

Vortrag am 12.10.2005:
(es gilt das gesprochene Wort)

Wie werden junge Unternehmen interessant für Investoren?

Ich freue mich, Ihnen hierzu aus heutiger Sicht der IT-Branche meine Einschätzung der Erfolgsfaktoren im E-Business vortragen zu dürfen.

Das Internet ist ein bedeutsames Rückgrad der deutschen und globalen Wirtschaft geworden. Die Nutzung des Internets ist die Schnittstelle zum Kunden und damit aus dem Alltag der Konsumenten nicht mehr wegzudenken. Kaufentscheidungen werden am Computer vorbereitet oder gleich in die Tat umgesetzt. Wer neue Kunden ansprechen will, kommt am E-Commerce mit Fokus auf Marketing und Vertrieb nicht mehr vorbei.

Unser Ziel ist es, junge Unternehmen für Investoren interessant zu machen und die Voraussetzungen für Firmengründungen in Deutschland wieder zu verbessern und durch schnellere Marktumsetzung deutscher Innovationen die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Deutschland zu steigern.

Zuerst möchte ich Ihnen einen kurzen Überblick über meinen beruflichen Werdegang geben:

Vor über 20 Jahren habe ich selbst ein Entwicklungshaus für Kommunikations-Software, die damalige Com-M-Tex, heute VIPcom, mitgegründet und 10 Jahre geleitet. Wir haben alle Höhen und Tiefen durchlebt, angefangen von sich unglaublich schnell entwickelnden und veränderten Marktsituationen und Trends, schon damals restriktiven Banken unsere Finanzierung betreffend, bis hin zur Beteiligung eines Venture Capitalisten. Vor 5 Jahren wollten auch wir an den Neuen Markt und haben mit einem englischen Software-Haus und einem Beratungsunternehmen fusioniert. Um mit der entsprechenden Größe den Beauty-Test vor dem Börsenpublikum leichter zu bestehen. Der Traum platzte und wir mussten uns auch noch gegen den Versuch eines Unfriendly Take over des Beratungshauses wehren. Mit großer Anstrengung haben wir Altgesellschafter es geschafft, die VIPcom in ihrem Kerngeschäft als

Entwicklungshaus zu stabilisieren und mit Papageno UMS und der Neuentwicklung teamXchange wieder auf einen erfolgreichen Weg zu bringen.

Bereits von 7 Jahren habe ich mit Freunden aus der IT-Branche ein Netzwerk initiiert und mit 40 Persönlichkeiten die IT Adventure gegründet, die ausschließlich auf die Seed- und Start up-Finanzierung ausgerichtet war – unser Motto:

Kapital, Kontakte und Know-how für junge Technologie-unternehmen

Unser Ziel ist es, vielversprechenden Unternehmern neben Kapital auch Experten, sogenannte Paten, zur Seite zu stellen, um sie mit Kontakten zu unterstützen und so den Markteintritt zu erleichtern. Zusätzlich veranstalten wir Stammtische und gemeinsame Messeauftritte. Wir wollen auf diese Weise mehr bieten als reine Finanzierung. Ich sehe dieses Konzept heute wichtiger denn je und nicht nur für die IT anwendbar an.

Ich bin der Meinung, dass Innovationen und Firmengründungen der Nährboden für eine gesunde wirtschaftliche Entwicklung sind.

Was uns zur Zeit fast vollständig fehlt, ist der Mut zur Umsetzung und das mangelnde Interesse unserer Old Economy an deutschen Entwicklungen (nur was aus Amerika kommt, ist gut) und das notwendige Kapital.

Im Jahr 2005 hat die Börse erstmals wieder gut begonnen. Innovationen werden im Markt gefördert und laut BITKOM ist allein in der IT 3,4% stabiles Wachstum prognostiziert. In bestimmten Teilbereichen wird sogar zweistelliges Wachstum vorausgesagt.

Die Tage des Internet-Hypes mit seinem schmerzlichen Erwachen sind vorüber – und fast vergessen. Die ersten Börsengänge von Internetfirmen waren in Amerika erfolgreich und heute ist das Internet und ein erfolgreiches E-Business im B-to-B-Market eine der Voraussetzungen für weltweiten Erfolg. Sei es in der Vermarktung, im Branding, bei der effizienten Kundengewinnung, im multi channel Marketing oder auf Web-Plattformen, das Internet ist aus keinem innovativen Unternehmen mehr wegzudenken. Wer heute nicht in Suchportalen vertreten ist, Paid Content und

Services bietet, Kommunikation und Information über Internet abwickelt gehört zum alten Eisen. Und nur, wenn wir in Deutschland wieder auf Innovationen setzen, und dazu gehören Web-Applications und –

Dienste werden wir im weltweiten Wettbewerb bestehen. Und nur so schaffen wir neue Arbeitsplätze.

Das erste Signal der Regierung und damit Minimierung des Investorenrisikos sind ein erster Lichtblick:

Der High-Tech Gründerfonds stellt den Unternehmen bis zu EUR 500.000,-- im Rahmen einer ersten Finanzierung zur Verfügung. Die Unternehmensgründer oder ein Privatinvestor steuern nur 20% der Mittel als Eigenkapital bei. So kann auch unsere Wirtschaft mit ihren Unternehmern und Unternehmen ihrer Risikobereitschaft und ihrem fundierten Know-how wieder zukunftsweisende Entwicklungen von Gründern fördern und so für den internationalen Wettbewerb stärken.

Die Vergangenheit hat die Investoren vorsichtig gemacht, heute wird viel mehr Wert auf den frühzeitigen international ausgerichteten Auftritt und die sogenannten Soft Skills gelegt als früher:

denn der junge Unternehmer kennt zwar seinen Markt, aber als Einzelkämpfer ist er verloren. Er wird sich frühzeitig, am besten schon während des Studiums, mit den konkreten Anforderungen (Hard Skills) der verschiedenen Positionen, wie Finanz- und Rechnungswesen, Vertrieb und Marketing beschäftigen müssen.

Die Soft Skills sind mindestens genau so wichtig, denn sie bestimmen die Effizienz einer Gruppe. Aus unternehmerischer Sicht versteht man unter dem Begriff „Soft Skills“ vor allem die Fähigkeiten eines Menschen, die gerne als „Persönlichkeit“ umschrieben werden. Mit Persönlichkeit sind alle jene Eigenschaften und Kompetenzen gemeint, die über die fachliche Qualifikation hinausgehen, wie

Teamfähigkeit / Kommunikationsfähigkeit / Organisationsfähigkeit / Disziplin / Flexibilität / Mobilität / Motivation / Durchsetzungsvermögen / Kreativität und last but not least Optimismus und Selbstvertrauen.

Die wachsende Bedeutung sogenannter „weicher Faktoren“ ist im globalen Markt für die Etablierung eines erfolgreichen Unternehmens Voraussetzung. Ihr Fehlen jedoch die häufigste Ursache für Schwierigkeiten innerhalb des Teams, oft auch Ursache für das Scheitern des Unternehmens. Denn was nützt es, wenn man über genügend Know-how verfügt, Hightech-Computer zu produzieren, aber nicht weiß, wie man sie seinen Kunden verkaufen und sie zufrieden stellen kann.

Auf Basis des vor der Firmengründung erstellten Businessplanes muß mit dem Key-Team der jeweilige Verantwortungsbereich für beispielsweise die Produkte und Leistungen, mit denen Geld verdient werden soll, die Branchen- und Zielgruppen, mit denen Kunden gewonnen werden sollen und die internen Maßnahmen für das Unternehmenswachstum festgelegt werden. Entscheidend für den Unternehmenserfolg ist das gemeinsame Ziel und, unabhängig von der Stellung jedes Teamglieds im Unternehmen, das Erkennen und Nutzen der jeweiligen spezifischen Kompetenzen und Qualifikationen.

Die Zeiten von Gründungen mit fünf Vorständen sind vorbei, trotzdem sind Beteiligungen der Know-how Träger am Unternehmen wichtig, auch im Hinblick auf spätere Investoren.

Genauso wichtig wie Führungsqualitäten sind ein gut funktionierendes Netzwerk aus Kontakten. Nur so bekommt ein Gründungsteam die notwendigen Kenntnisse über Technologietrends und kann schnell seine Marktstrategie prüfen und gegebenenfalls ändern. Für das Unternehmen erhöht sich dadurch die Visibility im Markt. Um dies zu erreichen, müssen er und ein Team bereit sein, Zeit für Vorträge, Teilnahme an Symposien, Awards, Messen, Beitritt in Fachverbände zu investieren.

Kontakte zu pflegen und positiv auf den Input von außen zu reagieren zahlt sich aus und wird von Investoren honoriert.!

Von der Gründung bis zum dauerhaften Unternehmenserfolg ist ein weiter Weg. Strategische Kooperationspartner sind für den Zugang zu nationalen und internationalen Märkte unverzichtbar. Sie sichern die Präsenz der Produkte im Markt. Und hier ist eine bedarfsgerechte Unternehmenswebseite nicht nur das Aushängeschild, sondern auch die Grundlage für eine schnelle, unkomplizierte und

intensive Zusammenarbeit mit Kunden aber auch Investoren. Gerade große Unternehmen geben Start up's Vertriebs- und Marketingunterstützung, promoten in der Industrie über Internet die Kooperation und damit den Marktzugang, stellen internationale Kontakte her. In der Expansionsphase stehen sie oft als Beirat oder Geldgeber unterstützend zur Verfügung.

Unabhängig von Know-how, Kontakten und Kooperationen ist für den Unternehmenserfolg eines ausschlaggebend, nämlich die Menschen, die sich dieser Aufgabe gemeinsam stellen. Die Begeisterung und die Identifikation und der Glaube an die Zukunft des eigenen Produkte zeigt sich auch im Internetauftritt und der damit verbundenen Kommunikation nach außen.