

Pressemitteilung

17. Dezember 2019

Fachkonferenz „Entwicklung zur Nächsten Generation Hidden Champions“

München 17. Dezember 2019 – Was können Wirtschaft, Wissenschaft und Politik dazu beitragen, die Hidden Champions von morgen zu fördern? Darüber diskutierten ReferentInnen und TeilnehmerInnen auf der Fachkonferenz „Entwicklung zur Nächsten Generation Hidden Champions“ des MÜNCHNER KREIS e.V. Bei aller Vielfalt der Ideen und Meinungen herrschte Einigkeit darüber, dass vor allem mehr inländisches Wagniskapital gefragt ist.



„Wenn etablierte Unternehmen in Startups investieren, ist das eine Maßnahme der eigenen Existenzsicherung“, erklärte Florian Nöll (2. v. rechts), Vorsitzender des Bundesverband Deutsche Startups auf der Fachkonferenz „Entwicklung zur Nächsten Generation Hidden Champions“. (Foto: Yvonne Schmid)

Weltmarktführer in Nischenmärkten mit geringem Bekanntheitsgrad sind eine deutsche Spezialität. Mehr als tausend solcher Unternehmen gibt es hierzulande. Sie sind in ländlichen Gegenden beheimatet, weltweit aktiv und bilden gemeinsam mit den vielen anderen mittelständischen Unternehmen das Rückgrat der deutschen Wirtschaft. Doch kann Deutschland diese Position in einer digitalisierten Wirtschaft halten? Wie meistern die traditionsbewussten, oft inhabergeführten Familienunternehmen die Digitalisierung? Und welche Chancen haben innovative Startups, selbst Hidden Champions zu werden? Wolrad Claudy, Leiter des Arbeitskreises Entrepreneurship und



Wachstum im MÜNCHNER KREIS e.V., forderte zu Beginn der Fachkonferenz „Entwicklung zur Nächsten Generation Hidden Champions“: „Es ist Zeit, Handlungsoptionen zu erarbeiten, statt Versäumnisse zu beklagen.“

Ausverkauf von Innovationskraft verhindern

Im Vergleich zu Asien und Amerika steht in Europa zu wenig Wagniskapital zur Verfügung, das belegt unter anderem die acatech-Studie [„Innovationskraft in Deutschland verbessern: Ökosystem für Wachstumsfinanzierung stärken“](#), die im Laufe der Veranstaltung mehrfach zitiert wurde. Als möglichen Ansatz, um das zu ändern, nannten vor allem Vertreter von Wissenschaft und Startups eine Öffnung des Stiftungsrechts, damit Stiftungen stärker in innovative Unternehmen investieren können, ohne ihre Anerkennung als gemeinnützige Organisation zu verlieren. Außerdem müsse KfW Capital mit mehr Mitteln ausgestattet werden, um nachhaltige Wirkung zu erzielen.

Was deutschen Wachstumsunternehmen vor allem fehlt, sind großvolumige Investitionen aus dem Inland in den späteren Phasen der Gründung. Die Folge: Ausländische Geldgeber schließen die Lücke, was nicht selten dazu führt, dass die in der Anfangsphase mit deutschem Geld geförderten Innovationen schließlich doch ins Ausland abwandern und dort zu mächtigen Konkurrenten der deutschen Wirtschaft werden, wie etwa in der Windenergiebranche. Nur wenn es gelinge, die etablierten Hidden Champions angemessen an der Finanzierung innovativer Unternehmen zu beteiligen, könne die deutsche Wirtschaft insgesamt nachhaltig von deren Innovationen profitieren, so betonten die verschiedenen Rednerinnen und Redner des Tages immer wieder.

Schwierige Verständigung behindert Zusammenarbeit

„Die meisten Venture-Capital-Geber können gar nicht beurteilen, welchen Mehrwert unsere Ventures bieten“ – mit dieser Aussage brachte Martin Unger, Geschäftsführer der WATTx GmbH, ein typisches Problem auf dem Weg von der Idee zum erfolgreichen Produkt auf den Punkt. Denn, auch darin waren sich die Experten einig: Bevor etablierte Mittelständler Startups finanzieren, müssen sie deren Geschäftsmodell verstanden haben. Thomas Zimmerer, Geschäftsführer der The Digital Leaders GmbH, rät deshalb: „Die heutigen Hidden Champions brauchen Brückenbauer und Übersetzer, um Startups zu verstehen – und umgekehrt auch die Startups, um die etablierten Unternehmen zu verstehen.“ Diese Einschätzung teilt auch Professor Dr. Hubertus Tuczec, Hochschule Landshut, der die Diskussion über Leadership und Kultur in Startups und Mittelstand moderierte.

Nur wenn die Verständigung zwischen traditionellem Mittelstand und Startups gelingt, können Ideen und Begeisterung von Gründern wie Dominik Guber, Customized Drinks GmbH, zum Motor des Mittelstands von morgen werden. Für ihr „Braufässchen“ haben Guber und seine Mitgründer nicht nur den Deutschen Gründerpreis erhalten, sondern auch innerhalb von nur 11 Monaten ein zusätzliches Geschäftsmodell als B2B-White-label-Produkt entwickelt und umgesetzt. „Das hat nur funktioniert, weil wir die unternehmerische Freiheit haben, die wir brauchen“, so Guber.



Dass eine angemessene Beurteilung der Marktchancen von Innovationen vor allem vom Blick für die Bedürfnisse potenzieller Kunden abhängt, betonte Josef Brunner, CEO von Relayr, einem Unternehmen der Munich RE Group. Er sieht auch im Industrial Internet of Things (IIoT) einen großen Markt für die deutschen Fähigkeiten, beispielsweise im Bereich Fertigung. Doch sollten auch die etablierten Unternehmen beim Thema Innovation nicht vom eigenen Produkt ausgehend denken, sondern vom Kunden her. Was das im Bereich IT-Sicherheit bedeutet, formulierte Udo Kalinna, Geschäftsführer der IFASEC GmbH, so: „Security ist ein komplexes Thema, für das Unternehmen weder Zeit noch Know-how haben. Sie brauchen einfach zu nutzende Security-Services.“

Allerdings fehlt es in den etablierten Unternehmen häufig am Bewusstsein für die Herausforderungen der Digitalisierung – nicht nur in Sachen Sicherheit, sondern vor allem, wenn es um die Geschwindigkeit unternehmerischer Entscheidungen geht. Gleichzeitig tun sich Technologie-Start-Ups schwer, die Governance-Anforderungen der „Etablierten“ zu verstehen. Thomas Zimmerer, der künftig den „Arbeitskreis Digitalisierung Mittelstand“ des MÜNCHNER KREIS e.V. leiten wird, betonte in diesem Zusammenhang: „Kommunikation ist die Grundvoraussetzung für gelungene Kooperationen. Nicht nur auf Geschäftsführungsebene. Und nicht nur im Tagesgeschäft. Sondern systematisch, in Zusammenarbeit mit Experten, die beide Seiten verstehen.“

Augen auf bei der Standortwahl

Mit einem Vergleich eröffnete Dr. Alexander Werbik die Diskussion über die Frage nach dem richtigen Standort für Wachstumsunternehmen: Während deutsche Firmen ihr Wachstum über den Unternehmensgründer vorantreiben, bilden „Venture-Capital“-finanzierte Firmen im Silicon Valley Cluster verstärkt „Social-Capital“ an ihrem Standort. Wachstum wird dort von mehreren lokalen Akteuren wie Kapitalgebern, Partnern und Kunden gefördert. Mit weltweit sichtbaren Folgen. Doch lässt sich daraus eine generelle Empfehlung für die Einrichtung von Clustern zur Wachstumsförderung ableiten? Schließlich gilt die Möglichkeit zur jederzeitigen standortunabhängigen Zusammenarbeit als einer der wichtigsten Vorteile der Digitalisierung. Dennoch, so Dr. Dominic Gorecky, Head of Swiss Smart Factory, brauche erfolgreiche Innovation in Technologie-Branchen auch die Möglichkeit, vor Ort Dinge gemeinsam auszuprobieren. Mit der Swiss Smart Factory bietet der Schweizer Kanton Bern Unternehmen die Möglichkeit dazu.

Dr. Claudius Jablonka, mindpartners GmbH, plädierte aufgrund seiner eigenen Erfahrungen als Gründer ebenfalls für die Bildung von Clustern: „Wenn man Corporates und Startups zusammenbringen will, muss man dahin gehen, wo die Corporates sind.“ In seinem Fall war das die Metropole München. Markus Sudhoff von der Founders Foundation hingegen betonte das Potenzial der Flächenregionen. In Ostwestfalen-Lippe beispielsweise ist eine ganze Reihe aktueller Hidden Champions ansässig. Und mit 17 Millionen Euro für den Aufbau eines Startup-Ökosystems von der Bertelsmann-Stiftung sei es gelungen, die Anzahl der Startups innerhalb weniger Jahre zu verzehnfachen.



Damit ein Cluster funktioniert, brauche es vor allem „Bottom-up-Initiativen“, so Eric Patzschke vom Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Leipzig. Dass es die nicht nur in den Metropolen gebe, betonte auch Dirk Pfefferle, Global Head of Sales bei HiveMQ in Landshut. Mit einer Firmenkultur, die auf Eigenverantwortung setzt, könnten Startups und Mittelständler überall junge Fachkräfte an sich binden, erklärte Andreas Buchner, Vorstand der Communicatio AG. Und Eric Gehl, Mitgründer und CEO der Hakisa SAS in Straßburg, wies in diesem Zusammenhang auf die Bedeutung interkultureller Zusammenarbeit und Standort-Strategien hin.

Der Staat muss mehr als nur Regulierung bieten

Florian Nöll, Vorsitzender des Bundesverband Deutsche Startups kennt die Nöte der Gründer: Nicht einmal die Hälfte der Bewerber um Venture Capital werde in Deutschland berücksichtigt, erklärte er in seinem Impulsreferat zum Thema Regulierung und Wirtschaftspolitik. Allerdings sei es nicht vorrangig eine Frage der Politik, ob Deutschland Gefahr laufe, dass Stuttgart 2030 ausehe wie Detroit 2010. Denn, so Nöll: „Wenn etablierte Unternehmen in Startups investieren, ist das eine Maßnahme der eigenen Existenzsicherung.“

Der Tenor der anschließenden Diskussion lautete: Der Staat hat seine Rolle nicht nur als Regulierer, der möglicherweise Innovation beschränkt. Vielmehr kann er als Kunde und Nachfrager wichtige Zeichen setzen – nicht zuletzt auch in der Digitalisierung der Verwaltung. Staatliche Institutionen müssen auf allen Ebenen „Enabler“ von Innovation und Wachstum sein. Doch Lisa Gradow, Mitgründerin der Usercentrics GmbH, zeigte in ihrer Einschätzung auf, dass Regulierung auch echte Wettbewerbsvorteile für deutsche Startups im Datenschutz bringen könne. Die Signalwirkung der DSGVO zeige sich in vielen Staaten weltweit, die die Bedeutung des Datenschutzes erkannt haben und verstärkt auf deutsches Know-how und Best Practices in diesem Bereich zurückgreifen.

Generell wurde die Rolle des Regulierers kritisch beurteilt. Zitat Nöll: „Wir wollen insgesamt weniger Regulierung, und wenn schon, dann einheitlich.“ Man müsse über eine Definition von Startups und mögliche Erleichterungen und Ausnahmeregelungen nachdenken. Der Aufwand, sich mit Regulierung, behördlichen Zuständigkeiten und oft langen Verfahrensläufen zurecht zu finden, schrecke Startups ab, Innovation in Bereichen anzugehen, die nicht nur auf Verbraucher, sondern auch auf die industrielle Seite abzielen, sagte auch Dr. Alexander Duisberg von Bird & Bird LLP. Startups und Innovatoren müssten ihre Use Cases im realen Leben testen können. Zwar gebe es Experimentierklauseln, die Unternehmen das Ausprobieren neuer Technologien im Alltagseinsatz erlauben, doch auch auf Seiten der Behörden fehle oft das Know-how, was zu tun ist, wenn beispielsweise ein Unternehmen beantragt, mit Drohnen zu experimentieren, bestätigte Nils Hoffmann vom GovLab in Arnberg. Außerdem brauche es in der Verwaltung – auch für die eigenen Abläufe – verantwortliche Akteure, die den Mut haben und Mut machen, „einfach mal zu machen und auszuprobieren.“ Dr. Kon-



stantin Kolloge, stellvertretender Leiter der Geschäftsstelle Reallabore im Bundeswirtschaftsministerium, schilderte den Weg zur modernen Verwaltung und verwies auf das „Handbuch Reallabore“, das der Verwaltung und interessierten Unternehmen Orientierung biete. Er kündigte in diesem Zusammenhang auch den Wettbewerb „Innovationspreis Reallabore“ an, der helfen soll, diese Schwierigkeiten zu lösen.

Auf die Frage nach den Chancen von Startups bei Ausschreibungen antwortete Faruk Tuncer, Geschäftsführer der Polyteia GmbH: „Die Innovationsklauseln im Vergaberecht sind ja vorhanden. Aber die Behörden müssen ihre Spielräume auch nutzen.“ Bislang, so die einhellige Meinung des Panels, fehle den Behörden die Erfahrung im Einkauf innovativer Technologien und darauf basierender Produkte und Services.

Mehr Geld für Wachstum – woher soll es kommen?

„Große Wachstumsfinanzierungen werden eher von internationalen Investoren angeführt als durch deutsche oder europäische Investoren“, berichtete Christian Deilmann, Geschäftsführer der Münchener tado GmbH, aus eigener Erfahrung. Dirk Schmelzer, CFO der Scout24 AG, erklärte dazu: „Bei der Frühförderung von jungen Unternehmen müssen börsennotierte Unternehmen das Chancen-Risiko-Profil dem Aufwand für die wachstumsfokussierte Betreuung der Startups gegenüberstellen.“ Klaus Jaenecke vom ArMiD – Aufsichtsräte Mittelstand in Deutschland e.V. - nannte fehlende zeitliche und finanzielle Spielräume der Aufsichtsräte als Haupthindernisse für ein stärkeres Engagement des Mittelstands bei der Förderung junger Wachstumsunternehmen.

Laut Vermögensverwalter Gerd Bergner ist das Kapital für Wachstumsfinanzierung im etablierten Mittelstand durchaus vorhanden. Unternehmerfamilien täten gut daran, auch außerhalb der eigenen Kernkompetenzen zu investieren. Entsprechende Partnerschaften seien jedoch sehr aufwändig aufzubauen. Die Rolle des Staates beim Thema Finanzierung sehen die Experten sehr unterschiedlich. Während Dirk Schmelzer vor allem Zurückhaltung forderte, argumentierte Professor Dr. Reiner Braun von der TU München, staatliches Kapital könne durchaus helfen, Entwicklungen anzuschieben. Gründer Deilmann schlug vor, dass der Staat jeweils die Hälfte des Risikos übernehmen solle und Aufsichtsrat Jaenecke forderte, der Staat solle sich auf die Schaffung besserer Rahmenbedingungen konzentrieren, wie beispielsweise durch Pensionsfonds. Als Investor sei er nicht gefragt. Vermögensverwalter Bergner ergänzte: Substanzielle Steuererleichterung für Venture Capital würde als staatliche Hilfe genügen. Und Wolrad Claudy sagte, im Zusammenhang mit der Förderung von Smart Grid und Lithium-Ionen-Batterien habe der Staat hinlänglich bewiesen, dass er von der Förderung technologischer Innovationen nichts verstehe. Umso wichtiger sei es, die Verständigung zwischen Startups und etabliertem Mittelstand und damit die Hidden Champions der Zukunft zu fördern.

Ob Private Equity oder Kapitalmarktinvestoren besser zur Wachstumsförderung geeignet seien, mochte auch Stefan Winners, CEO Burda Digital SE im abschließenden Podiumsgespräch mit Rechtsanwalt Jochen Schmidt nicht entscheiden: „One fits all



gibt es da nicht. Wir müssen uns als Unternehmen permanent neu erfinden und dazu gehört auch die situative Anpassung der Finanzierungsstrategie“, sagte Winners.

Über den MÜNCHNER KREIS

Der [MÜNCHNER KREIS](#) möchte die digitalisierte Wissens- und Informationsgesellschaft durch seine Arbeit aktiv mitgestalten. Als gemeinnützige, internationale Vereinigung an der Nahtstelle zwischen Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft bietet der MÜNCHNER KREIS eine unabhängige Plattform, die gleichermaßen Hersteller, Dienstleister und alle Anwenderbranchen wie Automotive, Energie etc. anspricht. Mit einer Vielzahl unterschiedlicher Aktivitäten setzt er sich konstruktiv mit den Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung auseinander, um Orientierung in der digitalen Transformation zu geben.

Pressekontakt

Gabriela Ölschläger
Storymaker
Agentur für Public Relations GmbH
Derendinger Straße 50
D – 72070 Tübingen
T + 49. 7071. 93872-217
g.oelschlaeger@storymaker.de