Unsere Kernkompetenz liegt darin, einzelne Objekte zu erkennen, zu vermessen, an der richtigen Position zu ergreifen und abzulegen“, sagt Brantner. Dafür hat



Aufbruch in eine neue Dimension: In 15 Jahren werden nach Ansicht von Magazino ausschließlich Roboter stückgenau Objekte auswählen.

Foto: © Magazino



Das Magazino-Team

das Team eine Technologie mit 3D-Kameras sowie einem Algorithmus für die optimale Platzierung entwickelt. Brantner ist sich sicher, dass sich in der Logistik auch weiterhin viel tun wird: „Spätestens in 15 Jahren werden in der Logistik keine Menschen mehr arbeiten, sondern die Objekte stückgenau direkt von Robotern ausgewählt.“

Ausblick

Deutschland sei als Standort ideal, besonders in Bezug auf Lieferanten. Neben dem Apothekenmarkt arbeitet Magazino an einem Einstieg in andere Branchen, derzeit an einem System für einen Buchversender. Darüber hinaus ist Magazino mit windeln.de und Zalando in Kontakt, bereits an die 30 Automaten befinden sich in diversen Lagerhallen. Die großen Spieler der Logistik, Amazon und Google, sieht Strzyz aber eher als Chance denn als Risiko: „Da die Kerntechnologie stark ist und die Anwendungen gefragt sind, sehen wir hier ganz konkrete Kooperationspartner.“

Lena Traninger
redaktion@vc-magazin.de

ANZEIGE

Engineering the Medicines of Tomorrow

Smart Capital and MORE

With its Innovation Capital initiative, MorphoSys supports promising start-ups. The initiative aims at companies with technologies and product candidates being close to MorphoSys's areas of interest and seeks to combine the classical corporate venture approach with collaborative elements.

www.morphosys.com/innovation-capital

Secure Payment Technologies GmbH: Vero Pay-App für Mobile Payment

Sicheres Bezahlen im Hand(y)umdrehen

Immer mehr Kunden begeistern sich für den bargeldlosen Zahlungsverkehr, gerne auch mit dem eigenen Smartphone. Doch Datenschutz- und Sicherheitsbedenken hielten viele Verbraucher zunächst von der praktischen Anwendung ab. Mit der VeroPay-Technologie der Innsbrucker Secure Payment Technologies GmbH erhalten Kunden nun eine Bezahl-App, die ihnen einen einfachen und schnellen Bezahlprozess an der Kasse ermöglicht und zugleich strikte Anonymität bewahrt.

VeroPay ist eine sichere Zahlungstechnologie, die dem Kunden für jeden Bezahlvorgang einen neuen sogenannten Blue Code zur Verfügung stellt. Im gesamten Zahlungskreislauf werden keine vertraulichen Daten des Benutzers übertragen. Ebenso werden in der App keine Daten abgespeichert, die einen Rückschluss auf das Bankkonto des Benutzers zulassen. Weiterhin bietet VeroPay seinen Nutzern den im Vergleich zu Konkurrenztechnologien aktuell schnellsten Bezahlprozess an der Kasse. „Ich war mehrere Jahre für die MasterCard-Programme eines österreichischen Zahlungsdienstleisters verantwortlich und hatte dabei die Entstehung des Themas Smartphone-Payment mitverfolgt“, erinnert sich Secure-Geschäftsführer Dr. Michael Suitner.

Chance im disruptiven Markt

Im September 2012 startete der Echtbetrieb im Bundesland Tirol mit Partnern wie der Hypo Bank, welche die VeroPay-App ihren Bankkunden bis heute anbietet, und MPPreis, einer regional starken Handelskette mit rund 200 Filialen. „Im vergangenen Oktober gelang dann erfolgreich der Rollout in ganz Österreich mit den Lead-Händlern Merkur/REWE International und Hart-

lauer, der größten Elektronik- und Optikkette in Österreich“, freut sich Suitner. „Zwischenzeitlich konnten wir weiter an Akzeptanzstellen zulegen, sodass heute an über 5.300 Akzeptanzstellen mit VeroPay bezahlt werden kann.“ Die VeroPay-Technologie hat sich in einem disruptiven Markt behauptet. „Der Wettbewerb verschiedener Technologien und Anbieter, wie etwa NFC, Beacon oder QR-Code, ist in vollem Gang“, unter-



Dr. Michael Suitner, Secure Payment Technologies

streicht Suitner. Unter diesen Bedingungen erschwerte sich allerdings zu Beginn die Suche nach einem Investor. In Christian Pirkner fand Suitner einen Business Angel, der inzwischen als Geschäftspartner fest mit dem Secure-Geschäft verbunden ist. „Zahlen mit VeroPay ist von Grund auf neu durchdacht, es macht Spaß, ist ausgespro-



Christian Pirkner, Secure Payment Technologies



Nicht nur sicher, sondern auch schnell: die Zahlungstechnologie VeroPay

chen einfach und damit auch massentauglich“, erklärt Pirkner seine Motivation. Er selbst kann auf einschlägige Erfahrung im Geschäft mit Mobile Payment zurückgreifen. „Diese Erfahrung und damit der Beitrag der Finanzinvestoren im Rahmen der aktiven Zusammenarbeit mit dem Unternehmen kann in diesem Segment einen signifikanten Unterschied machen“, so Pirkner.

Ausblick

Als einzigen Anbietern in Europa ist es den VeroPay-Machern gelungen, eine händlerübergreifende App-Zahlungslösung mit einem signifikanten Kundenstock am Markt zu etablieren. „Dies hat in den Märkten, die wir als Nächstes bearbeiten wollen, große Erwartungen ausgelöst und ebnet uns den Weg zu entsprechend großen Accounts“, schließt Suitner. Am österreichischen Markt ist VeroPay schon heute die führende Smartphone-Zahlungslösung für den stationären Handel. Diese Position soll in den folgenden Monaten ausgebaut und mit weiteren innovativen Zusatzleistungen gefestigt werden. „Für 2015 ist der flächendeckende Rollout unserer Technologie in Deutschland geplant“, bekräftigt Geschäftsführer Suitner. „Langfristig ist es unser Ziel, den VeroPay Blue Code zu einer europäischen Zahlungstechnologie zu entwickeln.“

Holger Garbs
redaction@vc-magazin.de

Nachgefragt bei Dr. Harald Gohm, Standortagentur Tirol

VC Magazin: Tirol genießt einen hervorragenden Ruf bei Aktivurlaubern und Erholungssuchenden. Wie wohl fühlen sich Start-ups rund um Innsbruck, Kufstein und Kitzbühel oder Ischgl?

Gohm: Das, was Tirol zum Sport- und Freizeitparadies macht, inspiriert auch unsere Start-ups. Wer an Top-Universitäten, Fachhochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen innovative Technologien entwickeln und diese rasch am Markt umsetzen kann, während er immer nur einen Katzensprung von der nächsten Skipiste, der nächsten Kletterwand oder dem nächsten Mountainbike-Trail entfernt ist, arbeitet überdurchschnittlich kreativ und motiviert.

VC Magazin: Wie hat sich das Umfeld für Unternehmensgründungen im Technologieumfeld in den letzten Jahren entwickelt?

Gohm: Tiroler Technologiegründer sind fundiert auf ihre unternehmerische Laufbahn vorbereitet. Dafür sind insbesondere Einrichtungen wie das Cast oder Instrumente wie der adventure X verantwortlich. Das Cast ist ein Inkubator für universitäre Ausgründungen, der Hightech-Gründer mit Startkapital, insbesondere aber bei der Sicherung von geistigem Eigentum oder dem Entwickeln



erfolgreicher Geschäftsmodelle unterstützt. Der adventure X ist ein gemeinsamer GründerInnen-Wettbewerb von Standortagentur Tirol und Wirtschaftskammer Tirol, der unternehmerisches Know-how vermittelt und den zügigen Markteintritt fördert. Auch die Zahlen des Tiroler Investorennetzwerks innet zeigen die Dynamik: Neun Investments in knapp zwei Jahren sind mit dem Münchner Raum vergleichbar, das kann sich sehen lassen.

VC Magazin: Kapital ist einer der Werttreiber für Start-ups. Welche Investorengruppen treffen Sie am Standort?

Gohm: Die Bandbreite ist groß. Private Investoren und Beteiligungsgesellschaften mit industriellem Hintergrund sind aktiv. Aber auch Investorennetzwerke wie das innet oder öffentliche Kapitalgeber wie die Austria Wirtschaftsservice im Pre-Seed- oder Seed-Bereich. Tiroler Start-ups profitieren zudem von der unmittelbaren Nähe zu Süddeutschland und greifen häufig etwa auch auf das Kapital deutscher Venture Capital-Geber zu.

VC Magazin: In welchen Technologien sehen Sie aktuell die vielversprechendsten Gründungen?

Gohm: Vor allem aus der IT- und der Life Sciences-Szene gibt es erfolgreiche Beispiele. VeroPay, AFreeze oder Vera Therapeutics sind gute Beispiele für Start-ups mit großem Potenzial.

VC Magazin: Vielen Dank für das Gespräch, Herr Gohm.

ANZEIGE



Der Start-up CFO

Die Herausforderungen des kaufmännischen Leiters in wachstumsorientierten High-Tech Unternehmen

René Kantehm, Hans-Eric Rasmussen-Bonne
GoingPublic Media AG, 257 Seiten, September 2013,
ISBN 978-3943021417, 39,95 EUR

Jetzt bestellen!
<http://vc-mag.de/startupcfo>



Bist Du bereit für das Abenteuer?

Der Start-up CFO als der kaufmännische Leiter ist sicherlich eine der zentralen Rollen in einem wachsenden jungen Unternehmen. Er hält die Fäden in der Hand, steuert das Venture Capital und kümmert sich um die finanzielle Stabilität. Oft ein Drahtseilakt.

Dieses Handbuch betritt Neuland, da es ein vergleichbares Werk bisher auf dem deutschen Markt nicht gab. Es war an der Zeit, die bisherigen Erfahrungen der Praxis zu bündeln und aufzubereiten.

Als Autoren arbeiteten Controller, Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Investmentmanager, Venture Capitalisten, Personalexperten, Berater, Trainer und natürlich Start-up CFOs aus unterschiedlichen Branchen mit.

Ziel des Buches ist es, das Rad nicht immer wieder neu zu erfinden, sondern das Wirken des CFOs thematisch aufzugliedern. Die Inhalte werden anschaulich mit Erfahrungsberichten beschrieben und mit Checklisten, Werkzeugen und praktischen Tipps angereichert. Hierbei wird die gesamte Bandbreite des Aufgabengebietes eines Start-up CFOs abgebildet – vom Controlling über das Rechnungswesen sowie die Finanzierung bis hin zu Investor Relations und rechtlichen und organisatorischen Themen.

Adressiert ist das Handbuch an:

- Aktive Start-up CFOs und solche, die es in Zukunft gerne werden möchten
- Gründer, die die kaufmännische Seite besser verstehen möchten und vielleicht bald einen kaufmännischen Leiter einstellen werden
- Interessierte Marktteilnehmer wie Venture Capital-Investoren, Anwälte, Wirtschaftsprüfer und Berater

commercetools GmbH: Freiheit durch Exit

Gründen, wachsen, verkaufen, weitermachen

„Mit Vollgas“ – so wollen die Gründer von commercetools nach dem Trade Sale ihres Unternehmens an die Rewe Group weitermachen. Denis Werner und Dirk Hörig verbleiben als Geschäftsführer im Unternehmen. Statt für internationales Venture Capital haben sie sich für den Verkauf entschieden – zum Wohl des Unternehmens.

„Wir haben jetzt viel mehr Möglichkeiten“, freut sich Hörig. Es klingt fast zu schön, um wahr zu sein. Acht Jahre lang pumpen Investoren Wagniskapital in ihr Unternehmen – damit wurde commercetools zum Technologievorreiter. „Wir hatten eine Vision“, so Werner. „Wir wollten eine Infrastruktur für E-Commerce-Lösungen anbieten, die revolutionär ist.“ Schon jetzt kaufen Kunden im Online-Handel zu 50% über mobile Endgeräte wie Smartphones ein. Der Händler braucht also ein Tool, das für die verschiedensten Anwendungsgebiete geeignet ist und das Programmierer relativ unkompliziert individuell anpassen können. Werner und Hörig haben seit 2010, also vier Jahre nach der Gründung von commercetools, genau das umzusetzen versucht. Mit Erfolg: 2013 konnten sie ihr Produkt vorstellen.



Denis Werner,
commercetools

Gründerteam überzeugt Investoren

„Wir hätten dann eine neue Venture Capital-Runde gebraucht, um den Vertrieb und das Marketing professionell angehen zu können“, so Hörig. „In so einer Branche kommt man aber nicht mit 1 Mio. EUR aus. Da werden gerne mal 70 oder 80 Mio. EUR in zwei Jahren ausgegeben.“ Statt sich aber nach neuen Investoren umzusehen, die den Exit-Druck sicherlich erhöht hätten, haben sich die beiden Gründer für einen Trade Sale an die Rewe Group entschieden. „Der Zeitpunkt war ideal“, so Alexander Ullmann von der BayBG Bayerischen Beteiligungsgesellschaft. „Es gab keinen Exit-Druck von unserer Seite. Wir hätten das Unternehmen auch noch länger begleitet.“ Das zeugt von Vertrauen. Die BayBG war 2011 mit 500.000 EUR eingestiegen. Damals kannte Ullmann die Gründer bereits seit eineinhalb Jahren. „Zunächst war uns das zu früh für ein Investment. Aber wir haben die Entwicklung des Unternehmens weiter verfolgt. Als die Gründer dann erneut auf uns zukamen, hatten bereits Bayern Kapital und der High-Tech Gründerfonds die Seed-Phase finanziert. Der dadurch erreichte technische und marktseitige Status von commercetools hat uns letztendlich überzeugt.“



Alexander Ullmann,
BayBG

Verkauf statt internationales Kapital

Die BayBG investierte in drei Stufen in commercetools, zuletzt flossen noch mal 1 Mio. EUR ins Unternehmen. „Letztendlich war es eine sehr positive Entwicklung“, so Ullmann. „Die Gründer haben es geschafft, das neue Produkt innerhalb des zeitlichen und finanziellen Budgets zu entwickeln und erfolgreich auf dem Markt zu platzieren. Das wurde auch vom Käufer honoriert.“ Die Rewe Group kaufte sämtliche Anteile sowohl der Gründer als auch der sechs Investoren. Zuletzt waren neben der BayBG, dem High-Tech Gründerfonds und Bayern Capital noch das Family Office Wecken & Cie sowie Motion Capital beteiligt. Über die Kaufsumme wurde Stillschweigen vereinbart.

Ausblick



Jean-Jacques van Oosten,
Rewe Group

„Commercetools bietet mit seinen fortschrittlichen E-Commerce-Applikationen außergewöhnliche Möglichkeiten für unsere zukünftigen Online-Aktivitäten“, sagt Jean-Jacques van Oosten von der Rewe Group. „Als starker Partner im Hintergrund werden wir die Weiterentwicklung des noch jungen Unternehmens vorantreiben und das Drittkundengeschäft weiter ausbauen.“ Für Hörig und Werner bedeutet die Übernahme eine nachhaltigere Perspektive. „Rewe Digital ist sehr unternehmerisch

ausgerichtet und verfügt über ausgewiesene E-Commerce-Kompetenz. So werden wir nicht nur finanziell beim Aufbau unseres Drittkundengeschäfts unterstützt, sondern können auch von den Kontakten und den Erfahrungen von Rewe Digital profitieren“, so Hörig. Zurzeit arbeiten 40 Mitarbeiter bei commercetools, das Team bleibt erhalten. Werner ergänzt: „Wir haben jetzt die Möglichkeit, weiter an unserer Vision zu arbeiten.“



Dirk Hörig,
commercetools

Christine Schaller
redaktion@vc-magazin.de

Special

Gründen & Wachsen in Österreich (8. Jg.)

**Gedruckt + als E-Paper
Tablet-Version:
Erweitert um multimediale Inhalte
und Funktionen**



Weitere Informationen unter www.vc-magazin.de/service/mediadaten

Termine

Erscheinungstermin: 5. Dez. 2014
Anzeigenschluss: 24. Nov. 2014
Druckunterlagenchluss: 28. Nov. 2014

Ansprechpartner Anzeigen

Claudia Kerszt
Tel. 089-2000 339-52
kerszt@goingpublic.de

Partner der Ausgabe im Portrait



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. EUR in Kooperation mit einem privaten Leadinvestor aus. In gleicher Weise arbeitet im Schwerpunkt ländlicher Raum der Clusterfonds EFRE Bayern. Es ist ein paritätischer Mitteleinsatz von Clusterfonds Innovation bzw. Clusterfonds EFRE Bayern und dem Leadinvestor erforderlich. Ausnahmen: Bei Zusammenarbeit mit Business Angels, die mindestens 150 TEUR investieren, und in sogenannten C-Fördergebieten kann der Anteil des Fonds bis zu 70% der Beteiligungssumme betragen.

www.bayernkapital.de



High-Tech Gründerfonds

Der High-Tech Gründerfonds (HTGF) investiert seit September 2005 Eigenkapital in junge High-Tech-Unternehmen mit disruptiven Technologien. Dabei geht der Fonds bewusst sehr viel höhere Risiken ein als private Geldgeber. Mithilfe einer „Seedfinanzierung“ sollen die Start-ups entsprechend dem Technologiefokus und dem Branchenschwerpunkt die Technologie bis zum Prototypen („proof of concept“) oder zur Markteinführung („proof of market“) führen. Dabei hat der Fonds keinen speziellen Branchenfokus und hält Beteiligungen aus allen Bundesländern. Der Fonds beteiligt sich initial mit 500.000 EUR; insgesamt stehen bis zu 2 Mio. EUR pro Unternehmen zur Verfügung. Investoren der Public-Private-Partnership sind das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, die KfW Bankengruppe sowie die 18 Wirtschaftsunternehmen ALTANA, BASF, Bayer, B. Braun, Robert Bosch, CEWE, Daimler, Deutsche Post DHL, Deutsche Telekom, Evonik, Lanxess, media + more venture, METRO, Qiagen, RWE

Innogy, SAP, Tengelmann und Carl Zeiss. Das Fondsvolumen beläuft sich auf 576 Mio. EUR, aufgeteilt auf zwei Fonds. Neben transparenten Konditionen profitieren die Beteiligungsunternehmen von einem starken internationalen Netzwerk zu den relevanten Stakeholdern und unternehmerischem Know-how des erfahrenen Managementteams. Qualität und Potenziale der durch den Fonds finanzierten High-Tech-Unternehmen zeigen sich in dem Kapitalvolumen, das durch weitere Investoren in die Unternehmen geflossen ist. So stellten externe Investoren – institutionelle Venture Capitalisten sowie private und strategische Investoren – insgesamt rund 700 Mio. EUR in Folgerunden nach der Seedfinanzierung durch den HTGF zur Verfügung. Mittlerweile gehören rund 380 Unternehmen zum Portfolio des Fonds. Mehr über die Beteiligungsmöglichkeiten unter

www.high-tech-gruenderfonds.de

KfW

Die KfW ist der größte Mittelstandsfinanzier in Deutschland. Sie stellt Unternehmen langfristige Investitionskredite zur Verfügung, ebenso wie Kredite zur Betriebsmittelfinanzierung. Ganz besonders unterstützt sie Unternehmen bei Investitionen in die energetische Sanierung von Gebäuden oder zur Steigerung von Energieeffizienz in der Produktion. Kredite hierfür sind teilweise durch Bundesmittel bezuschusst und dadurch besonders günstig.

Die KfW vergibt ihre Kredite grundsätzlich über die Hausbank – und damit der Hausbank die Kreditentscheidung etwas leichter fällt, übernimmt die KfW zum Teil auch ihr Risiko. Darüber hinaus fördert die KfW innovative Projekte mit speziellen Eigenkapital-Programmen. Mit dem ERP-Startfonds beteiligt sie sich

speziell an jungen, innovativen und technologieorientierten Unternehmen mit besonderen Wachstumschancen. Dies geschieht immer gemeinsam mit privaten Risikokapitalinvestoren und zu gleichen Bedingungen. Finanziert werden sowohl Forschung und Produktentwicklung als auch die Markteinführung neuer Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen.

In der Beraterbörse finden Existenzgründer und Unternehmen kompetente Unternehmensberater. Mehr als 24.000 Fachleute sind dort gelistet.

www.kfw.de • Infocenter@kfw.de
kostenfreie Servicenummer: 0800/ 539 90 01



Die NRW.BANK ist die Förderbank für Nordrhein-Westfalen. Sie unterstützt ihren Eigentümer, das Land Nordrhein-Westfalen, bei wichtigen strukturpolitischen Aufgaben. Dabei agiert sie wettbewerbsneutral als Partner der Banken und Sparkassen und setzt das gesamte Spektrum kreditwirtschaftlicher Förderprodukte ein. Ihre drei Förderfelder sind „Gründen und Wachsen“, „Entwickeln und Schützen“ sowie „Wohnen und Leben“.

Ihre Eigenkapitalprodukte hat die NRW.BANK im Wesentlichen am Lebenszyklus der Unternehmen ausgerichtet. So beleben die regionalen NRW.BANK.SeedFonds und der NRW.BANK.Kreativwirtschaftsfonds die Frühphasenfinanzierung in Nordrhein-Westfalen. Junge Hochtechnologie-Unternehmen fördert die Bank mit Finanzierungen bis zu 8 Mio. EUR über den Venture Fonds.

Für Unternehmen mit überdurchschnittlichen Wachstumsperspektiven und einem überzeugenden Management-Team stellt die NRW.BANK den Kontakt zu potenziellen privaten Investoren im Rahmen der win NRW.BANK Business Angels Initiative her.

Die Kapitalbeteiligungsgesellschaft NRW vergibt an Unternehmen mit positiven Wachstumsperspektiven Eigenkapital und eigenkapitalähnliche Produkte in Höhe von bis zu 1 Mio. EUR.

Darüber hinaus vergeben NRW.BANK.Mittelstandsfonds und NRW.BANK.Spezialfonds Eigenkapital zwischen 1 und 7 Mio. EUR an wachstumsstarke Mittelständler in speziellen Finanzierungssituationen und Restrukturierungssituationen.

www.nrwbank.de/beteiligungen



Röhrborn LLP, Rechtsanwälte ist eine Boutique für Venture Capital-, Private Equity- und M&A-Transaktionen in den Branchen innovativer Technologien, Internet und Medien. Wir haben über 19 Jahre Erfahrung in diesen Bereichen und kennen die Bedürfnisse der Gründer, Unternehmer, Investoren und Gesellschaften bestens.

Daher haben wir uns in einem kleinen Team auf Transaktionen spezialisiert und beraten unternehmerisch mit individuell zugeschnittenen Vergütungsmodellen.



Standortagentur

Zur Stärkung des Wirtschaftsstandortes Tirol arbeitet die Standortagentur Tirol als Dienstleister der Wirtschaft und Wissenschaft rund um die Themen nachhaltiges Unternehmenswachstum, Forschung, Technologie und Innovation sowie Kooperation. Zum einen motiviert und begleitet sie verstärkte Zusammenarbeit der Betriebe und Forschungseinrichtungen in eigenen Clustern und vernetzt über das Enterprise Europe Network zu internationalen Technologiepartnern. Zum anderen berät und begleitet die Standortagentur Tirol Unternehmer wie Forscher bei der Nutzung von Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogrammen des Landes, des Bundes und der EU. Den Wirtschaftsraum stärkt sie desweiteren, indem sie Unter-

nehmensgründungen aus dem In- und Ausland motiviert und begleitet.

An der bestmöglichen Standortentwicklung arbeitet die Standortagentur Tirol mit Maßnahmen, die der Profilbildung des Wirtschaftsraums Tirol dienen, und baut mittels Clustermanagement relevante Zukunftsbranchen auf und aus. Die Standortagentur Tirol betreibt zudem das internationale Marketing für den Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Tirol. Auftritte organisiert sie in enger Kooperation mit Tiroler Unternehmen, Universitäten und Fachhochschulen, sämtlichen Mitgliedern in den Tiroler Clustern sowie der Tirol Werbung.



VC-BW ist Teil der Gründungsoffensive der baden-württembergischen Landesregierung in Zusammenarbeit mit Stuttgart Financial, der Plattform für Finanzthemen in Baden-Württemberg.

Business-Angels, regionale Netzwerke und Fonds, Förderbanken und private VC-Gesellschaften tragen schon heute dazu bei, baden-württembergischen Existenzgründern den Zugang zu Risikokapital weiter zu erleichtern. Dabei haben sich die Netzwerke auf bestimmte Branchen und Regionen spezialisiert.

Hier leisten sie einen wichtigen Beitrag zur Förderung der Gründungsaktivität in Baden-Württemberg.

Diese aktive Gründerszene in Baden-Württemberg transparent darzustellen, ist das übergeordnete Ziel von VC-BW: Eine gebündelte Darstellung der Netzwerke, Wettbewerbe und aktuellen Gründungen soll den Standort für Investoren und Gründer auch außerhalb Baden-Württembergs sichtbar und attraktiver machen.

www.vc-bw.de



Kooperationspartner der Sonderausgabe „Start-up 2015“*

* Diese Partner unterstützen das VentureCapital Magazin bei der Verbreitung der Sonderausgabe „Start-up 2015“ in ihren Netzwerken.



Bundesverband
Deutsche
Startups e.V.



Bundesverband Deutscher
Kapitalbeteiligungsgesellschaften



CORPORATE FINANCE PARTNERS



evobis
Wir navigieren Start-ups.



High-Tech Gründerfonds



netzwerk nordbayern
WIR MACHEN UNTERNEHMER

...munich
network_



IdeaLab!
THE FOUNDERS' CONFERENCE



PIRATE
SUMMIT



piabo public relations



VentureLounge
Köpfe Konzepte Kapital

Inserentenverzeichnis

Alfred Wieder (MIG Fonds)	116	LfA Förderbank Bayern	97
aws Gründerfonds	71	Morphosys	105
Bayern Kapital	17	Multiconsult Strategy	3
BioPark Regensburg	91	NRW.Bank	19
b-to-v Partners	83	RoeverBroennerSusat	15
Corporate Finance Partners	67	Science4Life	99
DIWA Düsseldorf Innovations- und Wissenschafts-Agentur	87	Solarpraxis	103
dortmund-project	23	Stuttgart-Financial	41
EuropeanPioneers	9	TechnologieZentrumDresden	81
gate – Garching Technologie- und Gründerzentrum	25	Technologiezentrum Ludwigshafen am Rhein	101
GFT Technologies	65	univations	37
High-Tech-Gründerfonds	73	UnternehmerTUM	13
IZB Martinsried • Freising	115	VCDE Venture Partners	2
		ZSP Patentanwälte	11

Impressum 15. Jahrgang 2014, Sonderausgabe „Start-up 2015“

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:

Mathias Renz (Verlagsleitung),
Benjamin Heimlich, Stefan Gätzner

Mitarbeit an dieser Ausgabe:

Christoph Biallas, Tilo Bonow, Christina Cassala,
Ruth Cremer, Raja Essaadi, Benjamin Feldmann,
Bernd Frank, Holger Garbs, Hanno Hepke,
Dr. Stefan Heyder, Torsten Holler, Dr. Lorenz
Jellinghaus, Bodo Maxeiner, Stefan Mayer-Ehrling,
Andreas Metzner, Elizabeth Napjus Hudson,
Dr. Bernhard Noreisch, Mungo Park, Lucie Rohr,
Jens Röhrborn, Christine Schaller, Prof. Dr. Dr.
Claudius Schikora, Dr. Tobias Schönhaar, Christian
Stürmer, Felix Stützer, Lena Traninger, Claas Triebel,
Harald Wagner, Alexander Wink, Dr. Jörk Zwicker

Lektorat:

Sabine Klug, Magdalena Lammel

Gestaltung:

Holger Aderhold, Anna Lehmeier,
Annette Wiedemann

Bilder:

Fotolia, Panthermedia, Photodisc, Thinkstock

Titelbild: © Rudolf Schuppler

Anzeigen:

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

Anzeigen:

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

Erscheinungstermine 2014:

31.1. (112-14), 24.2. (3-14), 28.3. (4-14), 30.4. (5-14),
30.5. (6-14), 27.6. (718-14), 29.8. (9-14), 26.9. (10-14),
31.10. (11-14), 5.12. (12-14)

Sonderausgaben:

19.7. (Standorte & Regionen 2014),
18.10. (Start-up 2015)

Preise:

Einzelpreis 12,50 EUR, Jahresabonnement
(10 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

VentureCapital
Magazin

Druck:

Joh. Walch GmbH & Co. KG, Augsburg

Haftung und Hinweise:

Artikel, 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:

© 2014 GoingPublic Media AG, München. Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Ohne schriftliche Genehmigung der GoingPublic Media AG ist es nicht gestattet, diese Zeitschrift oder Teile daraus auf photomechanischem Wege (Photokopie, Mikrokopie) zu vervielfältigen. Unter dieses Verbot fallen auch die Aufnahme in elektronische Datenbanken, Internet und die Vervielfältigung auf CD-ROM.
ISSN 1611-1710, ZKZ 53974
ISBN 978-3-943021-69-1

HIER ENTSTEHT ZUKUNFT



CAMPUS
AT HOME
IZB Residence



Zimmer buchbar für
Besucher des Campus
Martinsried ab
Oktober 2014

HOTSPOT FÜR LIFE SCIENCE- UNTERNEHMENSGRÜNDER

- Auf 25.000 m² moderne Büros und Labore (S1&S2)
- In direkter Nachbarschaft: Campus Martinsried (zwei Elite-Universitäten TUM & LMU, Klinikum Großhadern, Max-Planck-Institut für Biochemie und Neurobiologie u.v.m.)
- Geografische Heimat für ca. 60 Bio Tech Firmen
- Über 120 Firmengründungen seit 1995
- Schnelle, unkomplizierte Lösungen
- Enge Kontakte zu Investoren
- Effizientes Netzwerk
- Aktives Standortmarketing
- Attraktive Konferenzräume auch für Externe
- Vor Ort: Chemieschule Elhardt, Kita BioKids, Café Freshmaker (IZB Martinsried), Versuchsgewächshaus (IZB Weihenstephan)
- **Ab Oktober 2014:**
IZB Residence **CAMPUS AT HOME**,
Faculty Club **G2B** und Restaurant **SEVEN AND MORE**

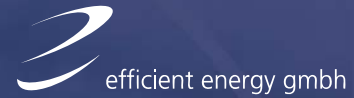
Wir sind aktiver
Partner im

CLUSTER
BIOTECHNOLOGIE
BAYERN



Fördergesellschaft IZB mbH
Am Klopferspitz 19
82152 Planegg/Martinsried
Tel.+ 49 (0)89.55 279 48-0
Fax+ 49 (0)89.55 279 48-29
www.izb-online.de

IZB 
Innovations- und
Gründerzentrum
Biotechnologie



Wir finanzieren Spitzentechnologien!

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

Unternehmensbeteiligungen mit den MIG Fonds – investieren Sie mit dem Marktführer in echte Substanz!

