GRÜNDERPROGRAMME VON UNTERNEHMEN

Kapital, Know-how und Kontakte

Anfangs initiierten Internet-Gründer selbst neue Start-ups und halfen jungen Unternehmern mit Kapital und Coaching, jetzt entdecken zunehmend Konzerne diese Form der Finanzierung und Förderung von innovativen Geschäftsideen

Viel Bunt vor Schwarz. Modernes Bürogestühl in Gelb, Orange, Grün steht vor Wänden mit Tafelfolie: Willkommen bei der Wayra. Im cool gestylten Inkubator von Telefónica, mit Blick auf Münchens Einzelhandel in der City, haben zehn Start-ups eine Heimstatt gefunden. In der Ecke des Großraumbüros, die Pockets United besetzt, ist die Tafelwand mit Checklisten, Skizzen, Zahlen bekritzelt. „Eine App – das passt zu Telefónica und O2", so Mitgründer Markus Stiefel. „Mit Pockets United werden sich Freunde bald direkt Kosten und Geldbeträge online zurückzahlen können."

Foto: Fotolia / Shock

Gründer bei der Arbeit: Unternehmen beschleunigen mit Geld, Erfahrungen und Netzwerken den Erfolg

„Man lernt, Fehler zu vermeiden"

Der Aufenthalt bei Wayra hat die Entwicklung der Geschäfte von Pockets United beschleunigt: Das Team fand im Unternehmen Mentoren, die technische Fragen beantworteten oder beim Marketing mithalfen. Mit einer Kapitalspritze konnte das Gründerquartett weitere Dienstleister finanzieren. „Man lernt hier als Gründer Fehler zu vermeiden, die man nur schwer oder gar nicht mehr korrigieren kann", erläutert Stiefel die Vorteile der Starthilfe. „Außerdem bringt uns der Austausch mit den anderen Teams voran." Kooperationen entstehen bei Wayra auf Zuruf, Ideen werden in Diskussionen auf dem Flur zugespitzt. Telefónica gewinne dabei, meint Wayra-Direktorin Tanja Kufner, „Innovationen und Ideen: Das Unternehmen beschleunigt die Entwicklung und bekommt Anteile an Start-ups".

„Die Teams bereichern sich gegenseitig und wir helfen als Sparringspartner weiter."

Peter Richarz, geschäftsführender Gesellschafter Crossventures, Köln

Neue Geschäfte kennenlernen, fördern und vom Wachstum eines zukünftigen Web-Giganten profitieren: Das ist das Ziel sogenannter Inkubatoren oder Acceleratoren. Wurden solche Firmenbrutstätten und Wachstumsprogramme bislang von Mehrfachgründern angestoßen, so mischen jetzt immer mehr Konzerne mit. „Im Moment merkt die Industrie, dass sie die digitale Transformation aktiver angehen und das Entstehen innovativer, digitaler Geschäftsmodelle begleiten muss", begründet Andy Goldstein das Interesse. Der Mehrfachgründer leitet seit Jahren das Entrepreneurship Center der Ludwig-Maximilians-Universität in München und ist Mitgründer einer Beratung, die für Organisationen und Unternehmen wie das Bundeswirtschaftsministerium oder die Allianz Inkubatorenprogramme aufsetzt und betreut. „Zu beobachten ist, dass sich Telekommunikations-, Finanzdienstleistungs- und Handelsgesellschaften stark engagieren, aber das ist ein von Branchen unabhängiger Trend", so Goldstein weiter.

Peter Richarz, geschäftsführender Gesellschafter der Beteiligungsgesellschaft Crossventures, ergänzt: „Außerhalb von Konzernhierarchien realisieren Firmen schneller neue Geschäfte." In Tochtergesellschaften dürfen selbst Webshops und -Services, die das Kerngeschäft angreifen, erblühen. Marc Stilke, Chef von Immobilienscout24, schätzt am konzerneigenen Inkubator Youisnow, „dass wir durch ihn in Kontakt kommen mit jungen, unternehmerisch denkenden Fachkräften und Mitarbeitern weitere Möglichkeiten geben, selbst Ideen zu entwickeln oder bei der Umsetzung dabei zu sein."

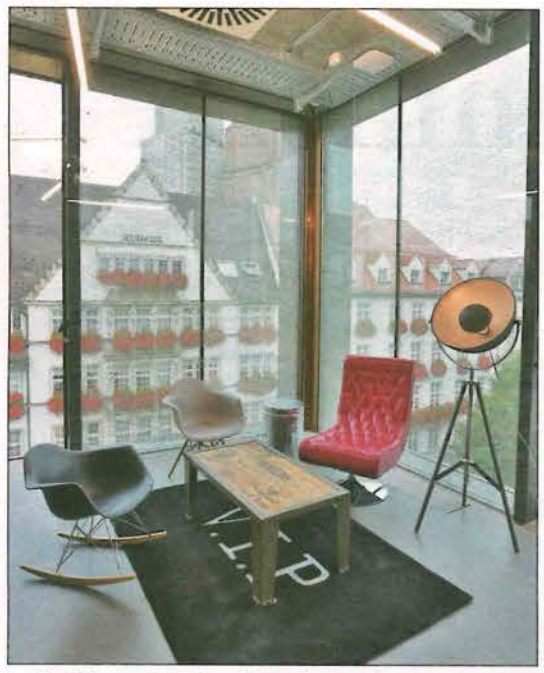
Gründerprogramme bieten viele Chancen. Telefónica, die Deutsche Telekom und die Scout-Gruppe setzen daher auf Acceleratoren, Rewe will einen Inkubator einrichten, Otto und der Klingel-Versand (heute: K – Mail Order) leisten sich schon einen: „K – New Media verantwortet das Business Development im E-Business-Bereich sowie die Kapitalbeteiligungen des Versenders", so Geschäftsführer Ludger Schöllgen. „Wir glauben, dass die internen Kreativprozesse keine so guten Ergebnisse wie Gründer erbringen." Pro Sieben Sat1 legt mit Epic Companies und P7 S1 Accelerator gleich zwei Programme für Start-ups auf.

In Inkubatoren entstehen Firmen, Acceleratoren beschleunigen deren Wachstum. In der Praxis werden die Bereiche munter gemixt und miteinander verwoben. „Wir sind deutlich mehr Inkubator als Venture-Capital-Geber und realisieren eher eigene Ideen als dass wir Gründer nur mit Kapi-

Inkubatoren und Acceleratoren: Was sie Gründern bieten und was sie von Unternehmern verlangen

Name	Web-Adresse	Finanziert von	Branchenfokus	Angebot für Gründer	Bedingungen	Aktuelle Start-ups
Crossventures, Köln**	www.crossventures.de	Gründer, Holtzbrinck	Transaktionsbas. Mod., Media	Kapital, Büroraum, operative Hilfe	Anteile	Plazaa, Zoomwork, Designbestseller
Hack FWD, Hamburg	www.hackfwd.com	L. Hinrichs, div. Investoren	Technologie: Internet, Mobile	91.000 bis 191.000 €, 1 Jahr Büroraum, Mentoren, Netzwerk	27-Prozent-Anteil	Infogram, Yieldkit, Substance, Starforce Delta
Hanse Ventures, Hamburg**	www.hanseventures.de	Gründer, div. Investoren	Digitalisierung, Mobile, Branchen im Umbruch	Kapital, Büro, Entrepreneur in Residence: Gründertrainee für Anteile und Gehalt		Toptranslation, Pflege.de, Cupom.com, 1000Kreuzfahrten.de
Hub Raum, Berlin	www.hubraum.telekom.com	Deutsche Telekom/ T-Ventures	Innovative Technologie und Geschäftsmodelle	Bis zu 300.000 €, Büro f. 6–12 Monate, Mentoren, Kontakte zum Konzern	Bis zu 30 Prozent Anteile	Blinkist, Stylemarks, Salonmeister, Reputami
K – New Media, Berlin**	www.k-newmedia.de	K– Mail Order GmbH (Klingel Versand)	E-Commerce; Datamining, 3-D-Printing, Gesundheit, B2B	500.000 bis 3 Mio. € in versch. Tranchen, operative Hilfe: Online Marketing, IT-Services	Anteile	Adspert, Pflegebox, Meinestrolche, Faszinata, Dobramoda (Polen)
LMU Entrepreneurship Center, München	www.entrepreneurship center.uni-muenchen.de	LMU-Universität München; Partner-Unternehmen	Innovative Technologie und Geschäftsmodelle	Büroraum, Coaching bei Strategie, Finanzierung, Business Development		Becoached, Kisibox, Nightvertise, Unu, Peppermint Products
P7 S1 Accelerator, München	www.p7s1accelerator.com	Pro Sieben Sat1	Innovative Geschäftsmodelle	25.000 €, Büroraum f. 3 Monate, Mentoren, Kontakte zum Konzern und Partnern	5-Prozent-Anteile	Dreama TV, Moosify, Jobcrowd, Get2play, Tickethelden, Ampido
Project A Ventures, Berlin**	www.project-a.com	Gründer, Otto	Consumer Web, Adtech, Mobile	Kapital, operative Hilfe durch Experten	Anteile	Kochzauber, Amerano, Tirendo
Rocket Internet, Berlin*	www.rocketinternet.de	Samwers, Kinnevik, Holtzbrinck u. a. Investoren	E-Commerce, Dienstleistungen, Mobile	Entrepreneur in Residence gegen Anteile und Festgehalt		Zalando, Home24, Billpay, Autoda
Startplatz, Köln	www.startplatz.de	Diverse Investoren	Online, Mobile	Büro, Training, Kontakte, oper. Hilfen	Anteile/Bez.***	Tanked, Maple Apps
Team Europe, Berlin**	www.teameurope.net	Gründer, priv. Investoren	Gesch. f. Wachstumsmärkte	Kapital, operative Hilfe f. 6–12 Monate	Anteile	9Cookies, A Space for Art, Delivery Hero
Venture Stars, München*	www.venture-stars.com	Gründer, priv. Investoren	E-Commerce, Marktplätze	Kapital, operative Hilfe	Anteile	Miflora, Vitafit24, Hundeland.de
Wayra	www.wayra.org	Telefónica/O2	innovative Geschäfte, neue Technologien	Bis zu 40.000 €, Büro f. 6–12 Monate, Mentoren, operative Hilfe aus Konzern	Bis zu 10 Prozent Anteile	Pockets United, Lernstift, Clearkarma, i-Frontdesk
Youisnow, Berlin-München	www.youisnow.de	Scout24-Gruppe	Immobilien, Mobile, Online, innovative Geschäfte	Bis zu 500.000 €, Büro f. bis zu 12 Monate, Mentoren, operative Hilfe aus Konzern	Anteile	Deskwanted.com; Noknok; Umzug-easy.de

© INTERNET WORLD Business 11/13 * vorwiegend eigene Ideen ** eigene Ideen und Ideen von anderen *** Co-Working-Büroraum auch gegen Bezahlung: ab 85 Euro pro Monat



Inside Wayra: Schicke Arbeitsplätze in bester City-Lage in der Deutschland-Niederlassung in München

tal unterstützen", erklärt Richarz. Tatsächlich sehen sich Inkubatoren wie Rocket Internet, Venture Stars oder Crossventures, hinter denen Mehrfachgründer und ihre Beteiligungsportfolios stecken, als Firmenentwickler. Sie suchen für neue Geschäftsmodelle Teams und Fachkräfte, die das Start-up mit ihrem Know-how und ihren Kontakten aufbauen und dafür bezahlt werden – unter anderem mit Anteilen. So

„Wir geben kein Geld, helfen aber auf der Suche nach Kapital und Expertenrat."

Andy Goldstein, Geschäftsführer Entrepreneurship Center der LMU München

erobern Epic Companies für Pro Sieben Sat1 und Project A Ventures für Otto Märkte.

„Wir haben einen Ideen-Pool, für den wir Gründerpersönlichkeiten suchen", erläutert Jochen Maaß, Mitgründer von Hanse Ventures. „Oft kommen auch Gründer mit einem Konzept auf uns zu." Wie in Hamburg sitzen auch in Berlin bei Team Europe bezahlte „Entrepreneurs in Residence" neben Gründern, die ihre Ideen realisieren und dazu auf Geld, Gründungs- und Web-Know-how des Inkubators zurückgreifen. Dafür geben sie Anteile am Unternehmen ab, zwischen 25 bis 75 Prozent werden je nach Hilfsbedarf verlangt.

Genau 27 Prozent ihres Start-ups überlassen Gründer dem Inkubatoren- und Expertennetzwerk Hackfwd von Xing-Gründer Lars Hinrichs. Neben einer Finanzierung bietet dieses für ein Jahr Büros, zudem Kontakte zu Spezialisten. Ähnlich transparente Bedingungen bietet das Entrepreneurship Center der Uni München: „Wir wollen uns auf die Gründung konzentrieren und verlangen daher keine Anteile. So verlieren wir keine Zeit mit Bewertungsverhandlungen, sondern investieren Zeit in Coaching und Expertenrat", sagt Goldstein. „Wer einen Inkubator gründet, sollte wissen, wozu. Wenn es um neue Geschäfte und Innovationen geht, sollten Beteiligung und Renditeansprüche nebensächlich sein." Auch wenn manche es als Inkubator bezeichnen – die Programme der Unternehmen sind meistens Acceleratoren, die das Wachstum von Start-ups beschleunigen. Selten setzen sich Gründer in Bewerbungen oder Wettbewerben mit einer nur grob umrissenen Idee durch. Chancen bekommen dagegen Start-ups, die ein nachvollziehbares Angebot und einen Businessplan formulieren. Sie erhalten eine Startfinanzierung, für mehrere Monate Büros, vor allem aber Zugang zum Wissen und den Erfahrungen in den Konzernen, von deren Mitarbeitern und Kooperationspartnern.

„Gründer müssen fordern"

„Man muss verstehen, wie Inkubatoren ticken, es gibt keine Bring-, sondern eine Holschuld in diesen Organisationen", hat Stiefel bei Wayra und im Entrepreneurship Center erfahren. „Gründer müssen fordern, was sie für ihr Unternehmen brauchen." Pockets United etwa fand bei Telefónica, O2 und deren Kooperationspartner Wirecard Mobile- und Payment-Spezialisten für Fragen rund um die technische Entwicklung ihrer App und machbare Dienstleistungen. Rechts- und Marketingexperten der Telefongesellschaft berieten zudem bei Verträgen und Vermarktungsstrategien. Der Zugang zu rund 20 Millionen Handy- und Smartphone-Kunden half, Tester für die App zu finden und den Service bekannt zu machen. Im Juli endet die Zeit bei Wayra: „Wir arbeiten an einer weiteren Finanzierungsrunde und versuchen, einen Bankpartner zu gewinnen", so Stiefel. „Für uns haben sich die Inkubatoren ausgezahlt, wir würden wieder so starten."

Bei aller Aufbruchsstimmung: Ob derart gepäppelte Geschäfte sich durchsetzen, bleibt die große Frage. Anfangs finden Gründer viele Geldgeber und Hilfen, wenn es aber um weiteres und noch schnelleres Wachstum geht und mehr Kapital benötigt wird, fehlen wagemutige Investoren. Aussichtsreiche Technologien werden daher oft nicht weiterentwickelt, innovative Konzepte enden schnell in der Pleite. Das Entrepreneurship Center München hat in den letzten Jahren knapp 100 Unternehmen begleitet, 85 Prozent davon existieren noch, nur jedes Dritte fand eine Finanzierung. Zwischen 2011 und 2012 hat Wayra 182 Start-ups in acht Ländern unterstützt. Fünf gaben auf, gut ein Drittel der Firmen fand Investoren. Der Rest muss Technik und Wachstum nun aus laufendem Geschäft und ohne fremde Hilfe finanzieren. ▮

„Das Unternehmen Klingel ist so schlau, sich einen Inkubator zu leisten für Innovationen."

Ludger Schöllgen, Geschäftsführer K New Media, Berlin

SUSANNE VIESER

Inkubatoren von Unternehmen: Beispiel Wayra

„Telefónica beschleunigt seine Entwicklung"

Tanja Kufner ist Direktorin der Wayra Academy und leitet den Inkubator in München.
www.wayra.org

Wie sucht der Inkubator Wayra Gründer für sein Programm aus?

Tanja Kufner: Gerade läuft wieder eine Bewerbungsrunde für die acht Wayra-Akademien in Buenos Aires, Caracas, Dublin, Lima, Madrid, Santiago de Chile, Mexico City und München. Gesucht werden Innovationen im Bereich Internet und neue Technologien. Wir suchen dieses Mal bis zu 60 Start-ups. Ab Herbst können bis zu zehn Teams in die Wayra-Akademie München einziehen. Alle Bewerbungen werden durch Fachleute von Wayra und Telefónica bewertet. Die 20 besten Kandidaten präsentieren danach ihre Ideen während der Wayra Week. Die nächste findet im August statt. Eine unabhängige Jury wählt währenddessen die Start-ups aus, die ab September für sechs Monate Büroraum beziehen, eine Finanzierung erhalten, von erfahrenen, internen und externen Mentoren betreut werden und mit anderen Gründern aus den Wayra-Ländern zusammenarbeiten.

Worauf legen Sie Wert bei der Auswahl geeigneter Start-ups und Gründer?

Kufner: Wayra ist für Start-ups in frühen Entwicklungsphasen entwickelt worden. Die Firma sollte nicht älter als zwei Jahre sein und weniger als 100.000 Euro Kapital aufgenommen haben. Die Gründer müssen ihre Idee kurz skizzieren, dieser Businessplan muss aber funktionsfähig und realistisch sein, die Idee außerdem exponenzielles Wachstum versprechen. Das unterscheidet ja Start-ups von anderen jungen Unternehmen. Sie wachsen extrem schnell, das Vorbild heißt Facebook, das in nur acht Jahren mehr als eine Milliarde Nutzer gewonnen hat. Bei der Auswahl wollen wir sehen, dass die Idee stimmt und das Team dafür brennt. Nicht zuletzt müssen die Kandidaten unsere Jurys überzeugen.

Wie hilft Wayra Gründern?

Kufner: Ziel ist es, Start-ups schnell zum Erfolg zu verhelfen. Wayra beschleunigt Wachstum durch Finanzierung und Know-how-Vermittlung. Ideen werden bei uns zu funktionierenden Geschäften entwickelt. Wie ein Inkubator stellt Wayra seinen Start-ups alles zur Verfügung, was sie benötigen, um Firmen und Angebote aufzubauen. Die besten Geschäftsideen erhalten Investments von bis zu 40.000 Euro sowie moderne Büroräume, wo sie mit anderen Gründern zusammenarbeiten. Wir verlinken zudem zu technologischer Expertise und Mentoring bei Telefónica und unseren Partnern. So können Gründer Ideen ausarbeiten. Darüber hinaus erhalten sie Zugang zu den über 300 Millionen Telefónica-Kunden.

Was bringt Wayra Telefónica und O2?

Kufner: Innovationen und Ideen. Das Unternehmen beschleunigt seine Entwicklung, bekommt neue Angebote und generiert neue Umsätze. Telefónica bekommt außerdem einen Anteil von bis zu zehn Prozent an jedem der 20 Start-ups, die pro Jahr in München die Wayra-Akademie durchlaufen. So profitiert Telefónica von der Technologie, den Geschäftsmodellen und den Talenten der Start-ups. Das Unternehmen erhält einen frühen Zugang zu den Technologiegiganten von morgen durch seine Investments und das Erstrecht zur Vermarktung.

Doch es geht auch um den frischen Wind, den die Start-ups uns bringen. Wayra bietet den Mitarbeitern die Gelegenheit, als Mentoren ihr Wissen mit Gründern zu teilen und frische Geschäftsideen kennenzulernen. In der aktuellen Bewerbungsrunde sucht Wayra daher gezielt nach Angeboten rund um Big Data, Machine-to-Machine-Kommunikation, Mobile, Virtualisierung und Cloud-Dienste. Die Kreativität der Start-ups und Telefónicas Stärken mit mehr als 310 Millionen Kunden ergeben eine gute Kombination.

Wie eng arbeitet der Inkubator mit dem Unternehmen zusammen, wie viele Mitarbeiter sind wie stark eingebunden?

Kufner: Die Zusammenarbeit ist sehr eng. Wir haben mehr als 60 Mentoren von Telefónica, die sich regelmäßig mit ihren Start-ups treffen und fast täglich miteinander telefonieren. Dieser Job ist nicht ganz einfach. Wer Mentor sein will, verpflichtet sich, per E-Mail und Telefon für seine Gründer erreichbar zu sein. Mindestens einmal pro Monat muss er bei Meetings erscheinen, außerdem alle Dokumente lesen, die erstellt werden. Gefragt ist vor allem das Fachwissen der Mentoren, auch das kann belasten. Wir fordern von den Mentoren überdies regelmäßiges Feedback über die Machbarkeit und die Projektentwicklung unserer Start-ups ein. Für diese Zusatzbelastung braucht man wirklich Leidenschaft.

Wie lange dauert es, ein Inkubatoren-Programm in einem Unternehmen aufzusetzen?

Kufner: Bei Wayra ging es ganz schnell. Unser Programm ist jetzt gerade mal zwei Jahre alt, doch in dieser Zeit haben wir 13 Akademien in zwölf Ländern gegründet. In dieser Zeit haben wir mehr als 17.000 Businesspläne gelesen und 234 Start-ups finanziert. Damit ist Wayra wahrscheinlich das größte Start-up-Programm der Welt. Unser deutsches Wayra-Programm konnten wir in gerade mal drei Monaten an den Start bringen. So wenig Zeit brauchten wir von den ersten Treffen bis zum Start der ersten Bewerbungsrunde. Dabei konnten wir natürlich die Erfahrungen und Konzepte aus den anderen Wayra-Ländern nutzen. Insgesamt sollten Unternehmen mindestens ein halbes Jahr für den Start solcher Programme einplanen. *vs*