

„Auch Nischen sind interessant“

Interview mit Dr. Peter Wolff, Geschäftsführer, EnjoyVenture Management GmbH

Bei Venture Capital-Gesellschaften trudeln jährlich viele hundert Businesspläne ein, bei manchen Häusern steigt diese Zahl auch in den vierstelligen Bereich. Worauf Investoren bei der Erstlektüre Wert legen, wie Gründer im persönlichen Gespräch überzeugen können und was Technologie-Gründer im Guten wie im Schlechten auszeichnet, verrät Dr. Peter Wolff von EnjoyVenture.

VC Magazin: Was zeichnet Technologie-Gründer aus dem Hochchulsektor aus?

Wolff: Wir verstehen darunter sowohl Gründer aus Universitäten als auch aus forschungsnahen Instituten wie Fraunhofer oder Max-Planck. Die Bandbreite reicht hier vom Professor über den Doktorand bis hin zum Absolventen. Positiv fällt auf, dass diese Gruppe ihre Idee sehr intelligent durch Kooperationen mit der Industrie vorangetrieben hat und auch gezielt einzelne Förderprogramme mit in das Projekt einbindet. Uns werden daher oftmals sehr robuste Prototypen gezeigt, die das Produkt oder die Technologie erlebbar machen. Auch gibt es meist eine stabile Patent-situation, die einer Ausgründung den Start erleichtert.

VC Magazin: Sehen Sie auch Verbesserungsbedarf?

Wolff: Ja, auf jeden Fall. Viele Gründer sind noch zu sehr in der Denkweise des Forschers und Entwicklers verhaftet und manchmal eher auf der Suche nach fördermittel-ähnlichen Finanzierungsinstrumenten. Als Start-up müssen sie sich aber vorrangig an den zukünftig adressierten Märkten und den Anwendungen orientieren. Auch hier sehe ich gewisse Defizite: Die Einschätzung des Bedarfs und der aktuellen Marktnähe einer neuen Technologie ist



Dr. Peter Wolff

vielfach zu optimistisch. Auch fehlt oft die Kenntnis, wie groß der potenzielle Markt eigentlich ist – aber genau das wollen Investoren wissen. Dazu müssen Strategie oder Geschäftsmodell in vielen Fällen noch geschärft werden.

VC Magazin: Den Erstkontakt zum Investor sollten Gründer mit einer Executive Summary suchen. Wie viel Kreativität ist aus Ihrer Sicht bei diesem Dokument erlaubt?

Wolff: Bei einem Consumer-Produkt wurde uns einmal ein Prototyp geschickt, ansonsten gehen manchmal Filme oder Bilder ein. Auch interaktive Texte im Internet habe ich schon gesehen. Grundsätzlich stehe ich diesen Dingen positiv gegenüber, denn so können sich Gründer differenzieren. Wichtig ist aber, dass alle wesentlichen Informationen transportiert werden. Manchmal treten bei allen kreativen Ansätzen Informationen zum Team, zum Markt oder beispielsweise zum Wettbewerb in den Hintergrund.

VC Magazin: Gibt es Reiz- oder Schlüsselworte in einer Executive Summary, die darüber entscheiden, ob ein vollständiger Businessplan angefordert wird?

Wolff: Ich muss einfach recht schnell das Gefühl vermittelt bekommen, dass es sich hier um einen attraktiven Markt handelt. Der kann manchmal übrigens auch eine interessante Nische sein. Dann achte ich darauf, ob das Team authentisch ist, es also zum Produkt und zum Markt passt. Wenn ich bei diesen beiden Punkten überzeugt bin, schaue ich mir weitere Zahlen und Prognosen an.

VC Magazin: Der Businessplan hat Sie dann schließlich überzeugt, es kommt zum persönlichen Gespräch. Worauf legen Investoren in diesem Meeting Wert, wie kann der Gründer überzeugen?



Aus der Sicht von Dr. Peter Wolff entwickeln Teilnehmer von Businessplan-Wettbewerben stimmigere Geschäftsmodelle.

Wolff: Wenn es sich um ein Gründerteam handelt, achte ich auf das Zusammenspiel der Leute. Wie agieren sie miteinander, spielen sie bloß Rollen oder sind Aufgaben und Führung schlüssig aufgeteilt? Auf der inhaltlichen Seite müssen sich als roter Faden der Kundennutzen und der USP durch die ganze Präsentation ziehen. Auch mögliche Nachfragen zum Wettbewerb und potenzielle Entwicklungen in diesem Bereich müssen präzise beantwortet werden können.

VC Magazin: Im Fokus der Investoren steht das Gründerteam. Welchen Standpunkt nimmt die Personalpolitik als Ganzes ein?

Wolff: Unsere Betrachtung liegt im Regelfall auf der ersten Reihe, sprich dem Gründerteam. Wir klopfen dabei u.a. ab, ob die Gründer auch Bedarfe bei sich selbst sehen. Zwischen Start-up, Expansion und Internationalisierung sind einfach unterschiedliche Qualitäten im Team gefragt. Falls es bereits Mitarbeiter gibt, nutzen wir oftmals die Gelegenheit, in kurzen Gesprächen auch die Innensicht auf die Gründer zu erfahren. Aus der Personalpolitik als Teil des Tagesgeschäfts halten wir uns aber heraus. Allerdings führen wir sogenannte Team Audits durch, insbesondere dann, wenn Start-ups eine bestimmte Größe erreicht haben. Hier geht es darum, ob die internen Strukturen und Qualifikationen mit den neuen Unternehmensanforderungen mitwachsen oder ob man sich eingerichtet hat.

VC Magazin: Wie viel Wert legen Sie darauf, ob ein Gründer erfolgreich an einem Businessplan-Wettbewerb teilgenommen hat?

Wolff: Die Teilnahme selbst ist gewiss nicht kriegsentscheidend. Allerdings zeigt sich immer wieder, dass ehemalige Teilnehmer stimmigere Geschäftsmodelle entwickeln und auch die Businesspläne einfach runder sind. Die Platzierung bei einem Wettbewerb selbst spielt aber keine Rolle. Was ich hingegen sehr kritisch sehe, sind sogenannte Businessplan-Nomaden. Wer bei vier oder fünf Wettbewerben hausieren geht, zeigt einfach, dass er falsche Prioritäten setzt.

VC Magazin: Vielen Dank, Herr Dr. Wolff! ■

torsten.passmann@vc-magazin.de

Zum Gesprächspartner

Dr. Peter Wolff ist Geschäftsführer der EnjoyVenture Management GmbH. Die Gesellschaft mit Sitz in Düsseldorf und Büros in Hannover und Gelsenkirchen verwaltet derzeit vier Fonds mit knapp über 50 Mio. EUR an Kapital. Die Schwerpunkte von Wolff liegen vor allem in den Bereichen IT, Telekommunikation sowie den produktionsorientierten Anwendungen.

Anzeige



**ETWAS NEUES
AUFBAUEN – DA SIND WIR
IM HANDUMDREHEN DABEI.**

GRÜNDUNG | WACHSTUM | INNOVATION | UMWELTSCHUTZ | STABILISIERUNG

Eine gute Idee ist das eine. Eine gute Finanzierung das andere: Maßgeschneiderte Förderangebote der LfA – über Ihre Hausbank. Wählen Sie **0800 / 21 24 24 0**, die kostenlose Beratung der LfA Förderbank Bayern. Unser Fokus: Bayern mit seinen mittelständischen Unternehmen. Wir informieren Sie gerne auch unter www.lfa.de.



LfA FÖRDERBANK BAYERN

Damit machbar wird, was denkbar ist.