

Krieg in Nordafrika, Atomunfall in Japan, Schuldenkrise in Europa: Immer kürzer werden die Abstände zwischen Ereignissen, die zu großen gesellschaftlichen Veränderungen führen. Es geht darum, nachhaltige Antworten zu finden für die zentralen Fragen unserer Zeit. Wie kann der Wandel zu risiko-

mer und sauberer Energie gelingen? Welche Bildung braucht die junge Generation, um in Zeiten knapper Kassen die Zukunft zu gestalten? Und wie ist es zu schaffen, die al-

ternde Gesellschaft gesund und fit zu halten? Junge Leute mit Werten und Visionen sind gefragt, die anpacken und sich den unternehmerischen Herausforderungen stellen. Die besten Ideen sucht der Wettbewerb „Generation-D“, der in diesem Jahr zum 4. Mal ausgeschrieben wird. Die SZ berichtet.

Ideen für Deutschland

Die Weltverbesserer

Auf die Dot.com-Unternehmer der Jahrtausendwende folgen nun die Aufklärer und die Öko-Pioniere. Ein Streifzug durch die Gründerszene

Von Charlotte Theile

Mannheim/Düsseldorf – Frühlingszwiebeln, Spargel, Radieschen, Apfel – die grüne Kiste des Mannheimer Studentenprojekts „Regio-Velo“ ist bis zum Rand voll mit frischem Obst und Gemüse. Zweimal die Woche werden die Boxen ausgefahren, beliebt sind sie vor allem bei jungen Familien und Berufstätigen, eben all jenen, die sich gesund und ökologisch sinnvoll ernähren wollen, aber nicht die Zeit haben, auf dem Markt einzukaufen. Diesen Service gibt es in vielen deutschen Städten. Das Besondere an dem Mannheimer Projekt: Das Gemüse wird vom Fahrradkurier gebracht und kommt garantiert aus der Rhein-Neckar-Region. „So spart man doppelt CO₂ und unterstützt die lokale Landwirtschaft“, erklärt Projektleiterin Sophia Weisener.

GENERATION-D

Die zehn Studenten, die hinter der Initiative stehen, sind damit zurzeit fast Vollzeit beschäftigt. Vor gut einem Jahr hatten sie die Idee zu Regio-Velo. Bald darauf war der Business-Plan fertig, die Finanzierung gesichert. Sieben Bauern holten Weisener und ihr Team mit ins Boot. Sie belieferten selbst erste Kunden in einem Pilotprojekt, teilten Flyer und Werbe-Karotten aus und kauften ein Fahrrad mit Anhänger für den Vertrieb. Ihre Initiative kam im vergangenen Jahr bis ins Finale des deutschlandweiten Ideenwettbewerbs *Generation D*.

Der Wettbewerb will all jene fördern, die mit ihren Geschäftsideen nicht nur Geld verdienen, sondern nachhaltig etwas verändern wollen. Die Öl-Katastrophe im Golf von Mexiko, die jüngste Finanzkrise, die Kriege in Nordafrika oder der Atomunfall in Fukushima führen jungen Leuten mehr denn je vor Augen, wie wichtig es ist, im Einklang mit Gesellschaft und Natur zu leben und eben auch zu wirtschaften. Business-Ideen, die nur darauf zielen, schnell viel Geld zu verdie-

Orcan Energy will aus Abgasen elektrische Energie gewinnen – die Kunden stehen Schlange.

nen, sind weniger gefragt, manchmal auch zu kurzatmig, um damit eine Existenz sichern zu können. Aus der Pubertät erinnern sich einige Jungunternehmer noch an den schnellen Aufstieg und dramatischen Niedergang der New Economy. Damals, zur Jahrtausendwende, setzte eine ganze Gründergeneration auf das Internet wie ein Jahrhundert zuvor auf das Auto oder noch früher auf die Eisenbahn. Doch die großen Hoffnungen erfüllten sich zunächst nicht. Das Netz entpuppte sich zwar als fortschrittlicher Kommunikations- und Vertriebskanal, aber als Allheilsbringer wurde es überschätzt. Garantierte ein Dot.com im Firmennamen an der Börse zunächst Milliardenlöse, folgten bald drastische Abstürze – viele Unternehmer und Anleger machten herbe Verluste.

Heute gehören Internetplattformen, Phantasie-Namen und Hochglanzprospekte nicht mehr zum guten Ton. Stattdessen sind Geschäftsmodelle gefragt, die soziale und nachhaltige Ziele verfolgen und sich den Fragen von morgen stellen. Einer, der das verstanden hat, ist Andreas Schuster von Orcan Energy. Die Initiative der Technischen Universität München will aus Abwärme, etwa von Abgasen, elektrische Energie gewinnen. Dazu sollen von 2012 an erste Kunden mit einem kleiderschranks großen Kraft-



Illustration: h1-dax.de

werk beliefert werden. Sogar Wartelisten gebe es schon, erklärt Maschinenbau-Ingenieur Schuster, der an dem Kraftwerk mitgetüftelt hat. Vor drei Jahren wurde die Firma gegründet. Schuster hofft, bald „schwarze Zahlen zu schreiben“. Ob als Einbauteil oder als eigenständiges Gerät zum Recyceln von Abwärme: „Die Technologie hat enormes Einsparpotential“, verspricht Schuster, der auf die Markteinführung hinfiebert.

Auch Markus Merkle will etwas bewegen, ganz ohne Maschine, nur mit dem eigenen Wissen. Im vergangenen Herbst gewann das Team „Medienkompetenz 2.0“ um den 22-Jährigen mit einem Internet-Training für Schüler beim *Generation-D*-Wettbewerb. Inzwischen arbeiten etwa 60 Referenten für die ehrenamtliche Studenten-Initiative. Mit Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger hat Merkle sogar eine prominente Schirmherrin gewonnen. Das Team hält Kurse in Schulen, um Kinder und Jugendliche im verantwortungsvollen Umgang mit dem Internet fit zu machen. Die fünf

Gründungsmitglieder gingen alle auf dasselbe Gymnasium in Neckartenzlingen bei Stuttgart. Ein Lehrer hatte sie angesprochen: Seine Tochter wolle sich bei einem sozialen Netzwerk anmelden; er sei unsicher, ob und unter welchen Umständen er das erlauben solle. Die fünf kannten sich gut mit diesen Fragen aus – kurz darauf hielten sie den ersten Vortrag im Lehrerzimmer. Weitere Veranstaltungen für Lehrer, Eltern und Schüler folgten.

Mit einem Altersdurchschnitt von etwas mehr als 22 Jahren sind die Referenten nah am Alltag der Schüler, können ihnen präzise Hilfe geben zu den Fragen, die sie bewegen: Wie gehe ich im Netz mit meiner Privatsphäre um? Was ist Cybermobbing und wie schütze ich mich davor? Als eines von rund 6000 Kindern hat auch die 15-jährige Leonie Wetzel an einer Schulung teilgenommen. Sie weiß jetzt, wie sie bei Facebook dafür sorgt, dass ihre Information privat bleibt, und außerdem: „Alles, was einmal im Internet war, kriegt man nicht mehr raus. Da muss man echt vorsichtig sein.“ Leonie

findet, dass jeder Schüler einen solchen Kurs mitmachen sollte. Das wünscht sich auch Gründer Merkle. 10 000 Menschen will er bis Ende des Jahres mit seinem Angebot erreichen. Zudem soll der Unterricht in Zukunft kostenlos angeboten werden, sodass ihn sich wirklich jede Schule leisten kann. Bislang zahlen die Schulen dem Referenten in der Regel eine Aufwandsentschädigung für die Anfahrt, aber auch das ist manchen Schulen zu viel. Für solche Fälle hat Merkle Sponsoren gefunden, den Kreis hofft er, zu erweitern. Medienkompetenz 2.0 ist inzwischen ein gemeinnütziger Verein – Gewinn ausgeschlossen. Auch die Referenten verdienen nichts. Dennoch sind sie mit Engagement dabei. „Wir bringen den Kindern alles bei, Rechnen, Schreiben, Lesen. Nur im Netz lassen wir sie allein. Das ist einfach fahrlässig“, beschreibt Merkle seine Motivation.

Auch beim Mannheimer Regio-Velo stehen neben dem ökologischen Fokus soziale Faktoren im Vordergrund. Daher gibt es zwei Fahrradkurier-Stellen für Langzeitarbeitslose „zurzeit als 400-Euro-Jobs, aber irgendwann Vollzeit“, hofft Projektleiterin Weisener. Unter der Lei-

„Früher achtete ich auf Preise. Heute denke ich: Warum muss ein Apfel aus Neuseeland kommen?“

tung der 20-jährigen BWL-Studentin hat Regio-Velo seit April mehr als 200 Kisten und 1300 Kilogramm Gemüse ausgeliefert. Am Mannheimer Hauptbahnhof sitzt sie mit zwei weiteren Mitgliedern, Conrad Wiedeler und Mirka Henninge, sowie Fahrradkurier Tim bei einem Kaffee zusammen. Die Arbeit mit den Studenten und Kunden lässt den zurückhaltenden 34-Jährigen aufblühen – und er trägt dazu bei, dass Kunden umdenken.

So zum Beispiel Josua Bayerlein. „Früher habe ich vor allem auf den Preis geachtet“, gesteht der Student. „Heute denke ich: Warum muss ein Apfel aus Neuseeland kommen?“

Von Dezember an, so hoffen die Macher von Regio-Velo, soll Gewinn erwirtschaftet werden. Doch dann wollen die Studenten aussteigen, das Projekt soll sich selbst tragen. BWL-Studentin Weisener freut sich, dass sie das Wissen aus dem Hörsaal in die Praxis umsetzen kann – und damit auch noch Erfolg hat. Doch sie und ihre Mitstreiter sind sich einig: „Am wichtigsten ist es zu sehen, wie die Idee Form annimmt, immer mehr Menschen überzeugt und tatsächlich etwas Gutes leistet. Das allein ist den Stress allemal wert.“

Gründer gesucht

Wie Innovationen helfen, den Wohlstand zu wahren

Von Simone Boehringer

München – Europa ist alt und rohstoffarm, aber voller Ideen. Diese haben es dem Kontinent in den vergangenen Jahrzehnten immer wieder ermöglicht, seine führende Stellung zu behaupten. Insbesondere Deutschland, das wieder mit rekordverdächtigen Exportüberschüssen von sich reden macht, lebt von Innovationen. Und die sind angesichts der wachsenden Herausforderungen wichtiger denn je. Experten sind sich einig: Um zunehmender Umweltverschmutzung, Ressourcenknappheit und Staatsschulden gleichzeitig Herr zu werden, gibt es nur zwei Auswege: wachsen und/oder sparen. Je mehr marktfähige Ideen aus dem Land der Dichter, Denker und Tüftler kommen, desto größer die Chance, den Wohlstand zu wahren. Ein Problem dabei: „Wir fragen das unternehmerische Potential unseres Nachwuchses zu wenig ab. Das muss sich ändern“, mahnt Dieter Frey, Professor für Wirtschafts- und Sozialpsychologie an der Ludwig-Maximilians-Universität in München. „Auch und gerade die Anfang 20-Jährigen müssen eingebunden werden, die Zukunft zu gestalten.“ Als Leiter der Bayerischen Elite-Akademie hat er es sich zur Aufgabe gemacht, junge Talente systematisch um ihre Anregungen zur Veränderung der Gesellschaft zu bitten. Die Plattform dazu ist *Generation D*, ein bundesweiter Ideenwettbewerb von Studenten für Studenten. Er findet in diesem Jahr zum vierten Mal statt (www.gemeinsam-anpacken.de). Einsendeschluss: 31. Juli 2011. Ausgezeichnet werden die besten Projekte studentischer Teams zu den Themen Arbeit, Wirtschaft & Umwelt, Bildung & Kultur sowie Soziale Gesellschaft. Dabei geht es um mehr als um lukrative Geschäftsmodelle. „Gesucht sind Konzepte, die die Welt ein bisschen besser machen und helfen, dauerhafte Lösungen für die Probleme unserer Zeit zu finden“, so Frey.



Dieter Frey
Foto: privat

Das Klima für Innovation ist günstig: „Die Konjunktur läuft, in solchen Zeiten sind tendenziell mehr Menschen bereit, Risiken einzugehen und eine Firma zu gründen“, weiß Peter Witt, Professor für Technologie- und Innovationsmanagement an der Universität Wuppertal. „Allerdings läuft in solchen Zeiten auch der Arbeitsmarkt gut, sodass viele junge Leute es bequemer und lukrativer finden, sich angestellte Jobs zu suchen“, warnt Witt; er ist Präsident des Förderkreises Gründungs-Forschung (FGF), einer Vereinigung für Gründungsausbildung und -politik in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein. Witt rät Gründern, sich weder von der Unsicherheit an Finanzmärkten noch von schwierigen Rahmenbedingungen irritieren zu lassen: „Ich empfehle Start-up-Unternehmern, sich auf ihren Businessplan zu konzentrieren und sich nicht von manchmal schwierigen Rahmenbedingungen oder gar möglicher Technologiefeindlichkeit davon abbringen zu lassen.“ Die Gewinner des Wettbewerbs stellt die SZ in Artikeln vor. Unterstützt wird das Projekt von Allianz, Bayerischer Elite-Akademie und Stiftung Marktwirtschaft.

Weitere Informationen: www.sueddeutsche.de/Generation-D

„Gründer müssen heute schneller sein“

Falk Strascheg war einer der ersten Wagniskapitalgeber in Deutschland. Er rät jungen Unternehmern, früh gute Mitstreiter zu suchen und sich auf den Business-Plan zu konzentrieren

Gründer mit sozial oder ökologisch motivierten Geschäftsideen haben bei **Falk Strascheg**, 71, einem Pionier der Wagniskapitalbranche, gute Chancen. Sie müssen allerdings oft mit niedrigeren Renditen rechnen, wie seine Erfahrung zeigt. Dem Nachwuchs macht er Mut: „Entrepreneurship ist Handwerk, man kann es lernen.“

SZ: Herr Strascheg, Sie verfolgen seit 30 Jahren die Gründerszene in Deutschland. Haben sich die Anforderungen an das Unternehmertum verändert?

Falk Strascheg: Ja, Gründer müssen heute schneller und besser sein, schon weil das Internet für größere Transparenz sorgt und so die Wettbewerber schneller auf die eigene Fahrt bringt. Die inhaltlichen Herausforderungen sind in der globalisierten Welt umfangreicher. Nur der Gründungsprozess, also der formale Weg zur eigenen Firma, ist leichter und weniger bürokratisch heute.

SZ: Was genau macht heute einen guten Unternehmer aus?

Strascheg: Zur guten Geschäftsidee und Erfahrung aus der Industrie müssen Managementfähigkeiten hinzukommen. Der Gründer muss nicht alles selbst können – Finanzen, Marketing, Vertrieb –, aber er muss eine gute Selbsteinschätzung haben und bereit sein, was er nicht kann, an andere im Team zu delegieren.

SZ: Wie können junge Leute erkennen, ob sie zum Unternehmer taugen?

Strascheg: Das ist schwer. Ich denke aber, man kann es lernen. Entrepreneurship ist zum Großteil Handwerk, davon bin ich überzeugt. Deshalb habe ich auch einige Initiativen zur Aus- und Weiterbildung des Unternehmernachwuchses an den Universitäten gestartet.

SZ: Es wird oft moniert, dass sich zu viele begabte junge Leute für eine Konzernkarriere entscheiden statt für die Selbstständigkeit. Wie ist das zu ändern?

Strascheg: Es gibt immer Zyklen, die mehr und solche, die weniger Unternehmer hervorbringen. Die letzte Welle haben wir erst bis vor gut zehn Jahren erlebt, im Zuge des New-Economy-Booms. Viele Leute träumten davon, mit einer eigenen Geschäftsidee reich zu werden und gesellschaftliche Anerkennung oder gar Bewunderung zu finden. Das Bild des Unternehmers in der Öffentlichkeit spielt eine sehr große Rolle dabei, ob junge Menschen den riskanten Weg der Selbstständigkeit gehen oder den bequemeren ins Angestellten-Dasein.

SZ: Auch viele Angestellte sind wegen kürzerer Kündigungszeiten und variabler Gehälter nicht mehr sicher im Job.

Strascheg: Das stimmt. Aber Selbständige müssen eigenes Kapital einsetzen und riskieren, mit ihrer Idee zu scheitern. Das ist ein deutlich höheres Risiko, als einen angestellten Arbeitsplatz zu verlieren. Ein Misserfolg als Unternehmer führt in Deutschland zudem in der Regel



Mehrfacher Firmengründer und erfolgreicher Risikokapitalgeber: Investor Falk Strascheg. Foto: Stephan Rumpf

noch immer zu einem großen Gesichtsverlust. Das schreckt junge Menschen ab.

SZ: Oft scheitern Gründer längst vor der Marktreife ihres Produktes oder ihrer Dienstleistung. Gibt es typische Anfängerfehler?

Strascheg: Eine der größten Gefahren ist es, die eigenen Fähigkeiten zu überschätzen. Man muss frühzeitig Mitstreiter einbinden für Bereiche, in denen man selbst nicht die erste Wahl ist. Eine andere Gefahr ist, sich zu verzetteln.

SZ: Wie meinen Sie das konkret?

Strascheg: Viele kleine Unternehmer stehen ja in der Anfangsphase finanziell ähnlich da wie Hartz-IV-Empfänger. Sie versuchen, durch Fleiß und die Umsetzung ihrer Idee nach oben auszubrechen. Finanzielle Durststrecken überbrücken die Gründer oft, indem sie Dienstleistungen oder Aufträge für andere Firmen übernehmen, um sich über Wasser zu halten, bis ihr eigentliches Produkt die Marktreife hat oder sie die ersten lukrativen Aufträge bekommen.

SZ: Welche Tipps haben Sie?

Strascheg: Es gibt meist nur ein kurzes Zeitfenster für jede Geschäftsidee, indem man unbehelligt von der Konkurrenz an der Vermarktung arbeiten kann. Hier sollten sich Gründer auf das Wesentliche konzentrieren und einen ordentlichen Business-Plan entwickeln – nicht nur für Geldgeber, sondern auch als Kon-

trolle für sich selbst. Dinge, die man aufschreibt, muss man zu Ende denken.

SZ: Wir überbeanspruchen den Planeten seit Jahren. Geschäftsideen rund um ökologische Themen haben an Bedeutung gewonnen. Muss man an sie anders herangehen als an herkömmliche Ideen?

Strascheg: Sie können mit niedrigeren Renditegrößen planen, wenn das Ertragspotential nicht so gut ist, dafür aber die ökologischen oder sozialen Aspekte im Vordergrund stehen. Grundsätzlich gilt aber: Wer das Geld anderer Leute investiert, muss eine Rendite erwirtschaften, es sei denn, es ist anders ausgemacht. Was man mit seinem eigenen Geld macht, ist jedem selbst überlassen.

SZ: Mit Bon-Venture haben Sie eine Firma gegründet, die sich auf die Unterstützung sozialer Unternehmungen spezialisiert hat. Verdienen Sie damit Geld?

Strascheg: Bislang nicht, aber dafür kümmern sich die von uns finanzierten Unternehmen um gesellschaftlich relevante Themen wie flexible Kinderbetreuung, Gewaltprävention, Reisen für behinderte Menschen oder auch die Folgenabschätzung der Agrar-Gentechnik. An die zwanzig sinnvolle Projekte, die es vielleicht ohne uns so gar nicht gäbe, das gibt ein gutes Gefühl. Falls wir doch noch Gewinne machen, fließen diese an eine gemeinnützige GmbH.

Interview: Simone Boehringer

Pionier in einer Exotenbranche

1984 engagierte sich Falk Strascheg zum ersten Mal als Investor bei einem Unternehmen, Hybrid Elektronik bei Fürth. Damit begann seine Laufbahn als Wagniskapitalgeber. Venture Capital (VC) war damals in Deutschland noch eine Exotenbranche. Industrielle Erfahrung hatte der studierte Elektronik-Ingenieur beim Registriertkassen- und Computerhersteller NCR in Augsburg gesammelt, die Start-up-Erfahrung kam 1971 mit der Gründung von Laser Optronik in München hinzu, ein Unternehmen, das Strascheg zu einem führenden Hersteller von Lasersystemen ausbaute und dann verkaufte.

1987 gründete der gebürtige Grazer die VC-Gesellschaft Technologieholding, die bis zur Übernahme durch die britische Beteiligungsgesellschaft 3i zum Höhepunkt der New-Economy-Blase mehr als 150 Unternehmen finanziert und 13 an die Börse gebracht hatte, den Großteil an das damalige Segment Neuer Markt. Heute widmet sich der 71-jährige Investor seiner zweiten Beteiligungsfirma Extorex und der Förderung der Ausbildung von Unternehmern. Mit Bon-Venture unterstützt Strascheg zudem soziale Unternehmungen, bei denen nicht (nur) die Rendite im Vordergrund steht. sec