

Der Tanz zwischen Mäusen und Elefanten

Zalando, SoundCloud und Xing haben eines gemeinsam: Sie fingen mal klein, als Start-up an. Heute träumen viele davon, mit ihrer Idee Geld zu verdienen und auch große Unternehmen beginnen sich mehr und mehr für Start-ups interessieren. Doch wie ergeht es den jungen Gründern und ihren Visionen?

Eine Reportage von [johann] & [keno]

Ein Smartphone stürmt auf die Bühne. Heischerisch wird der Bildschirmbruch präsentiert. »Oh, no it's broken«, ruft Moritz Zyrewitz, der Geschäftsführer des Berliner Start-ups *kaputt.de*. Sofort liefert er eine Lösung für den Displayschaden: Anleitungen und Bauteile zur Selbstreparatur, die Vermittlung eines Reparaturs oder die Möglichkeit das Smartphone direkt auf der Seite zu verkaufen.

Im Tecwatch Bereich der IFA tummeln sich Start-ups auf Investorensuche. Die in dieses Haifischbecken gesprungenen Aussteller, kleine Start-ups aus Deutschland und der Welt, scheinen noch nicht ganz angekommen zu sein, während die kritischen Blicke der Investoren sie beüben. Ganz nach dem Motto: Welche Idee klingt am vielversprechendsten?

Pitch werden in der Szene die kurzen, zeitlich begrenzten Produktvorstellungen vor Investoren genannt.

Mehr oder weniger gekonnt stellen die Start-ups ihre Konzepte in kurzen Pitches vor. Es geht um Lieferdienste für Handwerker, schwenkbare Sofas für Virtual Reality oder Universalcontroller für den Haushalt. Das verrückteste Start-Up ist wahrscheinlich *Wolfprint 3D*, das für besorgte Mütter 3D-gedruckte Skulpturen ihrer ungeborenen Babies anfertigt.

DIE START-UP-SZENE in Berlin boomt. Erst vor kurzem hat Berlin London als Gründerhauptstadt übertroffen. Laut dem neuesten Wirtschafts- und Innovationsbericht des Berliner Senats wurden allein im letzten Jahr 40.000 neue Start-ups in Berlin gegründet, viele davon technologiebasiert. Im Durchschnitt erfolgt in Berlin alle 26 Stunden eine Neugründung.

Doch was ist das Besondere an einem Start-up? Für Christian Tegge, Head of Operations beim Bundesverband Deutscher Start-ups ist die Antwort klar: »Ein Start-up ist jünger als drei Jahre, sehr innovativ und hat ein signifikantes Wachstum.« Beim IFA Tecwatch erläutert der Mittdreißiger mit dem Dreitagebart die Aufgaben

des Bundesverbands als Interessenvertretung und Lobbyverband der Start-ups in Deutschland.

Für den Bundesverband sind Start-ups vor allem ein Wirtschafts- und Innovationsmotor. Sascha Schubert, ein Kollege von Christian Tegge, ist im Vorstand tätig und meint: Start-ups unterscheiden sich schon in ihrer Grundstruktur von normalen Gründern. Sie haben innovative und riskante Geschäftsmodelle und brauchen deshalb spezielle Finanzierungsinstrumente. Doch wenn sie ersteinmal losgelegt haben, schaffen sie sehr schnell Arbeitsplätze. »Wenn der Einzelgründer nach zwei Jahren seinen ersten Mitarbeiter einstellt, haben Start-ups häufig schon ein Team von 15 Leuten«, erklärt Schubert.

HAUSBESUCH beim Berliner Start-up *kaputt.de*. – Ein »Muster Start-up«, das so ziemlich auf die Statistiken des Bundesverbands passt, wonach ein Großteil der Gründer Männer mit Hochschulabschluss sind.

Seinen Sitz hat es in einem verstaubten Hinterhof in der Luisenstraße in Berlin-Mitte, hier befindet sich das Gründerzentrum der Humboldt-Universität. Das hier Innovationen entwickelt werden sieht man dem muffigen Altbau mit seinen verwinkelten Gängen und Treppen erst auf dem zweiten Blick an. Früher war hier ein Biologie-Institut der Uni und so sieht es auch aus. Auf dem Regal ein Mikroskop, an der Wand Druckluftschläuche und auch der Abzug im Büro von *kaputt.de* funktioniert noch. »Manchmal zischt es hier noch«, sagt Co-Chef Tobias Kronawitter bei der Begrüßung.

Im Büro der drei Gründer herrscht ein kreatives Chaos: Drei sternförmig angeordnete Schreibtische, darauf Computer, Gummibärchentüten und Werbematerial. In der Ecke liegt der Smartphone-Anzug, den wir zwei Tage zuvor schon beim Pitch auf der IFA bewundern durften.

»Die große Idee hinter der Seite ist,« erzählt Tobias Kronawitter, »dass man auf einem Blick sieht, welche Handlungsoptionen man bei einem

kaputten Handy hat.«

Ursprünglich war *kaputt.de* als Wiki für Reparaturanleitungen geplant, mit der der Gründer Moritz Zyrewitz den ersten Platz bei einem Businessplanwettbewerb belegte. Als später Kronawitter, ein ehemaliger Schulfreund des Gründers, hinzukam, wurde das Konzept überarbeitet: »Wir mussten letztendlich erkennen, dass wir die Leute nicht dazu zwingen konnten, ihre Sachen selber zu reparieren, sondern es auch eine Lösung ist einen Profi aufzusuchen beziehungsweise zu erkennen, dass sich eine Reparatur nicht lohnt.« Nach mehreren Testphasen entstand die Seite in ihrem heutigen Design und das Konzept soll von der Reparatur von Handys nach und nach auf weitere technische Geräte erweitert werden.

Für ein Jahr wird *kaputt.de* nun durch ein *EXIST-Stipendium* des Bundeswirtschaftsministeriums unterstützt. Mit diesem werden innovative Unternehmensgründungen aus Universitäten gefördert. Die Gründer erhalten ein Startkapital, Gründergehalt, sowie institutionelle Förderung. Doch zum skalieren reicht das nicht.

»Durch das *EXIST-Stipendium* wären wir in der Lage gewesen, eine kleine Firma aufzubauen, die auf keine große **Skalierung** ausgelegt ist und sich nach einem Jahr Förderung selber trägt«, sagt Kronawitter. Das sein Unternehmen im Moment rote Zahlen schreibt stört ihn nicht, ganz im Gegenteil, er ist sogar recht optimistisch. Für ihn gehört zu einer Firmengründung immer ein gewisses Risiko. »Dieses Risiko«, sagt er, »wird man bei jeder Firmengründung haben, egal ob es jetzt ein Friseurladen, ein Kiosk oder eben ein Start-up ist.« Das Risiko bei einem Start-up, ergänzt er anschließend, sei vielleicht größer, aber wenn die Skalierung greift – dann richtig. Und das wissen auch die Investoren, die *kaputt.de* sucht.

DENN VIELE große Unternehmen versuchen, gute Ideen zu fördern. Es lässt sich als ein Tanz beschreiben – ein Tanz zwischen den Mäusen und den Elefanten. »How to the dance with an elephant?« heißt auch die Hauptdiskussionsrunde der

Start-up Night in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom. Eine Veranstaltung, die sowohl Bühne als auch Selbstbeweihräucherung der Branche ist.

Nach dem Eintreten in das große Atrium wird der Besucher fast erschlagen von Geräuschen, Farben und Menschenmassen. Es ist spürbar, dass dieses Gebäude normalerweise einem anderem Zweck dient. Die in den Raum eingebaute Bühne passt eben so wenig zu dem alten Gebäude wie die vielen jungen Menschen die hier ihre Produkte feilbieten. Hier werden aufstrebende Start-ups mit Preisen bedacht, für die meisten Teilnehmer ist es jedoch eher ein Ort auf Investoren zu treffen und mit anderen Gründern ins Gespräch zu kommen. Die Jungunternehmer sind ab und an in Anzug zu beobachten, altmodische Visitenkarten gibt es genauso wie langweilige Powerpoint-Präsentationen.

Beide Parteien befinden sich in einem interessanten Tanz indem sich die Tanzpartner nicht immer hundertprozentig darüber im Klaren scheinen, zu welcher Musik sie tanzen wollen.

»Ich will, dass ihr sagt, was ihr von mir wollt«, sagt Telekom CEO Tim Höttinges und meint gleichzeitig: »Wir müssen etwas von unserem Reichtum abgeben.« Es ist ein interessanter Tanz, den sie bestreiten, die Elefanten auf der einen Seite, die Mäuse auf der anderen. Die Elefanten wollen von neuen Ideen profitieren, gleichzeitig die kleinen Mäuse mit ihnen wachsen.

Die Stimmung an diesem Abend ist entspannt: Kein Start-up vergisst die »Deutsche Telekom« zu erwähnen (allerdings des Öfteren mit interessanter Akzentuierung) und die Telekom, personifiziert durch ihren Geschäftsführer, vergisst nie die Start-ups für ihre Andersartigkeit zu loben. Der Tanz zwischen den Elefanten und den Mäusen – Es ist ein Tanz, bei dem sich beide Partner aneinander anzupassen versuchen. Es

»Manchmal rauscht es hier noch«:

Das Büro von *kaputt.de* in der Luisenstraße in Berlin-Mitte

Die Möglichkeit der **Skalierung** heißt in diesem Fall, dass die Unternehmen wachsen wollen und Geschäftsideen entwickeln, die möglichst viele Kunden begeistern können.

»Wir müssen etwas von unserem Reichtum abgeben.«

Tim Höttinges, Telekom CEO





Bühne und Selbstbeweihräucherung der Branche:
Die Start-up Night in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom

gibt Unterschiede, doch auch ein Zugehen aufeinander. »Wir haben viele Sachen, die wir selber entwickeln, es gibt aber auch viele Sachen, die Andere richtig gut machen«, resümiert die Pressesprecherin der Telekom, Marion Kessing.

Wenn man ihr zuhört hat man den Eindruck, dass ein Riese wie die Telekom auch ein klein bisschen wie eine Maus sein möchte. »Uns geht es darum das unternehmerische, innovative Denken von Start-ups in den Konzern zu integrieren.« Denn auch, wenn die

Telekom eine eigene *Research & Development*-Abteilung hat, sei es für manche Produkte, die nicht zu den Kernbereichen der Telekom gehören, günstiger Partnerschaften einzugehen.

EINER, der sich ebenfalls in den Tanz zwischen Start-ups und Investoren eingereiht hat, ist Michael Mack, Geschäftsführer des Europapark Rust. Trotz seiner Maus am Sakko-Revers gehört er zu den Elefanten. Mack ist ein gefragter Mann und wird von einem ganzen Rudel an Mitarbeitern in Europark-Westen umgeben. Als wir mit ihm auf dem IFA *Techwatch* zum Gesprächsort gehen, springt gleich ein junger Unternehmer an ihn heran, um mit ihm einen Termin für seine Produktpräsentation zu vereinbaren.

Der Europapark ist, anders als der Großkonzern Telekom ein mittelständisches Familienunternehmen. Durch einen Artikel in einer Fachzeitschrift kam Mack dazu, Start-ups zu fördern. »Ich finde es einfach spannend, junge Menschen mit solchen Ideen zu fördern und was in Amerika geht, kann auch in Deutschland funktionieren«, sagt er. Zusammen mit der Uni Kaiserslautern hat der Park unter anderem den weltweit ersten VR-Coaster entwickelt und auch in Bereichen wie Wartezeitenmanagement oder Logistik sieht Mack große Chancen für Start-ups.

Anders als Amerika ist für Mack Deutschland

»Was in Amerika geht, kann auch in Deutschland funktionieren.«

Michael Mack, Europapark Rust

eher mittelständisch aufgebaut. Es gibt viele Familienunternehmen, alles erscheint ein wenig konservativ und eingerostet. Mack sieht dies als Barriere und sagt: »Der Amerikaner ist viel schneller, weil es viel **Business Angels** oder **Crowdfunding** gibt.« In den Staaten fließt das Geld schneller, statt um eine lange Vorgeschichte geht es um die Idee und das ist für Mack einer der Gründe, warum viele Gründer abwandern. Er sieht die großen deutschen Unternehmen in der Verantwortung, Start-ups zu fördern: »Europa ist zwar ganz gut mit Berlin, aber für die große Idee muss es noch mehr Vermischung zwischen der *Old Economy* und der *New Economy* geben.«

Mittelständler Mack sieht Deutschland als Land der Tüftler und Erfinder und will vor allem in nachhaltige Ideen investieren. Es geht ihm nicht darum, dass die Leute ihre Firma so schnell wie möglich verkaufen, vielmehr sollen sie probieren und auch mal scheitern können. »Für mich ist immer entscheidend, wer dahinter steht und wie leidenschaftlich es im Start-up zu geht.«

UND WAS EMPFEHLEN die jungen »Tüftler und Erfinder« jemanden, der selber eine Idee hat?

»Wichtig ist vor allem, das Produkt schnell rauszubringen«, sagt Tobias Kronawitter von *kaputt.de*. »Denn sonst kann es sein, dass man das Produkt am Markt vorbei vorbei entwickelt.« Er empfiehlt am Anfang einen kleinen Kundenkreis von vielleicht 100 Leuten zu haben und an dem seine Ideen auszuprobieren. Auch Fehler seien dabei erlaubt. »Man sollte auf Ideen schnell reagieren und sie im Zweifelsfall auch schnell verwerfen«, meint er. Und natürlich ist Networking wichtig, das heißt man sollte andere Start-ups nicht als Konkurrenz sehen, sondern auf Meet-ups gehen, »da man da was lernt und es dort Leute gibt die zeitgleich am selben Problem sitzen, wie man selbst.«

Und vielleicht wächst dann am Ende die eigene Vision von der kleinen Maus zum großen Elefanten heran.



Weitere Inhalte, wie Interviews mit den Akteuren der Start-up-Branche findet ihr online auf der Seite des Online-Magazins *derstreber.de*