

Geldgeber für Gründer

Finanzquellen für Start-ups finden Jungunternehmer derzeit in Vielfalt. Doch zum Öffnen von Schleusen muss der Kurs stimmen.

Text: Vera Hermes

Alexander Djordjevic und Ole Schaumberg kamen 2012 frisch von der Hochschule, wo sie ein duales Studium abgeschlossen hatten. Sie waren jung und hatten weder Ehefrauen noch Kinder noch Verbindlichkeiten, was für die Gründung eines Start-ups als allerbeste Rahmenbedingung gilt und natürlich auch für Gründerinnen ohne Ehemann zutrifft. Dritter im Bunde war der damals 59-jährige Unternehmer Andreas Brandt. Sie warfen jeder 2.000 Euro in den Topf. Alexander Djordjevic verkaufte seinen Fiat und zog aus seiner Zwei-Zimmer-Wohnung in eine 5er-WG. Die Drei starteten „Foodist“, ein Online-Abo-Unternehmen in Hamburg, das allmonatlich zum Preis von 24 Euro eine Kiste mit Delikatessen an seine Kunden verschickt. Ihre Geschäftsidee wurde anfangs von Freunden, Familie und potenziellen Geldgebern in Grund und Boden geredet. Denn erstens waren sämtliche Versuche im Online-Handel von Lebensmitteln bis dato gescheitert, zweitens geben die Deutschen traditionell wenig Geld für Essen aus und drittens lassen sie sich nur ungern überraschen.

Die Foodist-Gründer ließen sich nicht abbringen. In puncto Finanzierung verfolgte Foodist zunächst das Prinzip des „Bootstrapping“. So nennt es die Start-up-Szene, wenn ein Unternehmen gänzlich auf externes Geld verzichtet.

Laut Web-Plattform gruenderszene.de müssen Jungunternehmer beim Bootstrapping so schnell wie möglich ins operative Geschäft einsteigen. Effektives Wirtschaften ist Pflicht. „Beim Bootstrapping“, heißt es bei gruenderszene.de, „kommt es unter anderem auf Folgendes an: Sparsamkeit, Outsourcing und viel Geschick in der Personalpolitik und Produktentwicklung.“

Ein Freund der Foodist-Gründer programmierte den Web-Shop. Sie texteten selbst, sie fotografierten selbst, sie packten die Päckchen selbst, übernahmen den Kundenservice, arbeiteten Tag und Nacht, zahlten sich kein Gehalt. Djordjevic lebte in der Gründungsphase sechs Monate von Hartz IV.

Spätestens wenn große Wachstumssprünge anstehen, wird die Eigenfinanzierung schwierig. So auch bei Foodist. Die Gründer wandten sich an die Hamburger Sparkasse, die dem Vorurteil mehr als gerecht wurde, dass Banken und Sparkassen als Geldgeber für Start-ups nicht taugen: Die Haspa forderte

für einen Kredit von 100.000 Euro sagenhafte zehn Prozent Zinsen und eine selbstschuldnerische Bürgschaft. Die Gründer lehnten ab. Sie besuchten einschlägige Veranstaltungen, etwa von „Hamburg Startups“, sprachen mit Business Angels und bewarben sich bei der Crowdfunding-Plattform „Companisto“. Auf Investment-Websites wie Companisto legen erfahrene Investoren, aber auch ganz normale Leute, ihr Geld in Start-ups an.

Companisto statt Marketing

Foodist überzeugte viele sogenannte Companisten: Insgesamt warb das Trio mit Stand November 2015 in drei Runden knapp 1,5 Millionen Euro ein. Schöner Nebeneffekt: Das Engagement bringt nicht nur Kapital, sondern schafft auch Bekanntheit: „Wir hatten kein Geld für Marketing. Companisto ist eine große Plattform, die viele Leute erreicht und auch von der Presse beobachtet wird“, berichtet Alexander Djordjevic. Wichtig seien die ersten zwei Tage nach Start einer Ausschreibung, sagt er. In dieser Zeit gelte es, möglichst viele Kunden zu aktivieren, Pressemitteilungen zu verschicken und so gleich zu Beginn viele Investoren zu finden. Foodist eignet sich gut für Crowdsourcing-Kampagnen, weil es sich um ein greifbares, leicht verständliches B2C-Konzept handelt. Crowdfunding-Investoren können nicht ins operative Geschäft eingreifen, sind aber beteiligt, sobald Gewinne ausgeschüttet werden oder das Unternehmen verkauft wird. Für Djordjevic ein großer Vorteil dieses Finanzierungsmodells: „Wir schätzen sehr, dass wir wissen, wann das Geld kommt. Bei Investoren dauert es länger bis Geld fließt, das kann die Liquidität beeinträchtigen.“ Einen unerwarteten Geldregen brachte Oktober 2014 der Besuch der Foodist-Gründer in der Start-up-Casting-Show „Die Höhle der Löwen“ des „VOX“-Abendprogramms. Die Foodists hatten den fünf Investoren in der Jury fünf Prozent der Anteile für 125.000 Euro geboten. Die Jury-Mitglieder Frank Thelen und Lencke Steiner wollten für diese Summe aber 25 Prozent Unternehmensanteile. Die Foodist-Gründer lehnten das Angebot wegen krasser Unterbewertung ihrer Firma ab. Geld floss dennoch: Binnen 24 Stunden nach Ausstrahlung

Als Stars der Gründer-Show „Die Höhle der Löwen“ zeigen sich die fünf Juroren Vural Öger, Judith Williams, Frank Thelen, Lencke Steiner und Jochen Schweizer (v.l.) im Casting von Geschäftsideen gegenüber Jungunternehmern oft dynamisch, aber selten finanziell freigiebig. VOX startet die 3. Staffel im kommenden Jahr.



Gründer und ihre Finanzierung (v.l.): Der Schweizer Manuel Grenacher warb international Geld ein, Alexander Djordjevic setzte erst auf „Bootstrapping“, Finn Plotz hält viel von Netzwerk und überzeugenden Fakten.

der Sendung verzeichnete foodist.de rund 1,2 Millionen Seitenaufrufe, gut 7.000 neue Facebook-Fans und 8.600 Bestellungen, was einem Umsatz von 280.000 Euro entsprach. Dank der „Höhle der Löwen“ machte Foodist also einen großen Sprung nach vorne. Völlig zu Recht also gilt die VOX-Sendung in weiten Kreisen der Start-up-Szene weniger als gute Chance, an Geld zu kommen, sondern als super Turbo für die Bekanntheit.

Heute beziehen über 14.000 Abonnenten eine Foodist Box, die nicht nur Produkt, sondern auch Marktforschungsinstrument ist. Erfolgreiche Produkte vertreibt Foodist exklusiv an den Handel. Foodist beschäftigt rund 25 Mitarbeiter. Das Unternehmen erwirtschaftete einen Nettoumsatz von über 1,4 Millionen Euro im ersten Quartal 2015. Für das erste Quartal 2016 denken die Hamburger über eine neue Finanzierungsrunde nach. Djordjevic sagt: „Momentan ist es in Deutschland so einfach wie noch nie, an Geld zu kommen. Die Bedingungen sind sehr gut, um finanziert zu werden.“

Friends & Family als Finanzquelle

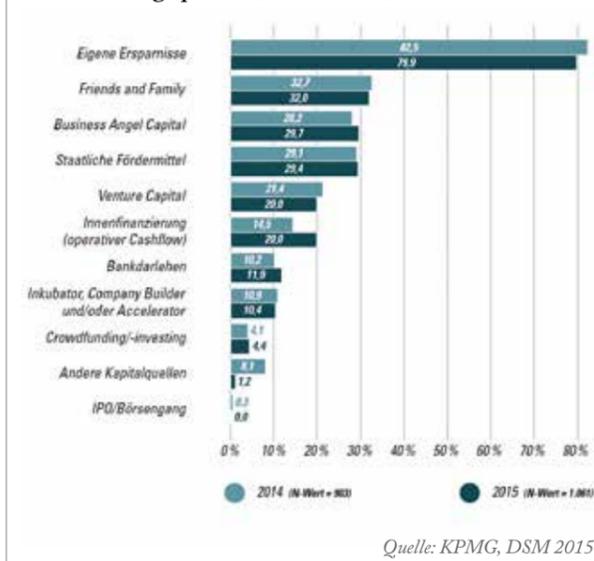
Als erstes greifen Existenzgründer auf eigene Ersparnisse zurück, dann bedienen sie sich bei ihrem eigenen Netzwerk: Freunde und Familie sind die zweitwichtigste Finanzierungsquelle für Start-ups, besagt der aktuelle „Deutscher Startup Monitor 2015“ (DSM) des Bundesverbandes Deutsche Start-ups (BVDS), der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin und der Beratungsgesellschaft KPMG.

Business Angels rangieren auf Platz drei der Finanzierungsquellen, dicht gefolgt von staatlichen Fördermitteln. Auf Venture Capital haben im Jahr 2015 weniger Gründer zugegriffen als im Vorjahr, dafür gibt es einen deutlichen Trend zur Innenfinanzierung, also über den operativen Cashflow. Banken und Inkubatoren liegen abgeschlagen auf dem siebten und achten Platz, und auch das Crowdfunding dient bislang selten der Finanzierung. Die am Startup Monitor betei-

ligten 1000 Start-ups bezifferten ihren Kapitalbedarf für die kommenden zwölf Monate auf mindestens 1,065 Milliarden Euro. Es geht also um viel Geld. Finanzieren Gründer ihr Unternehmen mit Venture Capital, stammt das zu 77 Prozent von deutschen Kapitalgebern. Besonderes Interesse an deutschen Start-ups haben amerikanische Venture Capitalists: Mit 5,8 Prozent des Gesamtvolumens belegen die USA aktuell den ersten Platz bei den ausländischen Kapitalgebern.

Auf internationale Finanzierung baut auch der Schweizer Manuel Grenacher: Nach Abschluss seines Informatikstudiums hob er zunächst die Coresystems AG aus der Taufe. Das Unternehmen, das unter anderem Cloud-Anwendungen bietet, beschäftigt heute nach eigenen Angaben weltweit rund 140 Mitarbeiter und zählt über 145.000 Kunden. Im Jahr 2013 gründete Grenacher zudem die Mila AG, ein mittlerweile mehrfach preisgekröntes Portal für Services in der Nachbarschaft. Grenacher, Jahrgang 1981, warb allein für Mila rund 3,22 Millionen Dollar Kapital ein, insgesamt habe er für beide Unternehmen im Laufe der Jahre über 30 Millionen Dollar eingesammelt, erzählt er. Grenacher wählte dafür einen steinigen Weg: Er habe gegoogelt, Business Angels recherchiert, Kaltakquise gemacht und schließlich „auf Teufel komm raus“ um Geld „gepitcht“, wie das in der Gründerszene heißt. „Das ist Hardcore und man kriegt viele, viele Absagen“, berichtet der Jungunternehmer. Sein Rat an alle Gründer: „Es gibt viele verschiedene Möglichkeiten, an Geld zu kommen. Vernünftig ist, sich in der ersten Runde auf Business Angels möglichst aus der gleichen Branche zu fokussieren, denn wenn man Top-Unternehmer überzeugen kann, dann kann man auch alle anderen überzeugen.“ Der große Vorteil von Business Angels gegenüber institutionellen Investoren sei ihr Netzwerk: „Die Angels kennen immer jemanden, der Türen öffnen kann, sie haben gute Buddies.“ Fleiß, Durchhaltevermögen, Überzeugungskraft, Engagement, Frustrationstoleranz und eine große Leidenschaft für die Idee sind unerlässliche Eigenschaften, die Existenzgrün-

Finanzierungsquellen (2014 – 2015)



der mitbringen müssen, um an Geld zu kommen. Und sie sollten über einen guten Business-Plan verfügen. Finn Plotz ist mit 19 Jahren schon Geschäftsführer der Simplex Technologie GmbH in Glückstadt. Sein Produkt heißt „Vion“. Und seine Geschichte ist erstaunlich.

Mit 17 Jahren kam er auf die Idee, eine zentrale Fernbedienung für TV, Filme und Musik zu entwickeln. Noch vor seinem Abi hatte er über eine halbe Million Euro Startkapital zusammen. Vion kann bereits für 250 Euro online vorbestellt werden und soll noch in diesem Jahr für 279 Euro auf den Markt kommen. Der frisch gebackene Abiturient verhandelt derzeit mit Media-Saturn, Europas größter Elektronik-Fachmarktkette. Finns Freund, der an der technischen Entwicklung mitbeteiligt war, stieg vor dem Abi aus; Plotz hingegen war dermaßen begeistert von der Idee, dass er sich auf die Suche nach Unterstützung machte.

Netzwerk, Gespräche und überzeugende Fakten

Er wandte sich ans Innovationszentrum Itzehoe und schrieb den Unternehmensberater und Wirtschaftsinformatik-Professor Gerrit Tamm so lange an, bis der sich schließlich mit ihm traf. Er sprach mit Beratern, Produzenten, Marketingfachleuten und Netzwerkern. Wie Mark Miller, Geschäftsführer der auf Unternehmenskäufe und -verkäufe spezialisierten Beratungsfirma Catcap. „Man braucht ein Netzwerk, um Gespräche führen zu können, dann allerdings muss man mit Fakten überzeugen“, sagt Plotz. Parallel bemühte er sich um Fördergelder. 2014 bewilligte ihm die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Schleswig-Holstein 125.000 Euro – unter der Bedingung, dass Plotz noch einen weiteren Investor findet. Zwischendurch gab es Schwierigkeiten in der Produktentwicklung. Der Kapitalbedarf stieg von 200.000 auf 600.000 Euro. Finn Plotz setzte Himmel und Hölle in Bewegung, um sein Start-up zu retten. Er fand schließlich einen Produzenten im chinesischen Shenzhen. Berater Mark

Miller machte Plotz zudem bekannt mit Michael Goldapp, einem IT-Unternehmer aus Braunschweig. Der investierte nicht nur viel Geld in das Start-up, sondern brachte auch Software-Know-how ein.

Heute hat die Firma vier Gesellschafter, Finn Plotz hält die Mehrheit. Anteile abzugeben, sei eine gute Möglichkeit, an Geld zu kommen, ohne sich privat zu verschulden, sagt er. Außerdem bräuchten Investoren nicht nur Kapital, sondern auch Wissen, Rückhalt und Unterstützung ein. Sein nachdrücklicher Rat an alle Gründer: „Man sollte bei der Finanzierung doppelt so viel Geld einwerben, wie man kalkuliert hat. Unbedingt! Und außerdem sollte man den Deal nur mit Leuten unterzeichnen, die man im Unternehmen haben will und nicht nur, weil sie Geld haben.“ Es gelte, zwar bescheiden, aber mit gesundem Selbstbewusstsein aufzutreten, unterstreicht der junge Vion-Chef selbstsicher: „Eine Finanzierung ist kein Gefallen, sondern ein Geschäft. Es ist nicht so, dass Gründer um Spenden bitten, sondern sie eröffnen den Investoren eine Chance, ihr Geld zu vermehren.“

Coaching für die Löwenhöhle

Allerdings haben Investoren eine große Auswahl: Rund 6.000 Start-ups gibt es laut Branchenverband in Deutschland. Gründungsberater Felix Thönnessen von „Thoennessenpartner“ weiß: „Es gibt definitiv mehr Leute, die kein Geld kriegen, als solche, die es kriegen.“ Er coacht Start-ups, die sich in der Sendung „Die Höhle der Löwen“ präsentieren; Mitte Oktober ist sein Buch „Erfolgreich Unternehmen gründen“ erschienen. Wenn Jungunternehmer bei Pitches vor Investoren scheitern, dann meist deshalb, weil entweder das Geschäftsmodell nicht passt, oder weil das Team nicht zusammengehört, oder weil es nicht gut präsentiert hat, urteilt Thönnessen. Naturgemäß empfiehlt der Berater allen Start-ups, sich Rat einzuholen. Die Bandbreite der Finanzierungsmöglichkeiten reicht von der KfW-Bank über die Förderprogramme von Bund, Ländern und EU bis hin zu Business Angels, Beteiligungsgesellschaften oder Crowdfunding. Da den Überblick und den richtigen Weg zu finden, bedarf einiger Recherche. Die Wahl der Finanzierung hängt zudem immer auch von der benötigten Summe ab, die häufig völlig falsch eingeschätzt wird, wie nicht nur Finn Plotz erfahren hat, sondern auch Felix Thönnessen bestätigt: „Es wird oft zu gering kalkuliert.“ Oft schätzen Gründer auch den Wert ihres Unternehmens falsch ein. Das hat Folgen: Ist die Berechnung zu hoch, werden sich potenzielle Investoren kopfschüttelnd abwenden. Ist sie zu niedrig, besteht die Gefahr, dass Gründer leichtfertig Anteile unter Wert abgeben. Wer allerdings keine Anteile abgeben will, bekommt auch kein Geld. Das Thema Finanzierung ist also in jeder Hinsicht diffizil.

Dabei fängt Unternehmertum erst richtig an, wenn die erhoffte Finanzspritze endlich da ist: Wie sagt Finn Plotz treffend? „Geld einzuwerben ist mit viel Unsicherheit verbunden, aber es zu behalten und nicht zu verplempern, ist viel schwieriger.“ ~