

Business Angels Contact

Das Magazin des Business Angels Club Berlin-Brandenburg e.V. | Oktober 2010

INHALT

GLOSSE

Die sieben Mythen der Gründerförderung 2

BAC AKTION

Speeddating auf der deGUT 3

BAC INTERVIEW

Axel Fries 3

ERFOLGSSTORY

Little Bird 4

PARTNER DES BAC

BFB-Frühphasenfonds 4

TERMINE

29. Oktober, Berlin
Businessplanwettbewerb
für UnternehmensgründerInnen
www.b-p-w.de

16. November, Potsdam, IHK
4. Potsdamer Gründertag
Informationsveranstaltung zur
Selbstständigkeit (9.00–17.00 Uhr)
www.gruenderforum-potsdam.de

24. November, Berlin
„Alumni.Angel.Aband“
des Gründungsservice der TU Berlin
www.gruendung.tu-berlin.de

30. November, Berlin
Netzwerktag – Gründen in Berlin
www.gruenden-in-berlin.de

KONTAKT



Geschäftsstelle Berlin:

Bundesallee 171 · 10715 Berlin
Telefon: +49 (30) 2125 4884
E-Mail: info@bacb.de

Geschäftsstelle Potsdam:

Steinstraße 104–106
14480 Potsdam
Telefon: +49 (331) 660 1260
E-Mail: Potsdam@bacbb.de

Mut zu neuem Denken!

Im letzten Contact haben wir Gedanken zur „neuen Gründerkultur für Deutschland“ veröffentlicht. Wir möchten das Thema noch einmal aufgreifen. Diesmal als Erkenntnis aus Gesprächen und Workshops mit innovativen EntrepreneurInnen, die uns schilderten, wie sie sich bei der Gründung ihrer Firma im „Dschungel“ der unterschiedlichsten Anforderungen verlaufen haben.



Bei der Entwicklung einer nachhaltigen Geschäftsidee und natürlich der Suche nach der richtigen Finanzierung sind viele Hürden zu nehmen – sowohl rechtlich als auch bürokratisch. Da ist guter Rat oft teuer. Denn es geht nicht nur darum, aussagekräftige Konzepte zu entwickeln, Businesspläne zu schreiben, diese erfolgreich vorzutragen und als UnternehmerInnen zu überzeugen. Es kostet vor allem sehr viel Zeit, Energie und Nerven, sein Konzept so anzupassen und umzustellen, dass es in die Schubladen der jeweiligen „Richtlinien und Bestimmungen“ passt. Oft fehlt die Transparenz und man wird mit ein paar guten Tipps und Ratschlägen von den unterschiedlichen Beratungsstellen wieder „nach Hause“ geschickt.

Aber auch, wenn es den GründerInnen gelungen ist, für den „richtigen Plan“ die „richtige“ Finanzierung gefunden zu haben, muss

wieder viel Aufwand und Energie investiert werden, um die Investoren mit ihren bürokratischen Bedürfnissen „zufrieden“ zu stellen. Leider bleibt damit oft das Wichtigste auf der Strecke: ihr Produkt in den Markt zu bringen und ihre Kunden zufrieden zu stellen.

Zugegeben, es gibt Ausnahmen. Wäre es aber nicht besser, die Ausnahmen zur Regel zu machen? Unser Business Angel, Bernd Monitor, hat seine Erfahrungen in einer, zugegebenermaßen recht bissigen, Glosse auf der nächsten Seite zusammengefasst – und dabei auch Business Angels nicht geschont.

Mit Transparenz zur neuen Gründerkultur

Wir möchten durch diesen Beitrag mit Ihnen, den „im Dschungel“, d. h. am Markt agierenden Partnern und natürlich den jungen UnternehmerInnen eine Diskussion über die Unterstützung von Gründungen und die erfolgreiche Platzierung von neuen und/oder ungewöhnlichen Geschäftskonzepten anstoßen. Stimmen Wahrnehmung und Erfahrung der GründerInnen? Was sollte sich verändern? Müssen wir den Dschungel nur transparenter machen oder müssen wir das System vom Kopf wieder auf die Füße stellen? Wie können wir alle zusammen zu einer, auf gegenseitigem Verstehen aufgebauten neuen Gründerkultur kommen? Oder sind die Mythen womöglich doch Realität?

Ingrid Abel

Gerne veröffentlichen wir Ihre Meinung hierzu im nächsten BACcontact.

Schreiben Sie uns an:
contact@bacb.de

NETZWERK



Für den Menschen in uns.

Wenn wir Gründer uns mit einem Finanzierungswunsch an Business Angels wenden, erleben wir manchmal eine Überraschung. Statt des Geldes bekommen wir etwas viel Besseres: Einen Hinweis, wie wir den Aufwand vermeiden oder das Gewünschte kostenlos bekommen können.

Wenn Business Angels uns nach einem Business Plan fragen, schreiben wir einen, der wunderbar klingt. Wir Gründer kämpfen aber, wenn wir es ernst meinen, ganz unabhängig von diesem Papier mit Haut und Haar für unsere Idee. Ob wir diese Idee zum Fliegen bringen können, lässt sich wohl nur am Funkeln unserer Augen erkennen.

In beiden Fällen können wir, wenn wir, statt uns gegenseitig nur als Finanzinstrument zu sehen, den Menschen in den Vordergrund rücken, vielleicht am besten voneinander profitieren.

Michael Dreusicke
Geschäftsführer
PAUX Technologies GmbH

GLOSSE

Die sieben Mythen der Gründerförderung in Deutschland

Mythos 1:

Wenn Du Geld brauchst, dann gehe zur Bank.

Falsch. Wenn Du Dir die Bilanzen der Banken anschaust und die daraus erkennbaren Eigenkapitalquoten, dann siehst Du, dass Banken selber gar kein Geld haben.

Das ist auch der Grund, warum Banken sich gegenseitig kein Geld mehr leihen. Unternehmertum bedeutet das bewusste Eingehen von wirtschaftlichen Risiken. Dazu sind Banken nur bereit, wenn ihnen jemand das Risiko abnimmt. Die Banken finanzieren gar nicht, sie sind nur Erfüllungsgehilfen für die staatlichen Förderungen. Entweder durch die staatlichen Bürgschaftsbanken oder die KfW, für die die Banken Förderungen „durchreichen“. Das wird die Banken aber nicht davon abhalten, sich als Samariter aufzuspielen und Dir gleichzeitig sinnfreie Finanz- und Versicherungsprodukte aufschwätzen zu wollen.

Mythos 2:

Venture Capital finanziert erfolversprechende Konzepte.

VCs investieren nach zwei Kriterien: 1) Sie finanzieren solange die gleichen Geschäftsmodelle, bis der Markt total ausgelutscht ist. 2) Sie finanzieren das, was die VC Kollegen auch finanzieren. Was einmal finanziert wurde, wird dann

auf 5 Jahre weiterfinanziert, egal wie irrelevant das Geschäftsmodell mittlerweile ist. So braucht das Investment nicht abgeschrieben werden und die VC-Investoren bleiben in der Illusion, dass ihr Fonds erfolgreich ist. Nach 5 Jahren kommt dann das dicke Ende, aber da arbeiten die VC-Manager schon woanders.

Was VCs gerne machen, sind Termsheets und Vertragsverhandlungen. Die werden aber irgendwann abgesagt, weil es signifikante Erkenntnisse gibt, dass das geplante Investment in das Startup doch nicht erfolgreich sein wird, weil z. B. eine Fruchtfliege von links unten nach rechts oben über den Vertragsentwurf gelaufen ist.

Mythos 3:

Andere erfolgreiche Gründer werden Dir helfen.

Das ist ungefähr so, als wenn Du als Lottospieler zu Lotteriegewinnern gehst, damit sie Dir beibringen, Lotto zu spielen. Die erklären Dir dann, wie Du den Lottoschein richtig ausfüllst. Es ist lange wissenschaftlich belegt, dass die Kriterien für Erfolg sich nicht isolieren lassen (deswegen erscheinen jede Woche 5 neue Bücher, die behaupten, dies doch zu können). Was sich dagegen sehr klar isolieren lässt, sind die Kriterien für den Mißerfolg.

Gehe also besser zu gescheiterten Gründern und höre ihnen aufmerksam zu. Du wirst dort mehr lernen. Manche Erfolge sind eigentlich eher Mißerfolge. So gilt Columbus als erfolgreicher Entrepreneur, weil er Amerika entdeckt hat. Er wollte aber eigentlich den Seeweg nach Indien entdecken, damit ist er jedoch gescheitert.



Mythos 4:

Gründerberatungen bringen Dich auf den richtigen Weg.

Du wirst auf Berater stoßen, die sich Coach nennen, weil sie mangels qualifizierter Ausbildung den Unterschied gar nicht kennen. Du wirst dort genau so lange beraten, wie ihre Beratungsstunden durch die öffentliche Hand bezahlt werden, danach musst Du Kohle überschreiben oder man lässt Dich fallen wie eine heiße Kartoffel. Es sind meistens Leute, die Dir Fahrradfahren beibringen sollen, aber selber nie Fahrrad gefahren sind. Aber zugegeben, viele haben Studien übers Fahrradfahren gelesen.

Mythos 5:

Es gibt öffentliche Förderorganisationen für Dich.

In den öffentlichen Förderorganisationen bist Du vor allem eines: Unruheherd und Störfaktor. Deine Gesprächspartner sind Menschen, die an eine kalkulierbare Zukunft und eine sichere Rente glauben. Und Du kommst nun an, und willst diese dort herrschende Wüstenrot-Kultur durch Gründerkultur ersetzen. Da sind die Konflikte vorprogrammiert. Aber die Förderorganisationen haben das Problem erkannt: Um die Abläufe störungsfreier zu gestalten, wird man die Gründer in Zukunft schulen, wie sie sich gegenüber der Förderinstitution zu verhalten haben.

Mythos 6:

Gründerwettbewerbe helfen Dir, erfolgreich zu werden.

Gründerwettbewerbe haben vor allem ein Ziel: den Veranstalter der Wettbewerbe in ein gutes Licht zu rücken. Du als Gründer bist nur Beiwerk. Das erkennst Du an den Redezeiten auf den Preisverleihungen. Drei Viertel der Zeit reden Initiatoren und Sponsoren, ein Viertel der Zeit darfst Du Dich bei den Initiatoren bedanken. Für den Geldpreis kannst Du immerhin Deiner Mannschaft ein Mittagessen bezahlen.

Mythos 7:

Wenn Dir keiner hilft, dann helfen Dir die Business Angels.

Business Angels Netzwerke in Deutschland sind so eine Art vom Vegetarierversband betriebene Steakhaukette. Wenn Du dort Dein innovatives Konzept zur Würstherstellung vorstellst, werden einige der Zuhörer schon in der Präsentation besinnungslos werden, denn sie können kein Blut sehen. Bei denen, die dich finanzieren wollen, solltest Du vor dem ersten Treffen vorsorglich einen Holzpflock und Knoblauch besorgen.

Aber das Ganze hat auch gute Seiten, letztendlich ist es eine verdammt harte Schule. Gründer, die das durchlaufen und trotzdem noch authentisch bleiben, sind die Besten. Und die werden dann richtig erfolgreich. Wie z. B. die Freie-Universitäts-Studentin Antje Daniellson. Sie hatte nach ihrem Studium genug von der deutschen Heißgetränke-Entrepreneurship, ging in die USA und gründete 2000 Zipcar. Zipcar geht dort dieses Jahr an die Börse. (www.zipcar.com)

Bernd Monitor

IMPRESSUM

Herausgeber: Business Angels Club

Berlin-Brandenburg e.V.

Bundesallee 171 · 10715 Berlin

Telefon: +49 (30) 2125 4884

E-Mail: info@bacb.de

Redaktion:

Bernhard Böhm (V.i.S.d.P.),

Ingrid Abel, Claudia Mattheis

Layout: mattheis-werbeagentur.de

Speeddating mit den Business Angels auf der deGUT 2010

Auf der diesjährigen **deGUT** findet am **30. Oktober 2010** von **11–14 Uhr** das **Speeddating mit den Business Angels** statt.

Junge Gründer aus der Region Berlin-Brandenburg haben dabei die Möglichkeit, in acht Minuten ihre Geschäftsidee einem erfahrenen Kreis aus Unternehmern, Managern und Netzwerkern vorzustellen und

die Business Angel im Speeddating-Format von ihrer Geschäftsidee zu überzeugen. Nach einer kurzen Präsentation (8 Minuten), die ohne technische Hilfsmittel (z. B. Beamer) erfolgen soll, findet eine kurze Frageunde (ca. 12 Minuten) statt. Die Bewerber erhalten sofort ein kurzes Feedback zu ihrem Unternehmenskonzept. Und in einem anschließenden Come-together in lockerer

Runde besteht die Möglichkeit, weitere informative Gespräche mit den anwesenden Business Angels zu führen.

Die überzeugendsten Präsentationen und Unternehmenskonzepte erhalten ein Business Angels-Coaching zur erfolgreichen Weiterentwicklung der Geschäftsidee bzw. des Unternehmens.

Erkan Dereli

Sie wollen beim Speeddating präsentieren?

Senden Sie Ihr Unternehmensprofil (maximal vier Seiten) **bis zum 15. Oktober 2010** an: **speeddating@degut.de**
Oder nutzen Sie das Online-Anmelde-Formular auf **www.degut.de**.

Aus allen Bewerbungen wählt eine Jury **fünf Finalisten** aus, die am 30.10.2010 im Rahmen der **deGUT 2010** am Speeddating mit Business Angels teilnehmen.



BUSINESS ANGEL IM INTERVIEW

Warum sind Sie Business Angel geworden?

Ende 2007 war ich Gast bei einigen Matchings (damals noch Screenings) und schon beim 2. Termin war ich so begeistert, dass ich sofort ein Projekt unterstützt habe.

Was hatte Ihnen an diesem Projekt gefallen?

Die Geschäftsidee, denn 2007 kamen zu uns nur wenige Gründer mit neuen Ideen für das Internet. Das ist jetzt sicherlich anders.

Damals wie heute gefallen mir aber besonders die Geschäftsmodelle, die einen Cash Flow ohne Werbeeinnahmen generieren können und zudem skalierbar sind. Leider ist beides immer noch selten.

Welche Geschäftsideen interessieren Sie am meisten?

IT-Unternehmen sind mein Steckenpferd, d. h. mich interessiert alles rund um Web 2.0., Social Media – speziell Many2Many und Longtail; Mobile SAAS, Mobile Commerce oder Gaming.

Wie können GründerInnen Sie beim Matching begeistern?

Ich muss spüren können, dass die Matching-Teilnehmer für ihre Idee brennen. Mein Motto: Mach das, was Dir Spaß macht – aber mach es besser als andere!

Und was stört Sie?

Gründer, die sich zu wenig Gedanken über ihren Wettbewerb und die eigenen Schwächen machen. Und die, die ihre Ideen nicht verständlich präsentieren können.

Wie sieht für Sie denn dann die perfekte Präsentation aus?

Wenn das Businessmodell in 3 Folien und maximal 5 Minuten vorgestellt werden kann. Und wenn dabei auch klar wird, womit das Geld verdient werden soll. Die meisten stellen zwar die Kosten ausführlich dar, vernachlässigen aber die Ertragsseite.

Welche Fehler machen viele Gründer in der Planung der Erträge?

Ein Großteil setzt die Preise viel zu gering an. Die Gründer können nicht einschätzen, welchen Nutzen ihr Produkt beim Kunden stiftet. Nach meiner Einschätzung kennen fast 90% der Gründer ihre Kunden gar nicht richtig. Darum wissen sie auch nicht, was ihre Leistung wert ist.

Sie haben viel Erfahrung im Aufbau und Coaching von Teams. Worauf achten Sie bei Gründerteams?

Wichtig ist, dass das Team nicht zu groß ist. Die Teammitglieder sollten unterschiedliche Qualifikationen haben, die sich ergänzen. Und wenn ein Bereich nicht abgedeckt wird, dann sollte dies auch offen den Business Angels gesagt werden. Denn nur dann können wir dabei helfen, das Team zu optimieren. Fast immer fehlt übrigens die Kompetenz im Vertrieb und im Personalmanagement, denn das lernen die meisten Gründer leider nicht an der Uni.

Und was macht Unternehmer dauerhaft erfolgreich?

Die Startidee sollte ständig verifiziert und dem Markt bzw. Trends angepasst werden. Dazu gehört, bei aller Begeisterung für seine Geschäftsidee, ein gewisses Maß an Demut gegenüber dem Kunden und die Fähigkeit, gut zuhören zu können. Und ein Unternehmer muss Rückschläge verkraften, daraus lernen können sowie sich gut selbst organisieren – „Tagesplan ist wichtiger als Businessplan“.

Axel Fries:

Geb. 1959, Wirtschaftsingenieur TU Berlin und MBA Cambridge University; berufliche Stationen: Price Waterhouse, Microsoft, Sun Microsystems – Vertriebsleiter u. a. bei EDS AG, PSI AG; jetzt tätig als „Executive Sales Coach“ und Inhaber der YouCue GmbH, einem Unternehmen für Affiliate Marketing.

LITTLE BIRD: Kinderbetreuung 2.0

Anke Odrig revolutioniert die Kinderbetreuung. Über die Hürden vor und nach dem Start halfen die Business Angels.



Jung, blond, weiblich und mit Kleinkind – der ideale Existenzgründer sieht für die meisten Banker und Investoren offenbar anders aus. Diese Erfahrung machte zumindest Anke Odrig, als sie mit ihrer Geschäftsidee auf der Suche nach Geldgebern war. Dass Anke Odrig LITTLE BIRD trotzdem zum Fliegen bringen konnte, hat sie ihrer Hartnäckigkeit und vor allem Bernd Monitor von den Business Angels zu verdanken. Denn er glaubte an das große Potenzial der Idee.

LITTLE BIRD: Kinderbetreuung online verwalten

Die Suche nach einem freien Platz in einem Kindergarten oder nach einer Tagesmutter wird schnell zu einer Odyssee. Das merkte Anke Odrig, als sie einen Betreuungsplatz für ihren Sohn in Berlin brauchte. Zahlreiche Kindertagesstätten und Tagesmütter besuchte sie, doch statt einer verbindlichen Zusage gab es überall nur einen Platz auf der Warteliste. Von anderen Eltern erfuhr sie, dass alle diese Erfahrungen machen und auch die Verwaltung keinen Überblick über freie Betreuungsplätze hat. Sicherheitshalber setzen darum viele ihr Kind auf mehrere Wartelisten gleichzeitig. Diese Mehrfachanmeldungen erschweren aber zusätzlich die Planung bei den Kommunen, Kindertagesstätten und Tagesmüttern.

Anke Odrig wunderte sich, dass es in Zeiten des Internets noch keine adäquate Lösung für dieses Problem gab. Und da sie bereits viele Jahre als Projektmanagerin eines großen Softwarehauses gearbeitet hatte, wusste sie auch, wie dieses Onlineangebot aussehen sollte: Die Grundidee

zu LITTLE BIRD war geboren. Wertvolle Unterstützung erhielt Anke Odrig von der Leiterin des Amtes für Schule und Familie der Stadt Heidenau. Innerhalb von zwei Jahren wurde so gemeinsam der „LITTLE-BIRD-Prototyp“ entwickelt. Quasi auf Knopfdruck sieht nun die Heidenauer Verwaltung, wie viele Betreuungsplätze frei sind und wie oft welches Kind angemeldet wurde. Aber auch die Eltern können sich über das Internetportal schnell einen Überblick über das Betreuungsangebot verschaffen und Meldevorgänge bequem online bearbeiten.

LITTLE BIRD ist allerdings nicht nur auf den Einsatz in Heidenau beschränkt. Es lässt sich in jede Verwaltungsstruktur integrieren und kann so von Städten und Gemeinden in ganz Deutschland genutzt werden. Und das wird es sicherlich auch, denn ab 2013 haben Eltern einen Rechtsanspruch auf einen Krippenplatz. Anke Odrig hatte also mit LITTLE BIRD genau die richtige Idee zum richtigen Zeitpunkt. Warum war der Start dann trotzdem so schwierig? „Sämtliche Investoren oder Fördermittelgeber haben anfangs die Technologie hinter dem Portal nicht verstanden. Und sie haben auch das große Vermarktungspotenzial nicht erkannt, denn unsere Software lässt sich modular auf die Bedürfnisse jeder Stadt oder Kommune anpassen.“ erklärt Anke Odrig.

Business Angels: Netzwerk öffnet Türen

Unterstützung fand Anke Odrig beim Berliner Business Angel Bernd Monitor. „Wie ein Coach hat er mich intensiv begleitet, mich auf Risiken hingewiesen, den Businessplan optimiert und Kontakte bei wichtigen Entscheidern vermittelt.“ lobt Odrig. So kam es, dass es jetzt beim zweiten Anlauf auch mit der Finanzierung durch das ProFIT-Programm der Investitionsbank Berlin geklappt hat. Investiert wird das Geld in die weitere Entwicklung und Vermarktung von LITTLE BIRD.

Dank Kapital, Know-how und Kontakten startet der kleine Vogel nun voll durch:

<http://business.little-bird.de>

Claudia Mattheis

BFB FRÜHPHASENFONDS

Der Fonds richtet sich an junge, innovative und kleine Unternehmen im Land Brandenburg. Ziel ist es, die Liquidität und Eigenkapitalbasis dieser Unternehmen in der Frühphase zu stärken.

Der Fonds ist eine Initiative des Ministeriums für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg (MWE) und der Investitionsbank Brandenburg (ILB). Die Fondsmittel werden zu 75 % aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) und zu 25 % aus Haushaltsmitteln des Landes Brandenburg bereitgestellt. Mit dem Management für den Frühphasenfonds Brandenburg ist die bmp AG beauftragt.

Die Mindestkriterien für die Vergabe:

- Junges Unternehmen in der Phase des Betriebsaufbaus = maximal 6 Jahre seit Aufnahme der Geschäftstätigkeit
- Kapitalgesellschaft (GmbH, AG, UG)
- Kleines Unternehmen (KU) = weniger als 50 Mitarbeiter und ein Jahresumsatz oder Bilanzsumme kleiner als 10 Mio. €
- Sitz oder Betriebsstätte im Land Brandenburg und eine innovative, technologische Ausrichtung

Die Konditionen für eine Beteiligung sind u. a. :

- Das Investment des Fonds beträgt 0,5 bis max. 1 Mio. € und erhält eine Beteiligung von anfangs immer 15 % des Kapitals zu nominal. Die restlichen Mittel werden über ein **Nachrangdarlehen** zur Verfügung gestellt, welches sich auszeichnet durch:
- Marktgerechte Verzinsung, Zinsstundung (max. 4 Jahre)
 - Fallbezogene Laufzeit von durchschnittlich 7 Jahren
 - Qualifizierter Rangrücktritt, Wandlungsrecht bei weiteren Kapitalmaßnahmen,
 - Es ist kein Co-Investor erforderlich, gleichwohl sind diese willkommen und es wird ein Eigenbeitrag der Gründer/ Gesellschafter gewünscht.

Die Grundlage für eine Teilprüfungsprüfung ist ein Businessplan des Unternehmens.

Ihr zusätzlicher Mehrwert:

Die finanzierten Unternehmen erhalten neben den bereitgestellten Mitteln einen direkten Zugang zum bmp-Netzwerk sowie eine aktive Unterstützung in operativen und strategischen Belangen.

bmp AG – Büro Potsdam

Lars Michalak
Steinstr. 104–106,
14480 Potsdam
Telefon: +49 (331) 660 42 43
Fax: +49 (331) 660 32 45
E-Mail: fruehphasenfonds@bmp.com

bmp AG – Büro Berlin

Schlüterstr. 38,
10629 Berlin
Telefon: +49 (30) 20 30 50
Fax: +49 (30) 20 30 55 55
www.bmp.com
www.fruehphasenfonds-brandenburg.de

