

Entrepreneurship-Schriftenreihe

»Fit for Invest« der Kölner Hochschulen:

Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten

11 Interviews mit Unterstützerinnen und Unterstützern des Netzwerks »Fit for Invest«

Herausgegeben von Prof. Dr. Klaus Becker, Prof. Dr. Kai Thürbach und Prof. Dr. Marc Prokop





Prof. Dr. Klaus Becker / Prof. Dr. Kai Thürbach / Prof. Dr. Marc Prokop (Hrsg.)

Entrepreneurship-Schriftenreihe

»Fit for Invest« der Kölner Hochschulen: „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“

11 Interviews mit Unterstützerinnen und Unterstützern des Netzwerks »Fit for Invest«

Köln, 2023

www.fitforinvest.de



Prof. Dr. Klaus Becker / Prof. Dr. Kai Thürbach / Prof. Dr. Marc Prokop (Hrsg.)

Entrepreneurship-Schriftenreihe

»Fit for Invest« der Kölner Hochschulen: „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“

11 Interviews mit Unterstützerinnen und Unterstützern des Netzwerks »Fit for Invest«

»Fit for Invest« hat das Ziel, die Region Köln zu einem der führenden Entrepreneurship-Cluster in Europa zu entwickeln. Dazu unterstützt die Initiative junge Gründerinnen und Gründer aus der TH Köln, der Universität zu Köln, der Deutschen Sporthochschule und der Rheinischen Fachhochschule. Finanziert wird das Projekt durch das Förderprogramm EXIST-Potentiale des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). Insbesondere soll die Region attraktiver für die Investorenszene werden, bundesweit und international. Eine wichtige Aufgabe dabei ist es, für Vernetzung zu sorgen.

Herausgeber:

Prof. Dr. Klaus Becker

Prof. Dr. Kai Thürbach

Prof. Dr. Marc Prokop

Partner:

Gateway Hochschulen Köln

Technische Hochschule Köln

Universität zu Köln

Deutsche Sporthochschule Köln

Rheinische Fachhochschule Köln

sowie

Gateway Gründungsnetz e.V.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Projekt »Fit for Invest« wird im Rahmen des EXIST-Programms durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert.



Inhaltsverzeichnis

»Fit for Invest« der Kölner Hochschulen: „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“

Vorwort	01
Auf ein Kränzchen mit Henriette Reker, Oberbürgermeisterin der Stadt Köln	03
Auf ein Kränzchen mit Dr. Niklas Hellemann, SoSafe	06
Auf ein Kränzchen mit Dr. Ute Günther, Business Angels Deutschland e.V.	09
Auf ein Kränzchen mit Simon Schneider, Start-up-Investor	13
Auf ein Kränzchen mit Dr. Frank Obermaier, KölnBusiness	16
Auf ein Kränzchen mit Daniel Wauben, ChemCologne e.V.	19
Auf ein Kränzchen mit Philipp Türoff, 1. FC Köln	21
Auf ein Kränzchen mit Zerrin Börcek, Female Innovation Hub	24
Auf ein Kränzchen mit Mattea Brenig und Frederik Plesch, Entrepreneurs Club Cologne	26
Auf ein Kränzchen mit Rainer Virnich, Sparkasse KölnBonn	29
Auf ein Kränzchen mit Jörg Binnenbrücker, Capnamic Ventures	32
Impressionen von den Drehtagen	35
Mitwirkende, Team und Danksagungen	40



Vorwort

Herzlich willkommen zu unserer »Fit for Invest«-Interviewreihe „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“.

Die in diesem Band herausgegebenen Interviews wurden als Video-Reihe im Studio produziert und sowohl als Video als auch als Text-Version im Rahmen der Initiative »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen in den Jahren 2020–2023 in unterschiedlichen Medien veröffentlicht.

»Fit for Invest« ist eine gemeinsame Initiative der Technischen Hochschule Köln, Universität zu Köln, der Deutschen Sporthochschule und der Rheinischen Fachhochschule Köln zusammen mit dem Gateway Gründungsnetz e. V. (vormals hochschulgründernetz cologne hgnc). Damit vertreten wir in Köln insgesamt fast 100.000 Studierende und Menschen aus dem Wissenschaftssystem. Ein engagiertes Team von Kolleginnen und Kollegen aus den verschiedenen Kölner Hochschulen arbeitet unter dem Stichwort »Fit for Invest« daran, das Thema Entrepreneurship und Gründungsunterstützung in der Region Köln gemeinsam voranzubringen. Wir wollen, dass im Rheinland und speziell in Köln eine neue Gründerzeit anbricht!

Die Initiative wird durch das Förderprogramm EXIST-Potentiale des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz finanziert. Mit »Fit for Invest« haben wir uns zusammengeschlossen, um an dem großen ambitionierten Ziel zu arbeiten, die Region zu einem Entrepreneurship-Cluster mit überregionaler Strahlkraft für wachstumsstarke Gründungen und erfolgreiche Investments zu machen. Köln und das Rheinland sollen eine der Top-Regionen für Gründungen und Start-ups werden.

Beispiele für einzelne Aktivitäten an den Hochschulen sind

- „Gateway goes international“ mit dem Thema internationale Netzwerke für Start-ups,
- „StarS-Kader“, bei dem an der Sporthochschule Gründungen unterstützt und ein Netzwerk im Sport aufgebaut wird,
- „project cologne“, bei dem Challenges mit Praxispartnern aus der Wirtschaft im Sinne von Open Innovation durchgeführt werden,
- das mit moderner Technik der Telekom ausgestattete 5G:Co Creation Lab und
- das »Fit for Invest«-Booster-Programm, das Gründungsteams bei Finanzierungsthemen und Kontakt zu Investoren unterstützt.



Verbundtreffen 2022 der Kölner Hochschulen



Und es gibt noch viel mehr. Gateway steht als Marke für gemeinsame Aktivitäten und Gründungsunterstützung aus den Kölner Hochschulen, die allen Studierenden offensteht.

Zusammenfassend gesagt: Es geht darum, mehr innovative und qualitativ bessere Gründungen mit einer gesicherten Wachstumsfinanzierung zu schaffen. Insbesondere wollen wir die Region attraktiver für die Investorenszene machen, bundesweit und auch international.

Eine wichtige Aufgabe dabei ist es, für Vernetzung zu sorgen. Deswegen arbeiten wir mit unseren Partnern aus der Gründer- und Investorenszene, Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Verwaltung zusammen, um das Thema gemeinsam, konzertiert und mit Priorität in der Region zu verankern. Unser Ziel: die Gründerinnen und Gründer in Köln bestmöglich zu unterstützen.

In unserer »Fit for Invest«-Interviewreihe „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen wir mit unseren Unterstützerinnen und Unterstützern über verschiedene Perspektiven zu Entrepreneurship und Gründung in der Region Köln. Köln und das Rheinland sind ein guter Ort für erfolgreiche Gründungen. Nicht nur im Bereich Wissenschaft und Innovation, für den wir hier stellvertretend stehen, gibt es gute Voraussetzungen.

Das Rheinland ist auch ein wichtiges wirtschaftliches Zentrum. Und: „Kölle is e jeföhl.“ Es macht Spaß, hier zu gründen. Und dazu gehört natürlich auch Kölsch und die magische Zahl 11. Die 11 Fragen haben wir gesammelt – sie kommen aus unserem »Fit for Invest«-Netzwerk, und auch die Gründerinnen und Gründer aus den Hochschulen konnten fragen, was sie interessiert. Also: „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“

Prof. Dr. Kai Thürbach und Prof. Dr. Marc Prokop
stellvertretend für das Team »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen



»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT HENRIETTE REKER, OBERBÜRGERMEISTERIN STADT KÖLN



“ Innovative Gründerinnen und Gründer sind wichtige Akteure der digitalen Transformation und aktive Gestalter der Wirtschaft von morgen. Sie frühzeitig zu fördern und zu unterstützen ist eine gemeinschaftliche Aufgabe, bei der die Hochschulen mit diesen Projekten eine große Rolle spielen.

Henriette Reker,
Oberbürgermeisterin
Stadt Köln

”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Kai Thürbach und Prof. Dr. Marc Prokop mit der Oberbürgermeisterin der Stadt Köln, Henriette Reker, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie wichtig sind neue Gründungen für Köln und welche Rolle spielt das Thema in der Gesamtstrategie für die regionale Entwicklung?

Henriette Reker: Köln wandelt sich fortlaufend. Einen bedeutenden Anteil daran tragen die mehr als 550 Start-ups in unserer Stadt. Sie entwickeln kontinuierlich neue Ideen und erfinden Bewährtes neu. Sie sind damit nicht nur für Köln, sondern für die ganze Region – wenn ich an Unternehmen wie DeepL denke, sogar international – ein wichtiger und verlässlicher Wirtschafts- und Wachstumstreiber.

Laut dem Deutschen Start-up Monitor bleibt die Bedeutung des Heimatmarkts hoch – durchschnittlich machen die Start-ups hier 79,7% ihrer Umsätze. International werden die größten Umsatzanteile in Europa erwirtschaftet (12,4%). Das ist, mit Blick auf die aktuellen globalen Ereignisse, genau die richtige Entwicklung. Ein Blick auf die Zahlen zeigt zudem: Trotz Pandemie ist die Zahl der Neugründungen in den vergangenen drei Jahren stetig gewachsen. Im Jahr 2021 wurde in Köln etwa an jedem dritten Tag ein Start-up gegründet. Auch als Arbeitgeber sind junge Unternehmen wichtig: Mit durchschnittlich 18,4 Mitarbeitenden und 9,2 geplanten Neueinstellungen zeigen sich die befragten Start-ups in der gegenwärtigen Lage relativ robust. Die Zahl der geplanten Neueinstellungen stieg damit um 38 Prozent gegenüber dem Pandemiejahr 2020 – das hat der

Deutsche Start-up Monitor ermittelt. Die vielen Gründerinnen und Gründer tragen somit maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg, der Attraktivität, Lebendigkeit und Vielfalt unserer Stadt bei.

Prof. Dr. Marc Prokop: Sie haben sich für die „Neugründung“ der Wirtschaftsförderung als KölnBusiness stark gemacht. Ist das ein Start-up der Stadt und wie hilft es Start-ups?

Henriette Reker: Man kann KölnBusiness mit ihrer ganzen Struktur und Geschichte durchaus als städtisches Start-up bezeichnen: Vor rund drei Jahren als GmbH gegründet, steht KölnBusiness als starke Partnerin Start-ups, Unternehmen und Selbstständigen in Köln mit agilen und digitalen Services zur Seite. Junge Unternehmen unterstützt die Wirtschaftsförderung mit einem eigenen Team – der KölnBusiness Start-up Unit. Im direkten Austausch mit verschiedensten Akteurinnen und Akteuren entwickelt die Startup Unit das Ökosystem am Standort kontinuierlich weiter. Dazu berät sie Gründerinnen und Gründer unter anderem bei Finanzierungsfragen, der Suche nach Räumlichkeiten und der Internationalisierung. Sie ermöglicht jungen Unternehmen die Teilnahme an Fachmessen, entwickelt passgenaue Veranstaltungsformate und vernetzt Akteurinnen und Akteure im Ökosystem miteinander. Die Startup Unit von KölnBusiness leistet so einen entscheidenden Beitrag, dass der Gründungsstandort Köln auch in Zukunft einer der innovativsten und dynamischsten in Deutschland bleibt.

Prof. Dr. Thürbach: Sie unterstützen die Initiative »Fit for Invest«, in der sich die Kölner Hochschulen zusammengeschlossen haben, um gemeinsam Köln zu einer der Top-Regionen

für Gründungen zu machen. Es gibt eine enge Zusammenarbeit zwischen Stadt und Hochschulen in diesem Bereich. Welche Rolle spielen die Kölner Hochschulen für die Stadt Köln mit Blick auf die Gründungsszene?

Henriette Reker: Hochschulen sind ein wichtiger Motor für das gesamte Gründungsgeschehen. Mit 22 Hochschulen, über 100.000 Studierenden und jährlich rund 14.000 Absolventinnen und Absolventen ist die Kölner Hochschullandschaft wesentliche Treiberin einer dynamischen Start-up-Szene. Viele der innovativen Gründungsideen am Standort entstehen in den Köpfen der Studierenden. Einen wichtigen Anteil daran haben Initiativen wie »Fit for Invest« und Gateway. Gründerinnen und Gründer werden hierbei von der Pike auf betreut und unterstützt. Gerade in der Frühphase – wenn es darum geht, mit ersten Ideen den Grundstein für ein langfristig erfolgreiches Unternehmen zu setzen – ist diese Begleitung elementar.

Prof. Dr. Marc Prokop: Warum ist Köln für Investorinnen und Investoren und Business Angels interessant?

Henriette Reker: Der Standort Köln bietet beste Rahmenbedingungen für Gründungen und ist somit als attraktives und aussichtsreiches Investment für Kapitalgeberinnen und -geber hochinteressant. Als größte Stadt in Nordrhein-Westfalen mit bester Verkehrsanbindung kommt Köln eine besondere wirtschaftliche Relevanz und Attraktivität zu. Neben dem ausgeprägten Hochschulnetzwerk innerhalb Kölns mit Tausenden Fachkräften, die jährlich auf den Arbeitsmarkt strömen, zieht die Stadt auch hochqualifizierte Absolventinnen und Absolventen aus den Exzellenz-Universitäten der erweiterten Region an. Und



der breite Branchenmix der Kölner Wirtschaft führt zu einem ebenso breiten Spektrum an ausgebildeten Fachkräften in der Metropole. Das zählt sich aus: Zurzeit sind in der Stadt rund 15 Venture Capital Fonds aktiv. Hinzu kommen zahlreiche Investorinnen und Investoren, die in der Stadt ein junges und B2B-orientiertes Start-up-Ökosystem vorfinden. Dieses ist ideal, um Produkte weiterzuentwickeln und Kundinnen und Kunden innerhalb und außerhalb von Deutschland zu gewinnen. Der breite Branchenmix am Standort bietet Kapitalgeberinnen und -gebern zudem die Möglichkeit, in verschiedenste Bereiche zu investieren und das eigene Portfolio zu ergänzen oder zu erweitern.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Womit kann Köln in Bezug auf Gründung punkten? Was sagen Sie Gründerinnen und Gründern, warum sie nach Köln kommen sollen?

Henriette Reker: Köln ist ein resilienter Wirtschaftsstandort, der durch seine Branchenvielfalt auch in Krisenzeiten das Potenzial für Innovation und Wachstum bietet. Zudem verfügt Köln über eine exzellente Infrastruktur. Zehn Autobahnen, ein dichtes Schienennetz sowie drei internationale Flughäfen in unmittelbarer Nähe verbinden Köln mit ganz Europa. Bei der digitalen Infrastruktur punktet Köln mit der höchsten Ausbaquote von Glasfaserleitungen in ganz Deutschland. Darüber hinaus ist Köln eine unglaublich lebenswerte und offene Metropole, die Beschäftigte – und damit auch Fachkräfte – nicht nur nach Köln zieht, sondern auch am Standort hält.

Prof. Dr. Prokop: Was macht und was bietet die Stadt Köln, damit erfolgreiche Unternehmen auch nach ihrer Gründung der Stadt erhalten bleiben?

Henriette Reker: Als Oberbürgermeisterin setze ich mich dafür ein, dass Unternehmen am Standort optimale Bedingungen vorfinden. Dazu zählt unter anderem eine moderne und digitale Infrastruktur, die in Köln bereits sehr gut ausgebaut ist. Das Thema Fachkräfte spielt für Unternehmen ebenso eine große Rolle – gerade vor dem Hintergrund des demografischen Wandels. Auch hier sind wir mit jährlich rund 14.000 Absolventinnen und Absolventen, von

denen die meisten nach dem Studium in der Region bleiben, gut aufgestellt. Dennoch gilt es natürlich, die Bedingungen am Wirtschaftsstandort kontinuierlich zu verbessern. Mit KölnBusiness steht der Kölner Wirtschaft dafür eine hervorragende Ansprechpartnerin zur Seite, die Unternehmen, Start-ups und Selbstständige durch eine Vielzahl von Services und Initiativen auf dem Weg in eine nachhaltige und digitale Zukunft unterstützt und die verschiedenen Akteurinnen und Akteure am Standort miteinander vernetzt, sodass ein Wissensaustausch stattfinden kann.



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Marc Prokop, Oberbürgermeisterin Henriette Reker

Prof. Dr. Kai Thürbach: Gemeinsam mit KölnBusiness bieten die Hochschulen interessante Formate wie den Investors Evening, die Cologne Masterclass, »Fit for Invest«-Booster-Module und Netzwerkveranstaltungen mit Gründerinnen und Gründern sowie der Investorenzene an. Was können wir gemeinsam unternehmen, um Köln als Start-up-Region attraktiver zu machen?

Henriette Reker: Es ist absolut richtig, was Sie sagen: Der Schlüssel liegt in der Zusammenarbeit. Köln bietet Gründerinnen und Gründern eine Vielzahl von Formaten und Initiativen, die sie auf ihrem Weg zum eigenen Unternehmen unterstützen. In Gemeinschaftsformaten wie der Cologne Masterclass oder den »Fit for Invest«-Booster-Modulen bündeln KölnBusiness und die Kölner Hochschulen ihre Kompetenzen, um Start-ups mit passgenauen Services zu unterstützen. Wie bereits erwähnt, ist diese Begleitung – gerade in der unternehmerischen Frühphase – von elementarer Bedeutung. Von daher ist es absolut wünschenswert, dass die vielen Institutionen am Standort auch in Zukunft weiter gut zusammenarbeiten, um das Ökosystem zu fördern.

Prof. Dr. Marc Prokop: Sie sind eine erfolgreiche Politikerin. Hat Politik etwas mit Unternehmertum gemeinsam? Sind Sie in diesem Sinne eine Unternehmerin im politischen Bereich? Was können junge Gründerinnen und Gründer von Ihnen lernen?

Henriette Reker: Als von den Kölnerinnen und Kölnern direkt gewählte Oberbürgermeisterin bin ich oberste Repräsentantin der Stadt und Leiterin der Verwaltung. In dieser Funktion habe ich Gestaltungsmöglichkeiten im Sinne von Entscheidungskom-

petenzen und Handlungsspielräumen, natürlich stets innerhalb der Grenzen der Kommunalverfassung. Das bedeutet: Bei verschiedenen kommunalen Aufgaben gibt es unterschiedliche Handlungsspielräume und damit unterschiedliche Gestaltungsmöglichkeiten. Und natürlich gibt es eine Abhängigkeit zur Finanzsituation. Wie alle Städte steht auch Köln vor fünf zentralen Herausforderungen: der ökonomischen, demografischen, sozialen, kulturellen und internationalen Herausforderung. Um auf Ihre Frage zu kommen: Die Bandbreite meiner Aufgaben, die auch etliche Pflichtaufgaben beinhalten, wird sich in keinem Unternehmen finden. Andererseits sage ich häufig selbst, dass ich ein großes Unternehmen leite. Immerhin sind ca. 22.000 Mitarbeitende in der Stadtverwaltung beschäftigt. Wie jedes Unternehmen verfolge ich bestimmte Ziele, jedoch im Gegensatz zu privatwirtschaftlichen Unternehmen nicht das der Gewinnmaximierung. Mein Fokus liegt auf der Schaffung bester Rahmenbedingungen für die Wirtschaft, der Sicherung der Daseinsvorsorge der Kölnerinnen und Kölner sowie der Gestaltung aller notwendigen Maßnahmen für eine klimagerechte Zukunft. Wie ein Unternehmen muss ich Ausgaben- und



Einnahmenseite im Blick halten. Um diese Ziele zu erreichen, bleibe ich neugierig, konfrontationsfreudig und unverzagt.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Frauen gründen seltener als Männer. An den Hochschulen möchten wir junge Gründerinnen besonders unterstützen und das Thema „Female Entrepreneurship“ fördern. Unser Ziel ist es, mehr weibliche Gründungen in Deutschland voranzubringen. Was können Sie als erfolgreiche Frau und „Role Model“ angehenden Gründerinnen raten?

Henriette Reker: Da bin ich voll bei Ihnen. Nur rund 20 Prozent der Start-ups in Deutschland werden von Frauen gegründet. Das ist deutlich zu wenig. Hier verschenken wir – auch in Köln – viel zu viel Potenzial. Es ist für mich eine besondere Herzensangelegenheit, gerade Frauen den Rücken zu stärken und sie in ihrem Wunsch, Gründerin zu sein, zu unterstützen. Wir brauchen für diese Frauen bessere Förderprogramme und mehr Vorbilder. Es ist wichtig, Sichtbarkeit zu schaffen und starke Frauen in die erste Reihe zu stellen.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wir Hochschulen forschen in unterschiedlichen Feldern mit Bezug zu den sogenannten „Great Challenges“: soziale Innovation, Nachhaltigkeit, Klimawandel und neue Technologien wie zum Beispiel Künstliche Intelligenz. Mit Bezug zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen arbeiten die Hochschulen zusammen mit der Stadt und anderen Akteurinnen und Akteuren unter dem Stichwort „Impact.Cologne“ an Themen wie Green Tech, nachhaltiges Wirtschaften und Impact Investing. Welche Rolle kann Köln in diesen Bereichen künftig spielen?

Henriette Reker: Klimaschutz und Nachhaltigkeit sind eine Gemeinschaftsaufgabe. Von der Forschung über Start-ups und etablierte Unternehmen bis hin zur Verwaltung arbeiten in Köln verschiedenste Partnerinnen und Partner Hand in Hand an klimafreundlichen Lösungen, die bereits jetzt zum Teil weit über die Stadtgrenzen hinaus zum Einsatz kommen. Unser selbstgestecktes Ziel als Stadt: Bis 2035 soll Köln klimaneutral sein. Initiativen wie Impact.

Cologne leisten dazu einen wichtigen Beitrag. Als zentrale Anlaufstelle für Unternehmen, Start-ups und Gründungsinteressierte unterstützt die Initiative die Kölner Wirtschaft dabei, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln und klimagerecht zu wachsen. Gerade für Unternehmen, die in diesem Bereich noch nicht aktiv sind, ist das ein wichtiger Ankerpunkt.

Prof. Dr. Thürbach: Bitte vervollständigen Sie zum Abschluss den folgenden Satz: In 11 Jahren haben die Kölner Hochschulen unter ihrer gemeinsamen Marke „Gateway“ zusammen mit der Stadt Köln ...

Henriette Reker: ... unsere Metropole als einen der führenden Start-up-Hotspots in Europa etabliert.



Oberbürgermeisterin Henriette Reker auf dem Cologne Investors Evening 2022

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT DR. NIKLAS HELLEMANN, SOSAFE



“ Ich finde »Fit for Invest« richtig cool, weil wir als Unternehmer jeden Tag Tausende Herausforderungen vor uns liegen haben und gerade frische Perspektiven und frische Sichtweisen brauchen, um sie zu lösen. Und mit »Fit for Invest« können wir das.

Dr. Niklas Hellemann,
Gründer und Geschäftsführer,
SoSafe ”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Kai Thürbach und Prof. Dr. Marc Prokop mit Dr. Niklas Hellemann, Gründer und Geschäftsführer von SoSafe, einem Start-up, das das EXIST-Programm an der TH Köln durchlaufen hat.

tragen. Der Schaden geht weltweit in die Milliarden. Man kann sich natürlich technisch absichern, aber man kann auch den Menschen helfen, eine digitale Selbstverteidigung zu entwickeln. Das machen wir über eine sogenannte „Cyber Security Awareness

multinationalen Dax-Unternehmen bis hin zur Arztpraxis oder Anwaltskanzlei um die Ecke, denn alle stehen im Fadenkreuz und alle werden angegriffen. Jeder hat Daten, die er wiederhaben möchte. Und auf Basis von Cryptocurrencies oder Bitcoin kann man diese sehr gut erpressen und dann in diesen Cryptocurrencies ein Lösegeld fordern. Das heißt also, unsere Kunden sind weltweit verteilt, sind aller Art und aller Größe, weil das Problem für alle Organisationen zutrifft. Auch der öffentliche Bereich ist sehr gefährdet. Ganz besonders hervorzuheben ist sicherlich auch die kritische Infrastruktur, also Krankenhäuser. Es gab einen tragischen Fall in Düsseldorf, wo tatsächlich auf Basis einer Phishing Mail die Notaufnahme geschlossen werden musste, der Patient musste in ein anderes Krankenhaus umgeleitet werden und ist dann auf dem Weg verstorben. Das heißt also, es geht auch nicht immer nur um Geld, sondern es geht auch um Leib und Leben. Und das sehen wir in der kritischen Infrastruktur ganz extrem. Wenn man jetzt auch an Wasserversorgung, Stromversorgung oder wie jüngst in den USA eine Benzin-Pipeline denkt, da ist ein Land dann ganz schnell sehr stark gefährdet, wenn solche Organisationen getroffen werden.



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Prof. Dr. Kai Thürbach, Dr. Niklas Hellemann

Prof. Dr. Kai Thürbach: Womit beschäftigt sich SoSafe und was ist das Ziel?

Dr. Niklas Hellemann: Wir stärken die digitale Selbstverteidigung von Menschen im Cyber-Security-Bereich. Wir sehen, dass jede Woche Tausende Hacks passieren. Was auf den zweiten Blick klar wird: Diese Cyberangriffe, die für Firmen auch sehr kostspielig werden können und auch Firmen lahmlegen können, sind nur auf den ersten Blick ein technischer Akt. Auf den zweiten Blick sind sie ein psychologischer Vorgang – das heißt, die Hacker greifen die Menschen direkt an. Bei Phishing-Mails ist das große Problem: Man klickt drauf, lädt irgendetwas runter und dann sind ganz schnell die Systeme verschlüsselt und es wird Lösegeld gefordert, teilweise in Millionen-Ber-

Plattform“ – bedeutet, dass wir kontinuierlich die Mitarbeitenden von Unternehmen trainieren und ihnen zum Beispiel Fake-Phishing-Angriffe schicken. Wenn sie darauf klicken, kriegen sie eine kleine Lektion, wo ihnen dann noch mal erklärt wird, woran sie die gefälschte Mail hätten erkennen können. Damit senken wir das Risiko für viele Unternehmen und Industrien auf nachhaltige Art. Und das ist unser Ziel: Wir wollen die Angreifbarkeit von Unternehmen weltweit mindern.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wer sind eure Kunden und wie findet ihr sie?

Dr. Niklas Hellemann: Das Spannende und gleichzeitig das Dramatische ist, dass wir jetzt nicht unbedingt den EINEN Kunden haben, der besonders gut funktioniert, weil alle angegriffen werden. Wir haben Kunden vom

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie hat sich dein Team gefunden und wann wusstest du, dass du selbst Gründer werden möchtest?

Dr. Niklas Hellemann: Etwas zu schaffen, zu kreieren, was dann auch funktioniert, war schon immer eine sehr starke Motivation. Ich habe einen kleinen Umweg in die Unternehmensberatung gemacht, habe viele Firmen und große Konzerne gesehen und hatte dann den Gedanken: Sehr spannende Themen, aber da möchte ich



noch näher ran, da möchte ich noch mehr bewegen. In dieser Zeit ist der Wunsch danach gereift. Da habe ich auch meine Mitgründer Lukas und Felix kennengelernt. Wir wurden einander mit einem ähnlichen Wunsch vorgestellt, dass wir etwas gründen wollen. Dann haben wir uns zusammengesetzt und überlegt: Was wollen wir machen? Wie können wir die Welt besser machen? So haben wir uns verschiedene Themen angeschaut, die in diese Präventions-Richtung gingen, und dann haben wir gesehen: Cybersecurity war damals vor drei Jahren schon ein Riesenproblem. Jetzt ist es noch viel größer. Da hat vermutlich auch geholfen, dass ich Psychologe bin, da kommt der menschliche Faktor dazu. Und so hatten wir eigentlich sehr schnell diese Idee, haben das zügig gestartet und sind dann auch sehr schnell gewachsen.

Prof. Dr. Marc Prokop: Welche Rolle hat die Hochschule in der Gründungsphase gespielt? Wie hat dich die Hochschule im Gründungs-Vorhaben unterstützt?

Dr. Niklas Hellemann: Man muss sich als Gründerteam zusammenfinden, dann müssen alle gleichzeitig in der richtigen Lebensphase sein – und dann legt man los. Man kann in der Garage gründen, aber besser ist, wenn man direkt ein Office hat, und das haben wir an der TH bekommen. Wir waren das erste Team, das im Inkubator ein Büro gefunden hat, und da haben wir unsere Firma gegründet und hatten diese Unterstützung, die man in diesen allerersten Tagen eben braucht, in Form von Infrastruktur, aber auch Beratung. Wir hatten einen Mentor und haben sehr viel Unterstützung erhalten, ein Netzwerk bekommen, konnten Fragen stellen, wie „Wie stelle ich meinen ersten Mitarbeiter ein“. Das war sehr hilfreich.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was hat das Homeoffice in der Pandemie für dein Geschäftsmodell bedeutet?

Dr. Niklas Hellemann: Wir wussten natürlich in der allerersten Phase der Pandemie nicht, was passieren wird. Wir hatten gewisse Thesen dazu, wie sich auch die Relevanz des Problems verändern wird. Wir haben uns im von uns herausgebrachten Human-Risk-Review die Bedrohungslage im

Cyberraum angeschaut und haben sehr schnell rausgefunden, dass Angriffe wie Phishing-Mails in den allerersten Wochen der Pandemie dramatisch zugenommen haben. Das heißt also, die Angreifer waren extrem gut darin zu erkennen, dass wir alle jetzt in einer absoluten Ausnahme-situation sind. Und unser Kopf war natürlich ganz woanders – das wurde ausgenutzt, beispielsweise mit Phishing-Mails, die gezielt das Wort „Corona“ beinhalteten. Wir haben das auch mal analysiert: Wenn man das Wort „Corona“ im letzten Jahr in die Betreffzeile eingefügt hat, hat sich die Klickrate dramatisch erhöht.



Dr. Niklas Hellemann

Das heißt also, es war ein Trigger-Wort, das wussten die Angreifenden sehr schnell. Jetzt hoffen wir, dass sich die Pandemie irgendwann auch mal ausschleichen wird. Dennoch: Das hybride Arbeiten ist geblieben. Wir arbeiten jetzt alle viel stärker remote, wir sitzen in Videokonferenzen, nutzen Chat-Tools oder Messenger-Tools wie Microsoft Teams oder Slack. Das erhöht wiederum das Risiko massiv. Wir sehen, dass Mitarbeitende, die im Remote-Setting sitzen, dreimal so häufig auf solche Phishing-Angriffe reinfallen. Das heißt, wir müssen diese jetzt unterstützen, auch in Zukunft. Dementsprechend ist unser Geschäftsmodell wesentlich relevanter geworden. Das sehen wir auch an unseren Geschäftszahlen, an den Zahlen der Kunden, aber vor allem, weil sich das Arbeiten verändert hat. Und das wird bleiben. Das hybride Arbeiten wird mehr Standard als Ausnahme sein. Und das ist es umso wichtiger, die Mitarbei-

tenden mitzunehmen und zu unterstützen, eben durch eine Plattform wie unsere.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wenn du an Köln denkst, welches Bild kommt dir in den Kopf?

Dr. Niklas Hellemann: Ich sage jetzt nicht: der Dom. Ich komme ein bisschen aus dieser Region, habe aber auch auf der ganzen Welt schon gelebt, unter anderem in den USA – und bin immer wieder hierher zurückgekommen. Das liegt vor allem an den Menschen hier, und das ist für mich kein Klischee. Köln ist viel mehr als Karneval. Beim Karneval bündelt es sich noch mal so ein bisschen. Ich habe viele Städte gesehen, aber wenige, die so weltoffen und tolerant sind wie Köln und wo es Spaß macht, mit den Leuten zu interagieren, und wo die Menschen auch selber so viel Spaß haben, sich für andere zu interessieren. Das ist ein starker Punkt, der für mich Köln sehr hervorhebt, und auch ein Grund, warum wir hier die Firma gegründet haben, weil wir auch glauben, dass wir damit wiederum Menschen anziehen, die genauso ticken. Ich hebe immer hervor, wie weltoffen und wie cool man hier auch als Neuan-kömmling aufgenommen wird. Das ist wirklich etwas, das ich von ganz wenigen Städten kenne.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie nimmst du den Standort Köln als Gründer wahr? Was gefällt dir und was nützt dir?

Dr. Niklas Hellemann: Diese Mentalität, die ich gerade angesprochen habe, dass also hier alles sehr weltoffen und sehr tolerant ist, ist etwas, was uns auch hilft, wenn wir internationale Talente anziehen möchten. Außerdem haben wir hier viel Industrie. Gerade in den Anfangszeiten, wenn Gründer im B2B-Bereich unterwegs sind, auf der Suche nach einem Kunden, kann man direkt mit großen Unternehmen ins Gespräch kommen. Und dann natürlich die Ausbildung: Hier gibt es extrem viele Universitäten, THs und FHs. Das wird für uns jetzt sehr wichtig, da wir händeringend nach Talenten suchen. Wir haben etwa 50 Jobs auf unserer Karriere-Seite offen und die versuchen wir auch durch Absolventen zu besetzen. Das ist sicherlich ein sehr starker Standortvor-



teil. Wo wir meiner Meinung nach noch ein bisschen Aufholbedarf haben, ist diese Mentalität von Köln auch in die Welt zu tragen, Werbung zu machen und Mobilitätskonzepte zu entwickeln: Da wünsche ich mir ein bisschen mehr Mut und moderne Aufstellung in der städtebaulichen Entwicklung. Wir treten in Konkurrenz mit Städten wie Kopenhagen und Berlin. Und da glaube ich, kann man ein bisschen aufholen.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Im Rahmen von »Fit for Invest« wurde die Open Innovation Plattform Project Cologne von der Rheinischen Fachhochschule ins Leben gerufen. Hier können Studierende in praxisorientierten Challenges konkrete Fragestellungen eines Unternehmens behandeln. Wie findest du diese und wie gehst du mit dem Thema Innovationen in deinem Unternehmen um?

de ich mal sehr spannend finden, wie denn auch jetzt gerade die Generation Z dazu denken würde und zu welchen Lösungen sie kommen würde.

Prof. Dr. Marc Prokop: Was waren eure bisher größten Hürden und worauf seid ihr besonders stolz?

Dr. Niklas Hellemann: Wir haben ein unglaubliches Wachstum hingelegt, und das vor allem gerade in dieser schwierigen Zeit des Corona-Jahres, wo wir alle im Lockdown waren. Wir sind jetzt zweieinhalb Jahre alt und grob 150 Leute. Viele von unseren Mitarbeitern sind in dieser Phase zum Unternehmen gestoßen. Eine Organisation erst mal so schnell wachsen zu lassen und aufzuziehen ist ohnehin immer schwierig und dann auch noch in dieser Phase – das war schon eine Herausforderung. Wir haben auch viel Energie und Zeit und Geld darauf verwendet, dass wir unsere Kultur aufrechterhalten können, gerade im Recruiting. Wir machen auch regelmäßig Mitarbeiterbefragungen und da sehe ich auch, dass wir das geschafft haben. Aber natürlich freue ich mich auch auf die Zeit, wenn wir jetzt alle wieder in unser neues Büro, das wir gerade bauen, zurückkehren können.



Prof. Dr. Marc Prokop, Dr. Niklas Hellemann, Prof. Dr. Kai Thürbach

Prof. Dr. Marc Prokop: Wo siehst du Verbesserungspotenzial und was wünschst du dir als Gründer?

Dr. Niklas Hellemann: Wie gesagt, glaube ich, dass ein großer Vorteil von Köln diese Mentalität und Kultur ist. Das müssen wir einfach noch mehr kommunizieren, auch weltweit. Viele Kollegen aus den USA, Indien oder Tel Aviv haben schon mal von Köln und dem Karneval gehört, aber dieses Weltoffene, dass man hier eben auch als internationaler Expats gut leben kann, können wir noch hervorheben und bewerben. Und mein Herz schlägt für die Mobilität. Wir haben unser Headquarter in Ehrenfeld, durch die die gefährlichste Straße Europas führt. Jetzt wird Gott sei Dank was getan. Aber ich fände es toll, wenn man mehr Mut wagen würde und moderne Mobilitätskonzepte durchzieht, bei denen der internationale Gast sehen würde: Das ist eine moderne Stadt, die macht sich Gedanken und die macht eben nicht nur Fahrradwege, die so eng an einer befahrenen Straße lang führen und die auch gefährlich sind. Das ist eingebettet in ein gesamtes städtebauliches Konzept, wo man auch ein bisschen mehr Grün wagen kann. Dann haben wir einen sehr coolen Standort.

Dr. Niklas Hellemann: Das finde ich super, ich erinnere mich auch noch dran, wie es ist als Arbeits- oder Karriere-Anfänger. Wenn man von der Uni kommt, hat man Vorstellungen, wie ein Unternehmen von innen funktioniert. Manchmal treffen sie die Realität, manchmal gehen sie aber auch vorbei. So eine Challenge ist super, denn dann versetzt man sich auch in die Rolle eines Unternehmers und überlegt sich, welche Probleme ein Unternehmen hat, und kann diese bearbeiten und lernt dadurch, unternehmerisch zu denken. Es passt auch zu dem, wie wir Innovationen bei SoSafe leben, denn wir haben eine Kultur, wo wir alle sehr eng einbinden. Kritisches Denken wird dort auch sehr stark gefördert und das finde ich eine ganz wichtige Eigenschaft. Ich überlege auch, was bei uns die Challenges sein könnten. Sicherlich viel auch im Bereich der Zusammenarbeit. Wir sind jetzt eine Remote First Company in dem Sinne, dass wir ja ein sehr großes Wachstum gerade in der Lockdown-Situation hatten. Das bringt viele Herausforderungen mit sich: Wie kommuniziert man, gibt es noch andere Möglichkeiten, wie man auch informelles Get-together fördern kann? Unsere Firma lebt ganz stark davon, dass wir uns früher auch in persona ausgetauscht haben. Dafür wür-

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was wäre dein Tipp für junge Gründerinnen und Gründer?

Dr. Niklas Hellemann: Bleibt neugierig. Neugier ist für mich die wichtigste Eigenschaft. Das heißt, sich für alles und jeden zu interessieren. Meine Eltern erzählen, dass schon immer meine Eigenschaft war, alles zu hinterfragen und sich überall hineinzudenken. Jedes Problem ist irgendwie lösbar. Das heißt also, „schwierig“ oder „verstehe ich nicht“ sollte es eigentlich nicht geben. Ich rate allen, lieber noch mal nachzubohren und nachzufragen, sich für andere Menschen zu interessieren und einen Perspektivwechsel zu wagen. Das ist für mich ein Glücksprinzip im Leben, aber eben auch für einen Unternehmer eine wichtige Eigenschaft in allen Bereichen. Wenn ich mich in andere hineinversetzen kann und darauf auch Lust drauf habe, entdecke ich vielleicht Probleme, die noch nicht adressiert sind, und schon habe ich eine Geschäftsidee.

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT DR. UTE GÜNTHER, BUSINESS ANGELS NETZWERK DEUTSCHLAND



»Fit for Invest« begeistert mich, weil sich vier Hochschulen gemeinsam für das Start-up-Ökosystem Kölns einsetzen. Für ein junges Unternehmen ist eine Frühphasen-Finanzierung eines der zentralen Momente. Dass die Hochschulen sich darum kümmern, ist nicht selbstverständlich.

Dr. Ute Günther,
Vorstandsmitglied Business
Angels Netzwerk
Deutschland

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Kai Thürbach und Prof. Dr. Marc Prokop mit Dr. Ute Günther, Vorstandsmitglied von Business Angels Netzwerk Deutschland, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Frau Günther, bitte stellen Sie sich vor.

Dr. Ute Günther: Mein Name ist Ute Günther. Ich bin eine der beiden Vorstände von Business Angels Netzwerk Deutschland gemeinsam mit Roland Kirchhoff. BAND als Verband der Angels-Investoren und ihrer Netzwerke unterstützt Frühphasen-Finanzierung.

Prof. Dr. Marc Prokop: Sie haben in Paris und in Bochum studiert. Könnten Sie die beiden Hochschulstandorte differenzieren und kurz erklären, was Ihnen besonders gut gefallen hat?

Dr. Ute Günther: Wenn man den Traum hat, an der Sorbonne in Paris zu studieren, denkt man: Das ist ein großartiger Ort. Alles zentriert in dieser Stadt, in einem ehrwürdigen Gebäude. In Wahrheit bin ich in der Metro unterwegs gewesen und habe dort mehr Zeit verbracht. Dann bin ich an die neue Hochschule Bochum gekommen, eine Campus-Universität, die alle verurteilt haben, weil sie aus Beton war. Das Schöne war, alles an einem Ort zu haben, ein bisschen wie die Idee von »Fit for Invest«. Man integriert, man schafft Kommunikation und Gemeinschaft. Das ist das, was ich an der Hochschule in Bochum und an einer Campus-Universität generell heute noch schätze.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie kamen Sie zu Ihrem Beruf? Wollten Sie

schon immer im Gründungsbereich tätig sein?

Dr. Ute Günther: Die Hochschule war mein Sehnsuchtsort. Wissenschaftlich arbeiten, lehren – das wollte ich immer. Und das habe ich über lange Jahre gemacht. An der Universität Essen hat mich dann die Realität des Strukturwandels in der Metropole Ruhr eingeholt. Es war die Zeit, als die Großindustrie Arbeitsplätze abbaute, die Konzerne ohnehin. Und es war klar: Wenn diese Region zukunftsfähig werden will, dann muss sie auf Innovationen setzen. Und wie so oft bei Perspektivwechseln und neuen Herausforderungen spielt eine Rolle, wem man begegnet. Und ich bin damals Roland Kirchhoff begegnet. Er war Geschäftsführer eines Unternehmer-Netzwerks der Metropole Ruhr, justierte die Schrauben neu für diese Region und hat gesagt: „Wir müssen uns einsetzen für den Aufwuchs junger, innovativer Unternehmen am Standort Ruhr.“ Und das ist seitdem unser gemeinsames Credo geworden. Wir haben dann als erstes Projekt mit dem damaligem NRW-Wirtschaftsministerium das Projekt „Gründer Support Ruhr“ auf den Weg gebracht. Da ging es darum, dass Mentoren ehrenamtlich Existenzgründerinnen und Existenzgründer begleiten – damals etwas völlig Neues und heute eine der Errungenschaften, dass wir ein gutes Startup-Ökosystem haben.

Prof. Dr. Marc Prokop: Was sind genau Business Angels? Und wie sind Sie in den Vorstand des BAND gekommen?

Dr. Ute Günther: Also, Business Angels sind Personen mit zwei Flügeln. In einem Flügel haben sie Kapital, im anderen Flügel haben sie unternehmerisches Know-how. Sie haben mitnichten einen Heiligenschein,

sondern sie haben ganz klar einen Geschäftshut auf, denn sie investieren in einer sehr frühen Phase in ein junges, innovatives Unternehmen. Das Projekt oder Produkt ist noch nicht entwickelt, die Dienstleistung hat vielleicht noch nie einen Kunden gesehen. Die Business Angels nehmen dieses Risiko auf, weil sie neben einer Renditeerwartung, die sie auch haben, natürlich Spaß daran haben, mit jungen, innovativen Unternehmen zu arbeiten. Und Angels-Investoren sind in Deutschland die wichtigsten Frühphasen-Finanzierer. Sie investieren als Venture-Capital-Geber deutlich mehr Kapital in der frühen Phase.

Zur Frage „Wie bin ich Vorstand von BAND geworden“: BAND ist als Verband, als Verein organisiert und natürlich wählen dort die Mitglieder den Vorstand. Das ist aber wahrscheinlich nur der formale Teil einer Antwort. Ihre Frage wird sich darauf konzentrieren: „Warum haben wir uns überhaupt zur Wahl gestellt und sind wir gefragt worden?“ Ich komme zurück auf das Projekt „Gründer Support Ruhr“. Da ging es um Mentoring, um ehrenamtliche Unterstützung. Und wir haben damals schon gesehen: Ein junges, innovatives Unternehmen braucht Eigenkapital. Das war etwas völlig Neues, das Wort „Business Angels“ gab es noch kaum. Wir haben uns dann umgeschaut – in Amerika, in Oxford, in Cambridge, in England – und dort gab es Business-Angels-Kulturen. Wir haben den Gedanken mit nach Deutschland gebracht und eins der ersten Business-Angels-Netzwerke in Deutschland gegründet, die „Business Angels Agentur Ruhr“, heute ein Mitglied im BAND. Wir sind als Promotoren aufgefallen, weil zur gleichen Zeit das Bundesforschungsministerium, später Wirtschaftsministerium, gesagt hat: „Auch Deutschland braucht



eine Business-Angels-Kultur. Wir gründeten das Business Angels Netzwerk Deutschland.“ Das haben wir im Ruhrgebiet erst mal ein bisschen beäugt und geschaut: Was macht da Berlin? Als dann zur Jahrtausendwende BAND neu ausgerichtet worden ist, ist man auf uns zugekommen und hat gefragt, ob wir uns das vorstellen können. Dann haben wir gesagt: „Ja, unter der Bedingung, dass wir diesen Verband von Berlin nach Nordrhein-Westfalen, in die Metropole Ruhr, holen können.“

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie hat sich der Business Angels Standort Deutschland über die Jahre entwickelt und was können die Hochschulen tun, um diese Entwicklung zu unterstützen?

wenn man einen Markt aufbauen will. Es gab damals den ersten deutschen Business Angels Tag mit 100 Teilnehmern auf dem Gelände des Welterbe „Zollverein“. Der nächste findet mit uns allen gemeinsam vom 6. bis 8. November in Köln statt. Und wir haben dann angefangen, mit der BAND-Academy Qualifizierungen anzubieten, um Engel zu professionalisieren, denn die haben unternehmerisches Know-how und auch Kapital. Aber, wie macht man denn Due Diligence in einem Unternehmen, das noch gar keine Bilanzen hat? Was ist eine Liquidations-Präferenz? Wie kann ich meinen Exit optimieren? All das muss ein Investor lernen. Also, die Eckpfeiler des Marktes sind um die Jahrtausendwende entwickelt worden. 2010

2018, würde ich sagen, ist auch noch mal ein wichtiger Meilenstein. Da hat BAND gemeinsam mit dem Bundesverband Deutsche Start-ups das „German Standards Setting Institute“ gegründet, abgekürzt GSSI. Mustervertragswerke für die Beteiligungen werden dort entwickelt und kostenlos zum Download freigestellt, damit eben eine solche Start-up-Beteiligung auf Augenhöhe geschieht. Es gibt also wichtige Meilensteine und wir haben noch viele wichtige Meilensteine vor uns.

Prof. Dr. Marc Prokop: Konnten Sie während Ihrer Zeit beim BAND eine Veränderung bei den Business Angels bzw. bei Ihren Mitgliedern erkennen?

Dr. Ute Günther: Ja, also die Angels sind professioneller geworden, aber nicht in dem Sinne, dass sie bürokratischer geworden sind. Es ist ein informeller Markt, aber der Angel-Investor ist fokussierter geworden. Er ist digitaler geworden, er ist jünger geworden. Viele Senior-Entrepreneurs sind Angel-Investoren geworden. Er ist noch nicht weiblicher, er ist vernetzter und er wird immer nachhaltiger. Die Tendenz der jüngeren Zeit ist: Angel-Investoren investieren vermehrt in Folge-Finanzierungen, was wir als BAND und generell sehr skeptisch sehen und sehr vorsichtig beobachten, weil: Der Angel ist Frühphasen-Finanzierer, er muss junge Innovationen anfinanzieren, und dann müssen in der Finanzierungs-Kette andere kommen. Deswegen ist es immer wichtig, wenn wir über Finanzierung nachdenken, die gesamte Finanzierungs-Kette im Blick zu haben. Entgegen dem europäischen Trend, wo viele Angels im Syndikat investieren, also mehrere schließen sich zusammen, gibt es bei den deutschen Angel-Investoren doch auch die Tendenz, alleine in ein Investment zu gehen. Der Angel wird immer branchenfokussierter. Es passiert viel und letztendlich ist der Angel-Markt so bunt und vielfältig, wie Menschen sind, die begeistert sind für innovative Start-ups und so vielfältig wie innovative Start-ups, es matcht irgendwo immer.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Business Angels unterstützen junge Gründerinnen und Gründer mit Kapital und Know-how. Was geben Sie Gründerinnen und Gründer noch mit auf den Weg?



Dr. Ute Günther

Dr. Ute Günther: Wir haben die ersten Business-Angels-Netzwerke gegründet, das war eigentlich die Initialzündung für den Aufbau einer Business-Angels-Kultur in Deutschland. Es sind um diese Zeit überall in Deutschland Business Angel Netzwerke gegründet worden. Zum Beispiel BayStartUP, eines der größten Netzwerke in Deutschland. Und es ist gelungen, bis 2001/2002 in Deutschland quasi flächendeckend Business-Angel-Netzwerke in den einzelnen Regionen aufzubauen. Damit besitzt Deutschland eine Infrastruktur. In welchem Bundesland man sich auch immer befindet, kann man sich als Angel Investor, der neu anfängt oder der Beteiligungen sucht, an ein Business-Angels-Netzwerk wenden – dies gilt auch für Start-ups, die Angel-Investing suchen. Die Infrastruktur war gegeben und 2000/2001 sind dann auch die zentralen Eckpfeiler entwickelt worden, die dazu gehören,

hat BAND gesagt: „Wir müssen jetzt, wo die Strukturen stehen, die Angels in die Öffentlichkeit bringen.“ Und wir haben das Jahr 2010 zum Business Angels Jahr ausgerufen, unter der Schirmherrschaft des Bundeswirtschaftsministers. Das war eine große Awareness-Kampagne mit Botschaftern und der Angel-Gedanke ist auch in Deutschland angekommen. 2013 war noch ein großer Meilenstein in der Entwicklung des Business-Angels-Ökosystems, weil da „INVEST – Zuschuss für Wagniskapital“ an den Start gegangen ist, ein Förderprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums. Wenn ein Investor in ein junges Unternehmen investiert, bekommt er einen steuerfreien Zuschuss, weil er dieses große Risiko eingeht. Es ist also eine Incentivierung von Angel-Investoren und ich kenne ganz viele Fälle, wo die Angels auch dieses Geld nehmen und in die Start-ups noch mit investieren.



Dr. Ute Günther: Man spricht ja auch von Smart Money, aber ich glaube, es gibt noch etwas sehr Wesentliches: Der Angel brennt genauso wie das Team für die Geschäftsidee und für dieses Start-up. Und da baut sich sehr schnell so etwas auf wie eine emotionale Beziehung. Es gibt kein Start-up, das nicht irgendwann einmal in einer Krise ist. Und natürlich muss dann der Angel zur Seite stehen und dann muss man auch ein Vertrauensverhältnis haben. Deswegen ist diese persönliche Beziehung ein großer Mehrwert. Ein Angel gibt Sicherheit. Wenn ich einen erfahrenen Investor überzeugt habe, kann ich sicher sein, dass mir das auch bei anderen gelingt. Und wie wichtig Sicherheit und Vertrauensbasis ist, sehen wir immer wieder. Wir schreiben einmal im Jahr die „goldene Nase an den Business Angel des Jahres“ aus, um Vorbilder in die Öffent-

in dieses und nicht in jenes Start-up investieren?“ Dann sagt er natürlich immer: „Die überzeugende Geschäftsidee.“ Aber es ist auch das Team. Das heißt, Angels investieren zunächst einmal nicht in eine Einzelperson, sondern in ein Team. Und sie verlangen von diesen Teammitgliedern Authentizität und dass man ihnen abnimmt, dass das, was sie da tun, nicht von irgendjemandem eingeredet worden ist. Dass der Businessplan nicht vom Unternehmensberater geschrieben ist, sondern dass sie das selbst verkörpern. Sie verlangen Selbstbewusstsein und Leidenschaft. Ich glaube, sie wollen auch, dass dieser Gründer dialogfähig ist und einsieht, dass er immer wieder dazulernen muss, dass es Veränderung im Businessplan gibt und dass er auch diese Veränderung dann mitträgt. Dass das Team unterschiedliche Kompetenzen bündelt.

ist. Öffentliche Gelder können unheimliche Hebelwirkungen auslösen, wenn sie eine Möglichkeit eingebaut haben, privates Kapital mit ins Boot zu holen. Wir haben das am Europäischen Angels Fonds gesehen. Da können die Investoren einen Rahmenvertrag mit der Europäischen Investitionsbank machen, in diesem Fall gibt die Bank 50 Prozent, die anderen 50 Prozent der Angel-Investor – der Investor hat also so etwas wie eine Wild-Card und kann seine Deals tätigen, wie er möchte. Und das ist extrem erfolgreich. Also das würde man sich für die Gründerszene wünschen.

Von Hochschulen würde ich mir das wünschen, was »Fit for Invest« macht. Es ist unendlich schwierig, Ansprechpartner an Hochschulen zu finden, weil die Innovationen in den Hochschulen in jedem Fachbereich



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Dr. Ute Günther, Prof. Dr. Kai Thürbach

lichkeit zu bringen. Und das dürfen nur Start-ups vorschlagen, die einen Angel im Team haben. Und die müssen das begründen. In den wenigsten Fällen sagen die Start-ups: „Er gibt so viel Geld.“ Nein, sie sagen: „Er hilft mir auch, wenn ich nachts da stehe und mich ein Kern-Mitarbeiter verlassen hat. Und ich kann ihn immer anrufen und ich kann ihm vertrauen.“ Das sind die Dinge, die es ausmachen.

Prof. Dr. Marc Prokop: Welche Charaktereigenschaften sollten junge Gründerinnen und Gründer mitbringen und wie wichtig ist die Persönlichkeit für das Matching mit Business Angels?

Dr. Ute Günther: Wenn Sie einen Angel fragen: „Welches ist der Indikator, welches ist das Kriterium, warum Sie

Dass es so etwas ist wie ein Team, auf das man sich verlassen kann, auch in Krisensituationen.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was würden Sie sich noch in der heutigen Gründerszene wünschen?

Dr. Ute Günther: Man hat den Eindruck, dass die Szene gerade ein bisschen überhitzt. Die Bewertungen steigen, es ist viel Kapital im Umlauf und man muss gucken, dass da nicht übersteuert wird. Ich glaube, da müssen wir alle, die wir in dieser Szene unterwegs sind, sehr sensibel hinschauen. Ich gucke jetzt immer aus der „Angel-Brille“ und so ist das Zweite, was man sich sicher wünscht: Wir haben diesen großen Zehn-Milliarden-Wagniskapitalfonds, der jetzt gerade aufgelegt

schlummern. Und über die Transferstelle kann man nicht alles erreichen, weil die Transferstelle passiv warten muss, was ihr zugetragen wird. Deswegen ist die Vernetzung und Zusammenarbeit von Hochschulen ganz wichtig, damit man dann auch tatsächlich gucken kann: „Wo liegen denn die Innovationen, aus denen spannende Gründungen werden?“ Das ist ein großer Wunsch: Vernetzung voranzutreiben und damit auch einfacher Zugang zu Hochschulen zu finden und ein verlässlicher Partner als Hochschule für EXIST zu sein. EXIST ist ein großartiges Programm. BAND wird sich in der nächsten Zeit des Themas „Patente“ annehmen und wir wünschen uns da viele, die mit uns an dieser schwierigen Stellschraube drehen. Und ich würde mir mehr Forschungsarbeit im



Bereich Angel-Investing unendlich wünschen: Das ist ein Markt, der nicht sichtbar ist. Viele Angel-Investoren sagen nicht, dass sie Angel-Investoren sind, und machen es nicht öffentlich. Wir wünschen uns, dass sie in die Öffentlichkeit gehen. Und deswegen ist das ein schwieriges, aber gleichzeitig auch ein unendlich spannendes Forschungsfeld. Wir machen seit 2001 gemeinsam mit den VDI-Nachrichten, der Hochschule Essen und der RWTH Aachen das „Business Angels Panel“. Vierteljährlich werden Investoren

davon überzeugt, dass mehr Angel-Investorinnen mehr Gründerinnen anspornen, dass mehr Gründerinnen mehr Angel-Investorinnen in den Markt bringen. Ja, wir brauchen mehr Frauen, BAND hat deshalb das Jahr 2020 und 2021 zum „Women Business Angels Year“ ausgerufen. Wir machen da viele Kampagnen. Ich glaube, wir müssen wirklich dringend Best Practice in die Öffentlichkeit bringen. Es gibt großartige Angel-Investorinnen, spannende weibliche Gründerinnen und Teams, die von weiblichen Grün-

Plan-Wettbewerb für Medizin und Gesundheitswirtschaft, da sind so viele Teams gerade im Bereich Medizin und Gesundheitswirtschaft, wo eine Frau als CEO unterwegs ist. Nur: dafür gibt es noch viel zu wenig Öffentlichkeit. Das „Women Business Angels Year“ wird dazu beitragen, aber eben auch Öffentlichkeitsarbeit und die vielen Initiativen, die gerade in den Hochschulen laufen, Female-Entrepreneurs zu unterstützen.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Haben Sie einen persönlichen Tipp an junge Gründerinnen und Gründer?

Dr. Ute Günther: Ja, weil ich ja hier als Vertreterin des Business-Angels-Ökosystems sitze. Wir hören immer wieder, dass sich die Gründer-Teams, die Start-ups, vorbereiten sollen auf den Pitch, auf die Ansprache der Angel-Investoren, und dass sie da viele Fragen gestellt bekommen, dass sie alles erläutern müssen, dass sie sagen müssen, was sie mit diesem Geld tun. Ich gebe jetzt genau den umgekehrten Ratschlag: Als junges Start-up-Team auf der Suche nach Angel-Investoren machen Sie genau das Gleiche mit Ihrem Angel-Investor. Es gibt auch „Business Devils“, deswegen fragen Sie andere Teams nach Referenzen, gucken Sie sich genau an: Hat dieser Business Angel auch einen guten Track-Record? Vertrauen Sie ihm? Glauben Sie ihm das, was er sagt. Denn es ist eine Beziehung auf Augenhöhe und die kann man nur eingehen, wenn man wechselseitig Vertrauen in den anderen hat. Und das würde ich jedem Start-up-Team gerne mit auf den Weg geben.



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop,
Prof. Dr. Kai Thürbach, Dr. Ute Günther

befragt, immer die gleichen, wie sie investieren, wie sie den Markt einschätzen. Und so gibt es seit 20 Jahren ein Markt-Barometer, um das uns ganz Europa beneidet. Und ich würde mir da ganz viel Forschungsarbeit aus deutschen Hochschulen wünschen. Da würden wir viel für die Start-up-Szene und auch für das Angel-Ökosystem tun können. Und auch der Politik sagen können: „Hier und da gibt es Stellschrauben zu justieren, die für den Markt wichtig wären.“

Prof. Dr. Marc Prokop: Wie können wir mehr Frauen für Gründungen begeistern? Brauchen wir mehr Frauen als Role Models? Was können wir hier tun?

Dr. Ute Günther: Ja, die Gründerinnen-Zahlen in Deutschland sind längst nicht ausreichend, der Start-up-Monitor hat das gerade wieder gezeigt. Das gilt gleichermaßen für Angel-Investoren. Wir gehen so von 7–9 Prozent aus, die Mitgliederzahlen bei BAND liegen bei 14 Prozent. Da sind wir stolz. Aber das ist harte Arbeit. Wir sind zutiefst

derinnen angeführt werden. In anderer Funktion bin ich verantwortlich für KUER, ein Business-Plan-Wettbewerb im Auftrag des NRW-Umweltministeriums für Klima, Umwelt, Energie und Ressourcenschonung. Die Preisträgerin 2020 ist eine Ingenieurin mit einer nachhaltigen Pumpe. Solche Beispiele müssen in die Szene. Wenn ich mir AXOLOTL anschau, ein Business-



v.l.n.r. Dr. Ute Günther, Dr. Roland Kirchhof

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT SIMON SCHNEIDER, START-UP-INVESTOR



“ Start-ups stehen jeden Tag vor neuen Herausforderungen. Ein neues Unternehmen aufzubauen gleicht häufig einem Marathon. Umso wichtiger ist es für Start-ups, von Anfang an in relevanten Netzwerken arbeiten zu können. »Fit for Invest« ist genau so ein Netzwerk, und darum bin ich gerne dabei.

Simon Schneider,
Gründer und Geschäftsführer
von neoteq ventures ”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Kai Thürbach und Prof. Dr. Marc Prokop mit dem Start-up-Investor Simon Schneider über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Marc Prokop: Simon, bitte stell dich vor.

Simon Schneider: Mein Name ist Simon Schneider, ich bin 49 Jahre alt und Start-up-Investor. Wir haben einen Fonds aufgebaut, der sich neoteq ventures nennt. Wir sitzen in Köln und investieren bevorzugt in der Seed-Phase bzw. in der Series A. Und das ist meine Arbeit: spannende Unternehmen zu finden, die man auf ihrem Weg begleiten darf.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie kamst du zu deinem Beruf? Wolltest du schon immer Investor werden und junge Gründerinnen und Gründer unterstützen?

Simon Schneider: Es war purer Zufall, dass ich in diesen Job reingekommen bin. Ich bin von der Ausbildung eigentlich Jurist. Nachdem ich mit dem Studium fertig war, war aber klar, dass ich diesen klassischen Weg einer Juristen-Karriere nicht machen wollte. Und dann hat mir ein Freund empfohlen: „Guck dir mal diese Venture-Capital-Branche an, die ist spannend, das könnte was für dich sein.“ Und so bin ich am Ende in diesen Beruf reingekommen, der bis heute eine unglaubliche Faszination auf mich ausübt und jeden Tag Spaß macht und nach wie vor sehr abwechslungsreich und spannend ist.

Prof. Dr. Marc Prokop: Warum warst du Karnevals-Prinz in Bonn und nicht in Köln? War das dein größter Fehler?

Simon Schneider: Ich bin Bonner, da liegt es nahe, dass man – wenn man die Gelegenheit hat, einmal Prinz zu sein – dieses Amt natürlich in seiner Heimatstadt ausübt. Dazu muss man aber vielleicht auch noch wissen: Ich glaube nicht, dass man als Auswärtiger so ohne Weiteres in Kölle am Ring Karnevals-Prinz werden kann. Insofern war ich in meiner Heimatstadt damit schon sehr gut aufgehoben. Und deshalb war es definitiv kein Fehler.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Welche aktuellen Trends gibt es gerade in der Gründerszene?

Simon Schneider: Das ist das Schöne an unserer Arbeit: dass es sich ständig weiterentwickelt. Trends, die letztes Jahr noch ganz aktuell waren, sind jetzt schon plötzlich gar nicht mehr angesagt. Und seit einiger Zeit sieht man vor allem, dass das Thema Nachhaltigkeit eine sehr große Rolle für viele Unternehmensgründungen spielt. Viele Gründer bauen nicht einfach nur ein Start-up auf, um am Ende wirtschaftlich erfolgreich zu sein, sondern sie wollen mit dem Unternehmen auch etwas bewegen. Sie wollen damit auch Produkte auf den Markt bringen, die im Hinblick darauf, was wir für Herausforderungen auf diesem Planeten haben, ein Stück dazu beitragen können, dass die Welt hoffentlich besser wird. Insofern ist das ein Thema, was sehr viele Sachen aktuell prägt. Auch unser erstes Investment, das wir gerade vor ein paar Wochen gemacht haben, dreht sich um das Thema Nachhaltigkeit. Darüber hinaus gibt es nach wie vor große Megatrends, die nicht nur in Deutschland oder in Europa die Start-up-Szene bewegen, sondern weltweit. Da gehört das Thema Künstliche Intelligenz nach wie vor dazu, wir reden natürlich auch sehr viel über die Themen FinTech

und InsurTech, aber auch das Thema E-Health hat natürlich jetzt zuletzt noch mal eine enorme Bedeutung bekommen und wir sehen viele Unternehmen oder auch Teams, die an diesen Themen arbeiten.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wie innovativ sind Kölner Start-ups?

Simon Schneider: Der Kölner an sich ist ja sehr innovativ, das gilt natürlich auch für die Start-up-Szene. Wir sehen seit ein paar Jahren einen sehr spannenden und schönen Trend, vor allem hier im Rheinland, aber speziell auch in Köln, nämlich dass es hier deutlich mehr Unternehmensgründungen gibt. Sehr viel mehr Start-ups bleiben hier in Köln und der Region. Das machen sie nicht ohne Grund. Die Rahmenbedingungen, die sie hier vorfinden, haben sich in den letzten Jahren auch verbessert. Da ist viel passiert. Und insofern finde ich, dass die Start-ups, die hier in Köln gerade entstehen, sich vor dem Rest von Deutschland oder Europa nicht zu verstecken brauchen.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Welche Punkte geben den Ausschlag, damit ihr jemanden zum persönlichen Pitch einladet?

Simon Schneider: Es ist eine schwierige Frage. Es sind immer wieder Kleinigkeiten, die am Ende den Auslöser dafür darstellen, warum wir uns ein Unternehmen anschauen. Wir haben natürlich Kriterien. Jeder Investor hat ein Schema, nach dem er sich im ersten Schritt ein Unternehmen anschaut, um eine Ersteinschätzung treffen zu können: Ist das grundsätzlich spannend oder nicht? Wir gucken uns natürlich im ersten Schritt an, um was für ein Kundenproblem es überhaupt geht. Wenn das Gründer-



team nicht beschreiben kann, wo das Kundenproblem liegt, dann ist die Frage, ob es auch einen Kundennutzen gibt. Insofern ist das ein Punkt, auf den wir viel Wert legen. Darüber hinaus ist das Team für uns ein ganz entscheidender Faktor, ob es am Ende zu einem Investment kommt oder nicht. Wir schauen uns sehr genau an, wie das Team aussieht: Wie ist es zusammengestellt? Wer fehlt noch? Wie wird es zukünftig aussehen? Wie wird man es weiterentwickeln? Der nächste Punkt ist natürlich klar der Markt. Wenn es den Markt nicht gibt, ist natürlich die Frage: Was kann daraus werden? Die Wettbewerbssituation ist natürlich relevant. Dann gibt es Themen: Wie sieht das IP aus? Wie sieht es mit der Technologie aus? Wie viel ist davon selbst entwickelt? Wie viel kommt von extern? Und dann wollen wir am Ende wissen: Wie groß kann das Ganze werden? Da geht es um das Stichwort Skalierbarkeit, auf das Investoren schauen. Wir wollen nicht den Dritten oder Vierten im Markt finanzieren, sondern wir wollen die Marktführer im Portfolio haben. Und insofern ist es für uns wichtig, dass dieses Potenzial gegeben ist. Insofern machen wir eine Gesamtschau, anhand derer wir am Ende entscheiden, ob das Unternehmen für uns spannend sein könnte oder nicht.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wie sollten sich Gründerinnen und Gründer auf ein erstes Gespräch mit euch vorbereiten und welche Eigenschaften sollten sie mitbringen?

Simon Schneider: Für uns ist wichtig, dass das Team, das am Ende hinter dem Unternehmen steht, eine entsprechende Leidenschaft und auch eine Leidenschaft mitbringt. Wenn man ein Unternehmen aufbaut, kann man sich sicher sein, dass nicht von vornherein alles klappen wird, was man sich im Businessplan aufgeschrieben hatte. Man muss immer wieder die Bereitschaft haben, sich zu hinterfragen. Insofern gucken wir uns an: Bringt dieses Team diese Voraussetzungen mit und haben sie eine Bereitschaft, sich auch führen zu lassen? Wir haben häufig mit Erst-Gründern zu tun, die zwar eine Idee haben, für die sie brennen, aber es gibt vielleicht auch noch Bereiche, in denen sie sich noch nicht so gut auskennen. An der Stelle Unterstützung in Anspruch zu

nehmen und nicht nur stur an seinem ursprünglichen Plan festzuhalten, ist ein sehr wichtiger Punkt. Und dann ist für uns wichtig, wenn wir in so ein Gespräch reingehen, wollen wir

schnell dabei, was die Unterlagen angeht? Das sind Indikatoren, an denen wir abschätzen können, wie die Zusammenarbeit in der Zukunft aussehen wird. Ein Lieblingsthema bei



Simon Schneider

sehen: Sind sie wirklich die Experten auf ihrem Gebiet oder behaupten sie es nur? Das heißt, wir wollen schon verstehen, ob die Teams die entsprechende Expertise mitbringen, um mit ihrem Produkt auch so einen Markt verändern zu können.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was beeinflusst euren ersten Eindruck? Was sollten Gründerinnen und Gründer auf jeden Fall vermeiden?

Simon Schneider: Vermeiden sollten sie auf jeden Fall, dass sie im Gespräch Angaben machen, die nicht stimmen. Wir machen ein Geschäft, das auf Vertrauen basiert. Wir investieren teilweise in reine Konzepte und glauben dann an das Team, das dahintersteht. Wenn das Team mit falschen Angaben in Gespräche reingehet, ist das natürlich nicht die beste Ausgangsbasis für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir arbeiten mit den Unternehmen teilweise über einen langen Zeitraum hinweg zusammen. Da muss die Chemie stimmen. Und insofern ist ein absolutes No-Go, Angaben zu machen, die nicht den Tatsachen entsprechen. Darauf achten wir sehr. Und natürlich ist auch entscheidend für uns: Wie interagieren die Teams mit uns? Wenn wir mit ihnen in einem Due-Diligence-Prozess sind: Dauert es drei Wochen, bis wir eine Antwort auf eine Frage kriegen, oder sind sie

Start-ups ist das verspätet geschickte Reporting, also sehen wir schon in der Due Diligence: Wenn die Sachen da lange auf sich warten lassen, lässt es zumindest vermuten, dass es zukünftig nicht besser wird. Insofern geht es in dieser ersten Phase, wo die Teams uns kennenlernen und wir die Teams kennenlernen, darum, aufrichtig miteinander umzugehen, die Themen anzusprechen, wo man vielleicht auch noch Schwächen im Team hat oder wo das Produkt noch nicht fertig ist. Wir erwarten ja nicht, dass jemand kommt und uns den perfekten Aufschlag macht. Das Ganze muss entwickelt werden. Das geht aber am Ende nur dann, wenn man gut zusammenarbeitet.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wie kann Köln Gründerinnen und Gründer aus anderen Regionen und dem Ausland gewinnen und welche internationalen Start-up-Veranstaltungen kannst du für Start-ups aus der Region Köln empfehlen?

Simon Schneider: Köln bietet aktuell bereits einen sehr guten Rahmen. Wenn man sich andere Regionen oder Städte anschaut, die sich zu Start-up-Hubs entwickelt haben, ist am Ende eins der Hauptkriterien, warum es geklappt hat, das Netzwerk. Start-ups leben davon, in Netzwerken zu arbeiten. Netzwerke sind entscheidend für



den Erfolg von Start-ups. Das heißt, je besser das Netzwerk vor Ort ist, umso besser haben die Start-ups auch eine Möglichkeit, sich zu entwickeln. Insofern ist das ein Punkt, wo Köln schon ein gutes Level hat, aber wo es natürlich nicht stehen bleiben kann und sich weiterentwickeln muss. Wir brauchen einerseits die Gründerinnen und Gründer selber, die vor Ort sind. Wir brauchen auf der anderen Seite Investoren, die auch das Kapital zur Verfügung stellen. Da sind wir jetzt ein Player hier vor Ort. Es gibt eine ganze Reihe anderer Fonds oder auch Business Angels, die sehr aktiv in Köln sind und sich vor Ort um Start-ups kümmern. Aber wir brauchen darüber hinaus Zugang zu Innovationen, zu Forschungseinrichtungen, mit denen man gemeinsam kooperieren kann. Die Universitäten spielen eine große Rolle. Und diese einzelnen Player, die so ein Start-up-Ökosystem mitprägen, sind ausschlaggebend dafür, ob sich Start-ups dazu entscheiden, ihren Sitz in Köln zu wählen, oder woanders hin-



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach,
Simon Schneider

zugehen. Und wenn wir auf die Events gucken: Es gibt viele sehr gute Events weltweit. Da gibt es zum Beispiel die VivaTech in Paris oder die Slush-Konferenz in Helsinki, für Insurtech-Startups die ITC in Las Vegas oder die DIA in Amsterdam. Das sind Events, die sich über Jahre hinweg zu Branchentreffen entwickelt haben, und wenn man sich anschaut, wie sich Pirate Summit hier in Köln entwickelt hat, ist das sehr vielversprechend und zeigt, welches Potenzial wir haben.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Die Deutsche Sporthochschule Köln begleitet in

„Starting-Up with Sports Sciences (Stars)“ Gründerinnen und Gründer mit sportbezogenen Aktivitäten. Hieraus ist das Start-up Naturzeit.Club hervorgegangen. Es bietet erlebnispädagogische Natur- und Freizeitangebote für Kinder in der Stadt an. Gründer Alexander Root hat folgende Frage: Welchen persönlichen Tipp hast du für junge Gründerinnen und Gründer und aus welchem Fehler hast du gelernt?

Simon Schneider: Den Tipp, den ich geben kann, hatte ich eben schon kurz erwähnt: sich wirklich mit der Frage auseinanderzusetzen: Welches Kundenproblem will ich überhaupt lösen? Damit fängt es an. Wenn man kein Kundenproblem löst, wird man auch nicht erfolgreich werden. Insofern muss man sich genau anschauen: Was will ich meinem Kunden verkaufen und braucht er das überhaupt? Wenn man sich alles angeschaut hat, was relevant ist, und zu dem Ergebnis kommt: Ja, hier gibt es ein relevantes



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Simon Schneider, Prof. Dr. Kai Thürbach

Kundenproblem, wo es eine Nachfrage nach meinen Produkten gibt, kann man den entscheidenden Schritt in Richtung Unternehmensgründung gehen. Die Frage klingt trivial, ist sie aber nicht. Ich habe oft genug Gründer getroffen, die nicht beantworten konnten, welches Problem sie eigentlich lösen wollen. Aus welchem Fehler habe ich gelernt? Start-ups brauchen Zeit. Nicht ohne Grund geht man davon aus, dass man eine Haltedauer von mindestens fünf bis sieben Jahren haben wird, wenn man in der Frühphase in Unternehmen investiert. Das heißt, man muss den Unternehmen

die Zeit lassen, sich zu entwickeln und ihren Weg zu gehen. Denn es bringt nichts, am Anfang zu sehr Zeitdruck aufzubauen und dann im Rahmen dessen Fehler zu machen, die man später nicht mehr korrigieren kann.

Prof. Dr. Marc Prokop: Was wünschst du dir für die Kölner Gründerszene und wie können die Hochschulen dabei helfen?

Simon Schneider: Ich wünsche mir, dass wir in ein paar Jahren sagen können: Köln hat nicht nur vorgehabt, der nächste Start-up-Hub in Deutschland oder auch in Europa zu werden, sondern, dass es gelungen ist. Dafür haben wir noch viel Arbeit vor uns. Aber ich denke, auch die Universitäten können sehr viel dazu beitragen, indem sie den Studentinnen und Studenten von Anfang an die Möglichkeit geben, Ideen im Hinblick auf ein Start-up auszuprobieren und die Rahmenbedingungen zu schaffen, dass die Innovation aus der Uni rauskommt in

die Unternehmen und sich dann entsprechend entwickeln kann. Es gibt dazu eine ganze Reihe sehr guter Geschichten, die gestartet sind oder die es schon gibt, die von den Universitäten gepusht werden, und an der Stelle können wir in den nächsten Jahren sicher viel erreichen, wenn wir daran gemeinsam arbeiten.

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT DR. FRANK OBERMAIER, KÖLNBUSINESS



“ Wir haben das gleiche Ziel: Start-ups fit zu machen, damit sie Erfolg am Markt haben. Deshalb ist es klar, dass wir unsere Kompetenzen miteinander verbinden.

Dr. Frank Obermaier,
Geschäftsbereichsleiter
Business Development,
KölnBusiness
Wirtschaftsförderung ”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Kai Thürbach und Prof. Dr. Marc Prokop mit Frank Obermaier, Geschäftsbereichsleiter Business Development bei KölnBusiness, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Marc Prokop: Frank, bitte stell dich einmal vor.

Dr. Frank Obermaier: Mein Name ist Frank Obermaier, ich bin bei Köln Business, der städtischen Wirtschaftsförderungsgesellschaft, die vor zwei Jahren gegründet worden ist. Ich leite den Bereich Business Development, in diesem Bereich ist die Startup-Unit auch mit beinhaltet, ebenso wie der Bereich Layout, Märkte und Innovation.

Prof. Dr. Kai Thürbach: „Innovative Gründerinnen und Gründer sind wichtige Akteure der digitalen Transformation und aktive Gestalter der Wirtschaft von morgen“, sagt Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker. Sie frühzeitig zu fördern und zu unterstützen sei eine gemeinschaftliche Aufgabe, bei der die Kölner Hochschulen mit Programmen wie »Fit for Invest« eine wichtige Rolle spielten. Zusammen mit den Hochschulen und anderen Partnern fördert die Stadt das Thema Gründung. Dazu wurde die Startup-Unit, die Teil der Wirtschaftsförderung KölnBusiness ist, gegründet. Welche Rolle spielt die Startup-Unit von Köln strategisch für die Stadt? Und wie wichtig ist das Thema für die Stadt Köln?

Dr. Frank Obermaier: Das Thema ist von großer Bedeutung. Deshalb wurde auch die Gründung der Startup-Unit auf Beschluss des Verwaltungsvorstandes von der Oberbürgermeisterin eingerichtet. Das alleine

hat gezeigt, dass die Start-up-Ökonomie für Köln sehr wichtig ist. Diese Ökonomie gilt es wachsen zu lassen und zu entwickeln, damit sie auch morgen ein wichtiger Teil der Kölner Wirtschaft ist. Denn Wirtschaft ist Dynamik, ist Struktur, Entwicklung und Förderung. Und daher ist es eben auch wichtig, diesen Bereich, der sich in den letzten Jahren sehr stark in Köln etabliert hat, gezielt zu fördern und zu entwickeln.

Prof. Dr. Marc Prokop: Welche Angebote hat die Startup-Unit von Köln-Business für junge Gründerinnen und Gründer?

Dr. Frank Obermaier: Als Wirtschaftsförderung stellen wir in erster Linie Plattformen zur Verfügung. Das heißt, wir sind eine Einrichtung, die miteinander vernetzt. Es gibt viele private, aber auch öffentliche Akteure im Start-up-Ökosystem, wie beispielsweise »Fit for Invest«. Unsere Aufgabe ist es, jungen Gründern den Weg durch den Dschungel zu zeigen. Wo kann ich arbeiten, wo finde ich Netzwerke? Wer kann mir helfen, wo finde ich Investoren? Wir zeigen den jungen Start-ups Wege durch das Ökosystem. Wir schauen uns Pitch-Decks an und vernetzen individuell. Hier in Köln haben wir sehr kurze Wege und unsere Hauptaufgabe ist es, den jungen Start-ups die Wege zu zeigen, sie aber auch in die Märkte zu bringen. Wir haben einige Formate, wie beispielsweise die „Startup-Villages“, etablierte Messen, auf denen Start-ups direkt mit den Kunden in Kontakt treten.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Welchen Beitrag leistet die Startup-Unit von Köln bis zur gezielten Verknüpfung von Gründerinnen und Gründer mit relevanten Akteuren und Playern in der Region?

Dr. Frank Obermaier: Das ist ein Kerngebiet von KölnBusiness und der Startup-Unit: Die „Startup-Villages“, also Märkte, zu öffnen. Innerhalb der Region ist die Vernetzung mit Mittelstand und Industrie ein großes Thema. Wir haben einige branchenspezifische Meet-ups hochgezogen, die sehr gut angenommen wurden und wo es auch darum geht, die Start-ups mit der etablierten Wirtschaft zusammenzubringen und hieraus Projekte zu entwickeln, um die Wirtschaft zu stärken. Es ist auch wichtig, dass die Akteure, die das Ökosystem gestalten, zusammenkommen. Gemeinsam haben wir überlegt, wie wir Kölns Start-up-Ökosystem stärken können – bisher allerdings nur digital. Wir erwarten den richtigen Schub noch erst, wenn wir uns wieder live treffen. Wir machen auch Angebote im Bereich Internationalisierung. Das ist zwar durch Corona auch etwas zu kurz gekommen, aber wir hoffen auf Veranstaltungen in Helsinki oder die Viva Tech in Paris, zu denen wir gute Start-ups mit einladen, um sie auch international zu vermarkten.

Prof. Dr. Marc Prokop: Was bedeutet ein lebendiges Netzwerk der Gründer und Fördersätze? Welche Rolle spielen die Kölner Hochschulen und »Fit for Invest« dabei?

Dr. Frank Obermaier: Die Kölner Hochschulen haben mit dem ersten Förderprogramm, aber auch mit »Fit for Invest« richtig losgelegt. Sie schaffen die Grundbedingungen, die Gründer aus den Hochschulen brauchen. Das ist auch wichtig, besonders für einen Standort wie Köln, der sehr stark davon lebt, dass die Gründer aus den Hochschulen kommen. Es ist eine ständige Fluktuation, aber auch ein ständiges Neuentwickeln von neuen Geschäftsideen und



Geschäftsmodellen. Hier werden die Gründer von Anfang an mitbetreut. Ein lebendiges Netzwerk heißt dann aber auch, im gesamten Ökosystem auch immer wieder Anlaufpunkte für Gründer anzubieten, um sich auch weiterzuentwickeln. Denn der Austausch ist besonders wichtig, und dafür steht auch Köln. Es gibt ein Business-Breakfast, es gibt die berühmten Barbecues und die großen Veranstaltungen. Diese Netzwerke funktionieren. Letztendlich zeichnet die Lebendigkeit auch aus, dass dem Gründer immer wieder weitergeholfen wird, dass man nicht irgendwo in eine Einbahnstraße läuft, sondern dass die Akteure in dem Ökosystem immer wieder einen Schritt weiterhelfen auf ihrem Weg.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Welche Gründung der Kölner-Hochschul-Alumni hat dich besonders begeistert?

Dr. Frank Obermaier: Es gibt so viel, und die Qualität der Gründungen aus der Hochschule nimmt stetig zu. Sich da jemanden herauszupicken, ist schwierig. Ich denke aber besonders an STEEREON aus der TH Köln. Ich finde es ganz toll, wie sie sich entwickelt haben aus der Hochschule heraus und jetzt auch am Markt immer aktiver werden. Was mich begeistert und überrascht hat, ist VYTAL aus der Uni. Das Mehrweg-System ist sehr wichtig, um Ressourcen zu schonen, und es haben sich daran schon Viele die Zähne ausgebissen, aber VYTAL hat in den letzten Jahren einen super Weg hingelegt und sie finden mehr und mehr Kunden. Sicher auch SoSafe

aus dem Bereich Cybersecurity. Sie haben die Gunst der Stunde genutzt und wachsen stetig. Aber es gibt noch viele mehr, wenn man sich die Scale-up-Potenziale anschaut, die jetzt wirklich so nach oben gehen, da ist schon einiges mit dabei.



Dr. Frank Obermaier

Prof. Dr. Marc Prokop: Was wünschst du dir für die Kölner Gründerszene?

Dr. Frank Obermaier: Ich wünsche mir, dass wir sagen können, dass wir die Gründerinnen und Gründer je nach Gründungsalter abholen und entwickeln können, wie man es braucht – die Frühphase genauso wie die Scale-ups. Da bündeln wir die Kräfte, die wir bei KölnBusiness haben. Mit unserem Unternehmensservice haben wir eine Immobilien-Börse. Wir haben die Kompetenz, um Expansionen zu begleiten. Das finden wir sehr wichtig, auch um die Scale-ups hier in Köln zu halten. Ich wünsche mir, dass die Betreuung für die Gründerinnen

und Gründer auf einem Top-Niveau ist und dass wir uns weiter internationalisieren. Und wir brauchen eine lebendige Szene, Veranstaltungen, Hilfe zur Selbsthilfe, aber auch gute Kontakte zur Investoren-Szene.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Warum ist der Standort Köln für Investoren und Business Angels interessant?

Frank Obermaier: Wir haben eine gute Pipeline. Dank der Kölner Hochschulen kommen immer wieder neue, interessante Geschäftsmodelle nach. Hier haben wir durchaus marktfähige Gründungen. Was wir bisher noch nicht haben, ist dass die Investoren oder auch die Business Angels auf Köln gucken. Wir haben den kurzen Draht innerhalb des Ökosystems. Das ist sehr interessant für Investoren und Business Angels. Dass sie nicht hilflos irgendwo an einem Standort landen, sondern dass wir das Thema Netzwerke bespielen, aber auch diese gegenseitige Unterstützung sehr groß schreiben. Und wir haben kompetente Partner, das heißt: Es gibt hier Leute, mit denen man reden kann und die auch die entsprechende Kompetenz zum richtigen Start mitbringen.

Prof. Dr. Marc Prokop: Was können wir gemeinsam unternehmen, um Köln und die Region noch attraktiver zu machen?

Dr. Frank Obermaier: Wir arbeiten bei dem ein oder anderen Projekt schon gemeinsam. Dieses Vernetzen der Kompetenzen ist ganz wichtig, sodass wir auch für Akteure nach



außen ein konsistentes Bild abgeben. Wir können immer noch das Thema „Investoren-Freundlichkeit“, also die Neugier auf Köln, stärken. Wir können die Start-ups auch weiterhin stärken, dass Investoren fit sind – deshalb ja auch »Fit for Invest«. Ich glaube, das ist auch noch mal ganz wichtig, dass wir hier auch die Start-ups pitchfest machen mit den verschiedensten Maßnahmen,

Prof. Dr. Kai Thürbach: Welches Start-up-Event kannst du Gründerinnen und Gründern für die Region Köln empfehlen?

Dr. Frank Obermaier: Der Pirate Summit ist unser Aushängeschild, das auch internationales Gewicht hat. Er ist die entscheidende Veranstaltung, auf der man andere Start-ups, Investoren und Unternehmen

Dr. Frank Obermaier: Wir haben wahnsinnig viele Potenziale, die gerade auch durch die Hochschulen jetzt gelegt werden. Wenn wir es schaffen, diese Dynamik der Start-up-Ökonomie weiterzuentwickeln, mit der etablierten Wirtschaft zu vernetzen und uns weiter zu internationalisieren, auch unseren „Welcoming-Charakter“ – das heißt: Wie werden internationale Start-ups hier



gerade auch im Bereich der Internationalisierung. Wir haben nicht den Anspruch, als KölnBusiness in die Welt zu gehen, sondern wir vertreten den Standort Köln, und das machen wir am besten gemeinsam. Denn dann entwickeln wir eine gute Schlagkraft, entwickeln die Kompetenz, zeigen die Kompetenz nach außen und sind dann auch für internationale Akteure viel besser wahrnehmbar.



trifft. Ich finde auch die „Jeck n Tech“ potenzialträchtig, sie ist jung, aber sie steht für so etwas, was für den Standort Köln spricht: Die Ausgeschlossenheit, die kontaktfreudig, die Aufgeschlossenheit, die Toleranz. Ein Event, das auch nur in Köln stattfinden kann. Es gibt aber auch noch viele weitere Netzwerk-Events.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wo siehst du die Region Köln in fünf bis zehn Jahren?

in Köln willkommen geheißen – auszubauen, sind wir erst mal resilient, auch für den Fall, dass tatsächlich eine weitere Krise kommt. Dadurch, dass wir im Rheinland eine eigene starke Wirtschaftskraft haben, die wir dann international vernetzen, sehe ich uns – wenn man den Start-up-Standort sieht – etabliert an der deutschen Spitze.

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT DANIEL WAUBEN, CHEMCOLOGNE E.V.



“

Als Branchenverband der Chemieindustrie ist uns am Austausch mit Hochschulen gelegen. Wir sind gerne dabei, um Hochschulen mit der Chemieindustrie zu vernetzen.

Daniel Wauben,
Geschäftsführer,
ChemCologne e.V.

”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Mona Mensmann und Prof. Dr. Kai Buehler mit Daniel Wauben, Geschäftsführer bei ChemCologne, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Kai Buehler: Wir starten mit der typischen Frage aus der Gründerszene: Wer bist du und was machst du?

Daniel Wauben: Mein Name ist Daniel Wauben. Ich bin seit sieben Jahren Geschäftsführer bei ChemCologne. Vorher habe ich sechs Jahre bei ChemCologne gearbeitet, also bin ich inzwischen 13 Jahre in Köln und fühle mich hier auch sehr wohl.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Die ChemCologne ist das Netzwerk der chemischen Industrie im Rheinland. Was macht die ChemCologne, um die Wettbewerbsfähigkeit der Chemie-Region Rheinland weiterzuentwickeln und sie bei Investoren bekannter zu machen?

Daniel Wauben: Wir machen zwei Dinge: Das erste ist Standortmarketing im In- und Ausland. Wir wollen ausländische, aber auch inländische Investoren in unsere Region bekommen. Wir haben dazu reichlich Fläche in den Chemie-Parks hier in der Region, denn wir sind die stärkste Chemie-Region in Europa. Das weiß der Kölner nicht so, im Kölner Umland ist das vermutlich eher bekannt. Unsere Region erstreckt sich von Aachen bis Wuppertal, Krefeld und Bonn. Wir haben „Cologne“ im Namen, weil man damit im Ausland besser werben kann als mit dem Begriff „Rheinland“. Die zweite Aktivität ist das Netzwerken, was seit Jahren immer mehr zunimmt. Wir wollen unsere Unternehmen wettbewerbsfähig halten, indem wir sie zu bestimmten Themen in verschiedensten

Veranstaltungs-Formaten miteinander vernetzen. Das kann technischer Natur sein, beispielsweise zum Thema Energiemanagement, oder auch Kommunikationsthemen.

Prof. Dr. Kai Buehler: Wie können Unternehmen und Start-ups voneinander profitieren?

Daniel Wauben: Wir vernetzen seit etwa fünf Jahren Start-ups mit der Chemieindustrie. Dabei haben wir Start-ups gepusht, die ihre Idee vorgestellt haben und die dann in Kontakt mit den Chemieunternehmen gekommen sind. Wir haben aber festgestellt, dass die Unternehmen in den Bereichen Nachhaltigkeit, zirkuläre Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung oder Energiewende besondere Herausforderungen haben, wo es Sinn macht, sie aus dem eigenen Saft herauszuholen. Mit ChemTelligence haben wir versucht, das aufzulösen. Heißt, wir haben eine Online-Plattform geschaffen, wo Unternehmen ihre Challenges aus den verschiedensten Bereichen von externen Leistungsanbietern lösen lassen. Hier richten wir uns vor allen Dingen auch an die Hochschule, also an Wissenschaftler. Auch Studierende können sich bewerben. Die letzte Gruppe, die wir ansprechen, sind bereits bestehende Industrie-Experten, die auch auf das Format aufmerksam werden. Allerdings wollen wir tatsächlich eher den Draht zu Gründerinnen und Gründern und zu den hochschulnahen Einrichtungen suchen.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Ergeben sich aus den Challenges denn auch tatsächlich weitere Zusammenarbeiten?

Daniel Wauben: Wir haben mit ChemTelligence im letzten Jahr zwölf Chal-

lenges online gestellt und begleiten nun den Prozess. Je mehr Interesse an dem Thema der Challenge ist, desto mehr kommt auch raus. Wir wissen ganz genau, dass einige Challenges sehr gut laufen, manche nicht ganz so gut, aber wir sind bei allen in einer gewissen Weise vorangekommen und wissen, dass bei zwei Unternehmen die Arbeiten fortgesetzt werden und es in ein Pilotprojekt übergeht. In dem Fall war es tatsächlich auch ein Kölner Start-up, was uns sehr gefreut hat, da wir damit in der Region eine Win-win-Situation geschaffen haben. Also wir screenen nicht im Einzelfall, was aus den Challenges wird, das ist Sache der Unternehmen, die die Challenges geben. Aber wir kriegen am Rande mit, dass da, wo es sehr gut gelaufen ist, die Zusammenarbeit fortgesetzt wird.

Prof. Dr. Kai Buehler: Welche neuen Start-up-Ideen aus der Chemiebranche sind besonders wichtig für die Zukunft?

Daniel Wauben: Wir merken, dass Aktivitäten um das Thema Nachhaltigkeit, Energie-Themen und Kreislaufwirtschaft ganz wichtig sind und diese Gründungen zunehmen. Es gibt immer bestimmte Zyklen. Vor einigen Jahren war das Thema Augmented Reality/Mixed Reality für die Industrie wichtig, für Fernwartung, also um in der Anlage von zu Hause denjenigen anzuleiten, der die Anlage reparieren kann. Dann war Künstliche Intelligenz das Thema, und jetzt habe ich das Gefühl, dass das Thema Nachhaltigkeit, CO₂-Reduktion und Kreislaufwirtschaft eine große Rolle spielt.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Gibt es viele neue Start-ups im Chemie-Bereich oder gibt es zu wenig neue Gründungen?



Daniel Wauben: Ich glaube nicht, dass es zu wenig gibt. Viele Start-ups haben die Chemieindustrie erst mal gar nicht als Kunden im Visier. Wir stellen immer wieder fest, dass es tolle Ideen gibt, bei denen die Start-ups aber erst einmal an andere Industrien denken. Bei unserem letzten Kooperationsvertrag hatten wir eine innovative Pumpen-Technologie, die jetzt seit zwei, drei Jahren auf dem Markt ist. Die hatten Klärwerke von städtischen Einrichtungen auf dem Schirm, aber nicht die Chemieindustrie, die ihre Klärwerke selbst betreibt und somit auch eine potenzielle Kundschaft ist. Da stellen wir also immer wieder fest, dass wir da nicht immer im Fokus sind. Es gibt also nicht zu wenig, aber es fehlt das Bewusstsein, dass hier eine starke Chemie-Region existiert. Außerdem braucht man in der Chemiebran-

Daniel Wauben: Die ChemCologne hat 2017 an der Uni Köln damit begonnen, die Start-up-Szene mit der Chemieindustrie zu vernetzen. Bei den Kooperationstagen steht das Netzwerken im Vordergrund. Es ist besonders für Start-ups und Business-People unglaublich wichtig, die richtigen Leute zu treffen und kennenzulernen, und da wollen wir mit dem Kooperationstag die Plattform sein und den Hochschulen und den Start-ups die Möglichkeit geben, mit uns, der Chemieindustrie, in Kontakt zu kommen.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Der Kooperationstag richtet sich auch an Studierende. Wie ist die Resonanz der Studierenden auf dieses Netzwerk?

Daniel Wauben: Tatsächlich ausbaufähig. Das merken wir auch in

Prof. Dr. Kai Buehler: Wie schafft es das Rheinland, die stärkste Chemie-Region Europas zu bleiben?

Daniel Wauben: Ich glaube, der Vorsprung, den wir haben, hat sehr viel mit euch zu tun, der Hochschullandschaft. Mit der Innovationskraft, die ich erwähnte, glaube ich auch, dass wir hier viele Headquarters haben. Das ist, glaube ich, auch sehr wichtig: dass Entscheidungen hier getroffen werden, dass Forschungseinrichtungen hier sind, die mit den Hochschulen kooperieren und sich befruchten. Ich glaube, dass das in anderen Regionen nicht so stark ausgeprägt ist, was ein deutlicher Wettbewerbsvorteil ist. Das hat Deutschland immer ausgezeichnet und da funktionieren wir als Innovationsmotor besonders hier im Rheinland, und das wird auch so bleiben.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Warum unterstützt du »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen?

Daniel Wauben: Das hat damit zu tun, dass ChemCologne nicht nur eine Brancheninitiative von Chemieunternehmen ist, sondern wir haben viele weitere Unterstützer: den Arbeitgeberverband, die chemienahen Dienstleister, die Gewerkschaften, eine Bezirksregierung und natürlich die Hochschulen. Deswegen sind uns gerade auch die Hochschuleinrichtungen in Köln sehr nah, und da wollen wir natürlich dranbleiben und zusammenarbeiten. Dadurch ist es für uns ganz klar, dass wir »Fit for Invest« gerne mit unterstützen.

Prof. Dr. Kai Buehler: Wie können sich »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen und die ChemCologne weiter gemeinschaftlich unterstützen?

Daniel Wauben: Wir können uns mit weiteren Formaten und Themen befruchten. Netzwerken ist das A und O und wir wollen ein Netzwerkpartner sein. Ich selbst als ChemCologne versuche unseren Unternehmen, Hochschulen und Partnern eine Tür aufzumachen und sie zusammenzubringen. Ich finde, das ist enorm wichtig, und da gilt es ja auch, nicht parallel zu laufen, sondern wirklich miteinander und zu teilen. Das ist nicht immer einfach, aber man muss Mittel und Wege finden. Und ich glaube, in Köln funktioniert das eigentlich ganz gut.



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Buehler, Prof. Dr. Mona Mensmann, Daniel Wauben

che einen langen Atem. Die Chemieindustrie ist sehr sicherheitsbehaftet und da gibt es viele Vorschriften und Normen und man muss genau schauen, dass man entsprechend agiert. Da muss man zusammen finden und das dauert oftmals. Ich glaube, daher ist die Chemieindustrie für die Start-up-Szene ein bisschen langsamer als vielleicht andere Industrien. Aber ich bin der Meinung, dass sich das durchaus öffnet und dass wir zu immer mehr Kooperation kommen.

Prof. Dr. Kai Buehler: Einmal im Jahr findet der ChemCologne-Kooperationstag an einer Hochschule der Region statt. Was ist das Ziel dieses Formats?

Gesprächen bei ChemTelligence, wo wir auch versuchen, die Studierenden mit einzubeziehen. Ich glaube, viele sehen sich noch etwas weiter weg von den Themen. Chemie ist sehr speziell und nicht ganz so hip. Wir haben schon den einen oder anderen Studenten da, aber nicht in der großen Menge. Man muss aber auch fairerweise sagen, dass sie nicht die Zielgruppe Nummer eins sind bei den Kooperationstagen. Aber wir merken schon, dass man durchaus mehr Studierende motivieren könnte, bei uns mitzumachen, weil ich glaube, dass man nicht früh genug damit anfangen kann, Kontakte in die Berufswelt oder zu potenziellen Arbeitgebern zu knüpfen.

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT PHILIPP TÜROFF, 1. FC KÖLN



“

Ich unterstütze die Initiative »Fit for Invest«, weil sie wichtig und richtig ist. Insbesondere legt sie den Fokus auf die weitere Zukunft. Es ist nicht immer leicht, dafür zu sorgen, dass die großen Linien in die Zukunft gelegt werden, und diese Initiative macht genau das – deswegen bin ich dabei.

Philipp Türoff,
kaufmännischer
Geschäftsführer,
1. FC Köln

”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Marc Prokop und Sophia Haski mit Philipp Türoff, kaufmännischer Geschäftsführer des 1. FC Köln, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wir starten mit der typischen Frage aus der Gründerszene: Herr Türoff, wer sind Sie und was machen Sie?

Philipp Türoff: Philipp Türoff, 45 Jahre alt, Vater von zwei entzückenden Kindern. Ich sitze hier heute als Geschäftsführer des 1. FC Köln, im Speziellen verantwortlich für die kaufmännischen Bereiche. Und das mache ich seit Januar dieses Jahres, also sehr frisch und mit vielen ersten Eindrücken von der neuen Aufgabe.

Sophia Haski: Warum haben Sie sich für den 1. FC Köln und die Region Köln entschieden?

Philipp Türoff: Vor dem 1. FC Köln habe ich einige Jahre für das Familienunternehmen Birkenstock gearbeitet, das in der Region ansässig ist. Insofern kenne ich die Region schon ganz gut. Die Entscheidung für den 1. FC Köln hat auch ganz klar damit zu tun, dass wir uns hier als Familie sehr, sehr wohlfühlen. Warum der 1. FC Köln? Es ist für mich in meiner Laufbahn das vierte Mal, dass ich wieder die Branche wechsle. Eine besondere Herausforderung ist immer der Reiz des Neuen, der mich antreibt. Aber es gibt auch große Gemeinsamkeiten zu solchen Marken-Unternehmen wie Birkenstock, Red Bull oder auch SAP, wo ich vorher in meiner Laufbahn tätig gewesen bin. Der 1. FC Köln ist, abstrakt gesprochen, auch eine sehr starke und vitale Marke. Und aus dieser Stärke einer Marke Potenziale abzuleiten und diese Er-

gebnisse auch zu organisieren, das ist eigentlich das, was mich antreibt. Dann will ich aber auch nicht verhehlen: Mein ganzes Leben bin ich auch Sportler gewesen, habe immer auch den Fußball geliebt. Aber nur für die Liebe zum Fußball hätte ich nicht so eine berufliche Entscheidung getroffen, ich gucke dann schon weiter dahinter: Was will ich mit meiner Arbeit machen und auch bewirken, und betrachte besonders auch den unternehmerischen Teil. Trotzdem spielt natürlich eine große Rolle, dass es der Sport ist, und das macht sehr viel Freude.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wie kam der FC dazu, den „HYPE Spin Accelerator“ ins Leben zu rufen?

Philipp Türoff: Das ist eine Frage, die etwas weiter jetzt in die Geschichte zurückgeht, in der ich noch nicht Teil des 1. FC Köln war. Aber es ist ein gutes Beispiel für das, was beim 1. FC Köln auf dem Weg ist, den ich mitbegleiten kann. Es ist gewachsen aus der Erkenntnis, dass man sich transformieren muss, dass Veränderungen auf den Verein und auf das Geschäftsmodell Fußball zukommen. Mit dem „Accelerator“ hat man einen Weg geschaffen, der auf der einen Seite das Ziel verfolgt, dass der 1. FC Köln sich auch als innovationskräftig positionieren kann. Es hat was mit dem 1. FC Köln selbst zu tun, aber auch damit, anderen Gründern zu helfen, eine Lernkurve und beiderseitig Win-win zu erzeugen, also neuen Unternehmen zu helfen und dem 1. FC Köln die richtigen Impulse zuzuführen. Aus diesen Aktivitäten ist auch vieles an Zusammenarbeit erwachsen. Es gibt Unternehmen aus diesem Accelerator, die dann zu Partnern geworden sind, wo eine sehr fruchtbare Zusammenarbeit entstanden ist, die den FC besser gemacht hat.

Sophia Haski: Was kann ein Profifußballclub konkret für junge Unternehmen in der Region tun?

Philipp Türoff: Der 1. FC Köln hat natürlich eine große Reichweite in der Region selbst. Das heißt: Wenn irgendwo gute Ideen sind, kann er kommunizieren und diese Strahlkraft nutzen – auch, um Unternehmen zu helfen. Zweitens das Thema Netzwerk: Bei den Fußball-Festen, die wir organisieren, sind unheimlich viele Unternehmer aus der Region selbst, aber auch Vorsteher von Behörden, Fachleute aller Art, die sich versammeln. Man kann Netzwerken sehr aktiv organisieren. Aber ich sehe auch, dass das Geschäftsmodell 1. FC Köln in einem für alle intuitiv erfassbaren, intensiven Wettbewerb auch immer ein Vorbild ist. Wie behauptet sich eine solche Organisation im Wettbewerb, und zwar noch in einem Wettbewerb, wo klar ist, dass nach Abpfiff eines Spiels das nächste wieder bei 0:0 beginnt? Also Wettbewerb, der an jedem neuen Spieltag ganz von vorne anfängt. Wie geht man damit um? Wie geht man mit Krisen um? Jeder weiß es, in Köln wahrscheinlich ganz besonders: Es gibt immer ein Auf und Ab, und dann ist so ein Verein, die entsprechende Führung und die Organisation ein Orientierungspunkt für neue Gründer, um zu sehen: Wie wage ich mich da raus in meinen Markt, wie behaupte ich mich und welche Fähigkeiten brauche ich? Und da ist beim FC doch ganz viel da, woran die sich orientieren können. Insofern finde ich, der Fit ist sehr passend.

Prof. Dr. Marc Prokop: Warum ist die gute Verbindung zu den Kölner Hochschulen insbesondere im Projekt »Fit for Invest« für Sie als



Geschäftsführer des 1. FC Köln wichtig?

Philipp Türoff: Wenn wir in den Fokus nehmen: Was will diese Initiative? Sie will Gründer unterstützen, sie will auch Erfolg organisieren. Dann spielen die Hochschulen eine entscheidende Rolle dabei, auch diese Potenziale, diese Talente hervorzubringen, die dann diesen Schritt wagen. Also insofern sind die Hochschulen ein wichtiger Spieler. Es ist zweitens immer die Verbindung von Theorie und Praxis, die auch an so einem Beispiel, wenn etwas ganz Neues startet, ge-



Philipp Türoff

lebt wird. Besonders reizvoll finde ich auch noch die Verbindung, dass es hier vier Hochschulen in Köln sind, die sagen: Wir haben hier gemeinsam etwas geschaffen, was sinnvoll ist. Das ist eine besondere Stärke. Aber die einfache Antwort ist eher: Theorie und Praxis gehören zusammen, um draußen zu bestehen. Und wenn dann die Hochschulen die jungen Talente hervorbringen, die diesen Schritt wagen müssen, dann ist das ganz klar ein wichtiger Player.

Sophia Haski: Sie führen die Geschäfte des 1. FC Köln und wissen daher, welche Eigenschaften ein Unternehmer mitbringen muss. Was müssen denn junge Unternehmer leisten, um ihr Geschäftsmodell erfolgreich am Markt etablieren zu können?

Philipp Türoff: Man braucht sehr vielseitige Eigenschaften, weil Erfolg zu haben immer wieder damit zu tun hat, bestimmte Hürden zu überwinden. Und die liegen für einen Unter-

nehmer in völlig unterschiedlichen Bereichen, je nachdem, welches Geschäftsmodell das ist. Da hilft eine gute Ausbildung, um fundierte theoretische Kenntnisse mitzubringen, an denen sie sich orientieren können, und die Unterstützung in der Praxis, aber ganz entscheidende Kriterien sind auch die, für die der Sport im Besonderen steht: Wille, Durchhaltevermögen, Disziplin, Beharrlichkeit, und ich persönlich würde auch sagen, ein besonders guter Mix aus wann höre ich zu und stelle auf Empfang und lerne und wann lasse ich mir aber auch nicht von allen Schlauber-

gern dieser Welt reinreden, glaube an mein Geschäftsmodell und gehe einen größeren Schritt, denn nur mit ganz langsamem Vortasten und im riesigen Sicherheitsbedürfnis kann man Unternehmen nicht gründen. So gesehen können wir beim FC viel beitragen. Ich selbst erlebe das in meiner Rolle ganz genauso: Wer Erfolg organisieren will, muss immer im richtigen Moment das richtige Maß finden aus all diesen vielseitigen Eigenschaften.

Prof. Dr. Marc Prokop: Für wie wichtig halten Sie es, im eigenen Unternehmen eine eigene Innovationsabteilung und einen Innovationsmanager zu haben?

Philipp Türoff: Ich halte es für extrem wichtig, dass dieser Geist im Unternehmen ist, dass diese Haltung da ist, dass die Unternehmenskultur geprägt ist davon, dass Innovation Gewicht hat, Raum und Aufmerksamkeit braucht. Die Abteilung an

sich ist für mich an der Stelle nur ein Instrument. Ich halte es nicht per se für wichtig, dass es eine Abteilung sein muss. Das hängt davon ab, welchen Reifegrad die Organisation an sich hat. Und damit möchte ich vor allen Dingen den Gedanken anregen: Bloß weil jemand eine Abteilung hat, wird er nicht innovativ. Das ist das Entscheidende. Die Abteilung kann ein solches Instrument sein, wenn sie sich entsprechend in der gesamten Haltung des Unternehmens ausprägt. Aber da, wo Entscheidungen getroffen werden, muss Innovation die richtige Rolle spielen, die richtige Stimmung haben, die richtige Aufmerksamkeit bekommen. Und wie man das macht, darauf werden Unternehmer sehr unterschiedliche Antworten geben. Aber die Wichtigkeit von Innovation im übergeordneten Kontext, dass wir uns auch hier in diesem Land, in dieser Region, in dieser Stadt unseren Wohlstand immer wieder neu verdienen müssen, ist eine ganz wichtige Erkenntnis. Und wer das verinnerlicht, erkennt auch die Bedeutung von Innovation. Und der wird sie dann auch richtig organisieren.

Sophia Haski: Was wünschen Sie sich für die Start-up-Region Köln?

Philipp Türoff: Ich kann daran anschließen, an das, was ich gerade gesagt habe: Den Wohlstand neu verdienen bedeutet, dass wir erkennen müssen, dass mindestens die Hälfte unserer Kinder bei Firmen arbeiten wird, die es heute noch nicht gibt. Und da wünsche ich mir, dass Köln es schafft. Als Stadt, als Region im kleineren Rahmen, aber auch im Größeren gefasst als Teil der Metropolregion Rhein und Ruhr gibt es da Aufgaben zu bewältigen, und da steht diese Initiative wirklich für ein tiefes Verständnis dieser Notwendigkeit, da werden die Ärmel hochgekrepelt und ich wünsche mir, dass das gelingt, so schnell wie es geht und so erfolgreich, wie es geht.

Prof. Dr. Marc Prokop: Welche Rolle spielen die Kölner Hochschulen für Sie in der Gründerszene?

Philipp Türoff: Ich selbst bin ja nicht in Köln zur Hochschule gegangen. Aber ich weiß, wie prägend diese Zeit für einzelne Menschen ist, um sich



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Sophia Haski, Phillip TÜroff

zu orientieren. Insofern spielen die Hochschulen eine sehr bedeutende Rolle. Ein bisschen mehr Bezug habe ich jetzt aus meinen ersten Monaten beim FC zur Sporthochschule, die ja in der Nähe des Stadions ist, aber auch inhaltlich mit uns an der einen oder anderen Stelle verwoben ist. Und da kann ich nur sagen, aus dem, was ich sehe und höre, wie fruchtbar diese Zusammenarbeit ist, wie viel man gegenseitig voneinander lernt, wie hier Theorie und Praxis sich wechselseitig befruchten. Und wenn ich diese Energie übertrage auf das, worüber wir hier bei »Fit for Invest« sprechen, also auf die jungen Menschen, die genau diesen Spagat hinkriegen müssen und dazu den Mut und die Disziplin, ein eigenes Geschäftsmodell auf die

einzuordnen. Und deswegen sollten Hochschulen auch gar nicht nur in der Phase, auf die ich mich jetzt in meiner Antwort immer bezogen habe – junge Menschen ausbilden und dann ins Berufsleben oder in das Gründerleben entlassen – eine Rolle spielen, sondern Hochschulen müssen da heutzutage viel weiter solche Unternehmen begleiten und dieses lebenslange Lernen organisieren. Und da können solche Initiativen, über die wir hier sprechen und die wir hier gemeinsam bewegen, eine große Rolle spielen.

Sophia Haski: Welche Rolle hat Ihre eigene Hochschule in Stuttgart für Sie und Ihre berufliche Laufbahn gespielt?

Phillip TÜroff: Es war eine Lebensphase, in der letztendlich in mir schon angelegt war, was mich interessiert und was mich umtreibt. Ich habe einen betriebswirtschaftlichen Studiengang gewählt, der aber technisch orientiert war. Das bedeutet, die Hochschule in Stuttgart hat mir schon im Studium unheimlich viel Zugang zu diesen Ingenieurwissenschaften, die da in Stuttgart auch sind, gegeben. Und das hat mir in erster Linie Orientierung gestiftet. Und zwar nicht abstrakt die Hochschule selbst, sondern auch einzelne Professoren. Da geht es auch um Menschen, die senden und von denen man viel Orientierung gewinnen kann. Also Orientierung ist das führende Wort, und ich würde auch sagen, Grundlagenwissen. Aber aus dieser Freiheit der Lehre gerade an Universitäten heraus habe ich auch gelernt, dass eigener Antrieb da sein muss, um meine Ziele zu erreichen, um zu erkennen, was mich interes-

siert. Und das war nicht der Lehrplan, der mir vorgab, was mich zu interessieren hat, sondern ich habe auch gelernt: Wenn du was werden willst und was bewegen willst, musst du dich auch selbst organisieren können und deinem eigenen Kompass folgen. Und das habe ich der Hochschule Stuttgart auch zu verdanken. Ich bin mir sehr sicher, dass viele andere das auch leisten. Aber da haben sie mir auf jeden Fall einen deutlichen Schritt weitergeholfen. Ich bin ganz anders aus der Hochschule rausgegangen, als ich reingegangen bin.

Prof. Dr. Marc Prokop: Warum unterstützen Sie »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen?

Phillip TÜroff: Weil ich das für richtig halte. Weil ich die Ziele, die sich diese Initiative gesetzt hat, als hochessenziell ansehe. Man beschäftigt sich wirklich mit Zukunft. Und das darf ich mit diesem sehr Tagesgeschäft-geprägten Job, den ich im Fußball auch habe, sagen. Diese Initiative legt den Blick in die weitere Zukunft, setzt genau da an, wo die jungen Leute an einer ganz wichtigen Schwelle stehen, wo es unheimlich viel Mut braucht, den Schritt auch zu gehen. Wir brauchen diese Unternehmen. Und da ist eine ganz tiefe Überzeugung, dass wenn ich die Gelegenheit habe, ein Teil davon sein möchte und meinen Beitrag leisten. Insofern ist das eine ganz klare Antwort: Weil es richtig ist, weil es wichtig ist. Und deswegen bin ich dabei.



Phillip TÜroff

Beine zu stellen, ist da eine Kooperation von Hochschulen und der Praxis, die man nicht hoch genug einordnen kann. Und im Übrigen sind Hochschulen natürlich immer auch ein Instrument, um diese vielseitigen Entwicklungen, diese dynamischen Entwicklungen, die hier überall auf der Welt passieren, auch entsprechend

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT ZERRIN BÖRCEK, FEMALE INNOVATION HUB, TERESA AI



“ Ich bin gerne dabei, weil das Wissen über Finanzen wichtig ist, wenn es um Gründungen geht. Dafür die Sensibilisierung zu schaffen bietet »Fit for Invest«.

Zerrin Börcek,
CEO und Geschäftsführerin
von fe:female Innovation Hub
und Teresa.AI ”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Mona Mensmann und Dr. Marc Prokop mit Zerrin Börcek, CEO und Geschäftsführerin von fe:female Innovation Hub und Teresa.AI, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.



Zerrin Börcek

Prof. Dr. Marc Prokop: Wir starten mit der typischen Frage aus der Gründerszene: Zerrin, wer bist du und was machst du?

Zerrin Börcek: Ich bin Zerrin Börcek, komme aus Düsseldorf und bin leidenschaftliche Gründerin, CEO und Geschäftsführerin von fe:female Innovation Hub und Teresa.AI.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Als Absolventin der RWTH Aachen in einem

technischen Bereich kennst du aus eigener Erfahrung ein Studium unter Männern. Hattest du das Gefühl, dich als Frau besonders beweisen zu müssen?

Zerrin Börcek: Während des Studiums hatte ich nicht das Gefühl, dass ich mich beweisen musste, weil ich sehr gut angekommen war in meinem Studium und die Liebe zur Technik einfach so groß war, dass ich ein Teil der Community und der Kommilitonen war.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wie hat sich die Rolle der Frau im Berufsleben in den vergangenen Jahren verändert?

Zerrin Börcek: Zum Positiven! Denn Frauen sind gut im Berufsleben angekommen und finden relativ schnell ihre Position. Wobei das Problem der „gläsernen Decke“ immer noch vorhanden ist. Was Frauen besser können, ist, dass sie besser untereinander netzwerken und dass sie unterstützt werden, dass sie Mentorinnen finden, um sich dann nach vorne zu bewegen und den nächsten Karriereschritt zu wagen.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Was hat dich dazu bewogen, selbst ein Unternehmen zu gründen und dich als Business Coach für Frauen zu spezialisieren?

Zerrin Börcek: Ich habe verschiedene Erfahrungen in der Männerdomäne gemacht. Ich habe im Elektronik-Bereich und im Maschinenbau gearbeitet und wurde durch meine beiden Chefs als Mentor begleitet und relativ schnell auch in eine Führungsposition gebracht. Bei anderen habe ich das aber auch anders beobachtet und gesehen: Hier passiert etwas, was nicht richtig gestellt ist. Das System ist nicht

so entwickelt, dass Frauen dort ihre Position finden und sich nach vorne bewegen können. Auf der einen Seite habe ich Frauen erlebt, die männliche Rollen übernommen haben, auf der anderen Seite habe ich Frauen erlebt, die hochkompetent waren und sich zu klein gemacht haben. Das hat mich sehr gestört und ich habe überlegt: Was kann man denn dagegen tun oder dafür tun, dass Frauen besser ankommen? Dann habe ich zwei Coaching-Ausbildungen gemacht, um Fragen stellen zu können und Techniken und Methoden zu erlernen. Der Vorteil war, dass ich mich dadurch selber kennengelernt habe und dann anderen Frauen das Selbstbewusstsein geschenkt habe.

Prof. Dr. Marc Prokop: Als Gründerin des fe:female Innovation Hub unterstützt du Frauen bei der Startup-Gründung. Welche besonderen Herausforderungen kommen auf Gründerinnen und weibliche Führungskräfte zu?

Zerrin Börcek: Das Thema Finanzen rückt immer mehr in den Vordergrund. Es ist wichtig, dass bei Gründungen die Idee richtig initiiert wird, sie sich entfalten kann und durch das Netzwerk, Partnerschaften oder Kunden wächst. Auf der anderen Seite liegt die Herausforderung im Bereich der Finanzen, wo auch sehr viel passiert und worüber ich sehr glücklich bin. Was mir aber ein wenig fehlt, ist, dass Frauen sich weniger mit Finanzen beschäftigen. Und das ist genau der Punkt, wenn Selbstständigkeit ansteht oder Gründung, dass frau sich auf alle Fälle mit Zahlen, Daten und Fakten auskennen muss. Denn es ist nicht nur die Vision, sondern es sind auch manchmal die Steps und die harten Fakten, die da auf den Tisch müssen. Und dann muss auch der



Finanzplan stimmen, zumindest der Weg muss klar sein, um erfolgreich werden zu können.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Mit deiner Gründung von Teresa.AI hast du eine weitere Zielgruppe, also Senioren, ins Blickfeld gerückt. Glaubst du, dass auf diesem Gebiet durch neue Ideen und Gründungen Vorteile und Verbesserungen geschaffen werden können?

Zerrin Börcek: Ja, unbedingt. Ich erlebe dadurch, dass ich mich zurzeit immer mehr vertiefe im Bereich AgeTech und SeniorTech, dass ältere Menschen

Manchmal auch Dinge nicht perfekt zu machen, sondern wie es auch im Berufsleben ist, 80:20. Da bekommt man die besten Ergebnisse. Das habe ich auch im Berufsleben so erfahren, so kann man auch eine Idee oder einen Geschäftsbereich besser entwickeln. Nicht perfektionistisch sein, also einfach mal machen und gestalten und initiieren, um dann neue Ideen zu haben, wie es weitergehen kann.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Mit Women Entrepreneurs in Science (WES) startet ein Projekt mit dem Ziel, ein

bringe dich bis zu der Stelle, wo mein Wissen auch reicht. Und dann gibt es die nächste Stelle, denn ich bin sehr begeistert über die Infrastruktur, über die wir vor allem in NRW verfügen, um erfolgreiche Gründungen zu initiieren. Und besonders im wissenschaftlichen und akademischen Umfeld passiert sehr viel und die Infrastruktur ist da, die Finanzierung ist gesichert, und da müssen die Studentinnen nur noch auf die Wege gebracht werden.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Was würdest du dir in der heutigen Gründerszene wünschen?

Zerrin Börcek: Ich wünsche mir die Stärkung der Community, die Energie-Bündelung und dass wir uns besser untereinander vernetzen und zunächst im Sinne der Gründungsinteressierten agieren und im nächsten Schritt dann schauen: Wo ist die nächste Stelle, zu der eine Gründerin gehen muss, um dann mit ihrer Idee, mit ihrem Start-up weiter voranzukommen?

Prof. Dr. Marc Prokop: Warum unterstützt du »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen?

Zerrin Börcek: Weil ich das Thema Finanzen sehr wichtig finde. Ich habe mich sehr gefreut, als du mich gefragt hast, ob ich ein Teil von »Fit for Invest« werden möchte. Ich bin gerne ein Teil einer Community und einer Gemeinschaft, wenn es thematisch vor allem nicht nur mich interessiert, sondern auch meine Community, die dann auch davon profitieren kann.



mehr Zugang zur Digitalisierung haben möchten. Allerdings haben sie das Problem oder diesen festen Glaubenssatz in sich, dass sie etwas kaputt machen könnten. Wenn wir es schaffen, das aus ihnen rauszubekommen, glaube ich, dass das auch eine große Hilfestellung werden kann. Wobei ich auch beobachte, dass es schon große Hilfestellungen gibt im Bereich Pflege und Dokumentation, aber auch allgemeine digitale Alltags-Helfer. Ob es Senioren-Handys sind oder Senioren-Tablets, wo Informationen auf einfache Art und Weise seniorenfreundlicher und intuitiver dargestellt werden, sodass Senioren den Zugang schneller bekommen und das auch in ihren Alltag integrieren. Gleichzeitig ist es auch gut für die Angehörigen oder Pflegeheime, dass sie dadurch diese Unterstützung bekommen.

Prof. Dr. Marc Prokop: Würdest du gründungsinteressierten Frauen andere Ratschläge geben als Männern und wenn ja, welche?

Zerrin Börcek: Ja, dass sie mutig sein dürfen und müssen und den Schritt wagen, in die Gründung zu gehen.

Netzwerk für gründungsinteressierte Frauen der NRW-Hochschulen aufzubauen. Welche Rolle könnte »Fit for Invest« dabei spielen?

Zerrin Börcek: Finanzen schreiben wir ganz groß. Das ist der nächste Step. Ich versuche das auch im Team immer mehr zu integrieren, dass wir auch über Finanzthemen sprechen und dass ein Bewusstsein dafür geschaffen werden muss. Viele Gründerinnen wissen zwar, dass sie sich auch im Bereich Finanzen stärken müssen. Aber es braucht Formate und Know-how, das von der richtigen Stelle vermittelt wird, vielleicht einer Wissenschaftlerin oder einer Studentin. Ich glaube, da könnte »Fit for Invest« eine wichtige und richtige Rolle spielen.

Prof. Dr. Marc Prokop: Wie können wir mehr Frauen für Gründungen begeistern?

Zerrin Börcek: Indem wir ihnen mehr Anlaufstellen bieten und sie nicht festbinden, wenn wir gerade mal eine Gründerin entdeckt haben. Ich glaube, das ist ganz, ganz wichtig. Zu sagen: Ich reiche dir die Hand und



»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT MATTEA BRENIG & FREDERIK PLESCH, ENTREPRENEURS CLUB COLOGNE



“

Uns gefällt an »Fit for Invest«, dass sich die Initiative für die Gründungskultur in Köln einsetzt und Gründerinnen und Gründern unglaublich viel Unterstützung bietet.

Mattea Brenig und Frederik Plesch,
Entrepreneurs Club
Cologne (ECC)

”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Kai Buehler und Prof. Dr. Kai Thürbach mit Mattea Brenig und Frederik Plesch, Entrepreneurs Club Cologne (ECC), über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wir starten mit der typischen Frage aus der Gründerszene: Wer seid ihr und was macht ihr?

Frederik Plesch: Ich bin Frederik. Ich bin aktuell Vorstandsvorsitzender im Entrepreneurs Club Cologne, kurz ECC.

Mattea Brenig: Ich bin BWL-Studentin an der TH Köln und im General Management des RHIVE aktiv. Kurze Erklärung an der Stelle: Was ist RHIVE? Wir sind eine Start-up-Konferenz in Köln und bei uns dreht sich alles um das Thema Start-ups, Innovation und Entrepreneurship. Bei der vergangenen Konferenz gab es viele spannende Keynotes, Diskussionsrunden, Workshops und ein Start-up-Village.

Prof. Dr. Kai Buehler: Wie seid ihr denn zum ECC gekommen und wie unterstützen euch eure Hochschulen dabei?

Mattea Brenig: Ich bin über Social Media auf den Verein aufmerksam geworden. Während meines Studiums an der TH hatte ich Module bei Professor Thürbach und er hat den Verein vorgestellt. Das war der Weg für mich zu ECC. Ich bin dann im Events-Resort gestartet und habe dann RHIVE angefangen. Inwiefern unterstützen uns die Hochschulen? Wir haben immer die Möglichkeit, den Verein in den Vorlesungen vorzustellen, was für uns natürlich auch eine super Möglichkeit ist, an Teilnehmerinnen oder an Mitglieder zu kommen.

Frederik Plesch: Ja, bei mir war es ähnlich. Ich hatte in meinem 5. Semester auch den Entrepreneurship-Schwerpunkt an der TH Köln und von ECC gehört, dann hab ich mir die Website angeschaut und mich angemeldet, kurz darauf bekam ich einen Anruf von dem ehemaligen Vorstand, der mich fragte, ob ich aktiv mitmachen möchte. Seitdem sind wir mittendrin. Und ich glaube, das war eine super Entscheidung.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was hat der ECC zu bieten?

Frederik Plesch: Einmal im Monat gibt es den Gründer-Abend. Dort laden wir zwei Gründerinnen und Gründer ein, die von ihrer Geschichte erzählen. Das Ganze ist ein lockerer Rahmen, da kann jeder hinkommen, der möchte, wir bieten Austausch, Inspiration und neue Perspektiven. Das Ganze kann man gerne auch intern unterstützen und bei uns im Verein mitmachen. Das ist ein bisschen Arbeit, aber wir bieten ein fantastisches Netzwerk und die Inspiration ist ein ganz großer Punkt. Ich weiß erst, seitdem ich im Verein bin, richtig, was ich machen möchte und kenne die Gründerszene seitdem, man lernt die verschiedenen Player kennen.

Prof. Dr. Kai Buehler: Auf eurer Internetseite steht: „Kein Bock auf Stillstand!“ Was meint ihr damit?

Mattea Brenig: Das verkörpert unseren Verein oder besser gesagt unsere Arbeitsweise ganz gut, denn wir sind motivierte Leute, die Lust haben, anzupacken und in der Gründerszene aktiv zu werden. Und wir wollen uns weiterentwickeln und nicht diesen Stillstand. Wir hinterfragen den Status quo und wollen uns immer weiterentwickeln – genau deswe-

gen verkörpert das ganz gut unsere Arbeitsweise.

Frederik Plesch: Ich würde auch sagen, dass wir alle gemein haben, dass wir ein bisschen ungeduldig sind. Ich glaube, das sind viele Gründerinnen und Gründer. Das gehört einfach dazu, dass man sich nicht damit zufriedengibt, dass andere ein Problem für einen lösen, sondern dass man sagt: Das muss schneller, besser oder effizienter gemacht werden können. Das macht uns, glaube ich, aus. Deshalb dieses „Kein Bock auf Stillstand“. Das ist tatsächlich auch cool. Deshalb kann ich wirklich nur dafür plädieren: Wenn die Zuschauer Lust haben, mitzumachen, sollen sie sich einfach an uns wenden. Jeder kann bei uns machen, soviel und sowenig er will. Man kann verschiedene Aufgabenbereiche ausprobieren, Erfahrungen sammeln, für die man irgendwie in einem Job deutlich länger brauchen würde. Bei uns gibt es eigentlich kein Risiko. Ich nenne mal ein Beispiel: Wenn ich vorher noch nie was mit Marketing am Hut hatte, kann ich ins Marketing-Resort des ECC gehen und mich dort mit allen Ressourcen, mit allem Knowledge weiterbilden und merke für mich: Okay, es ist was für mich oder halt nicht. Und deshalb, würde ich sagen, erleben die Leute, die sich wirklich engagieren, eine rasante Entwicklung.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wen möchtet ihr ansprechen? Gibt es einen speziellen Typ Gründerin oder Gründer?

Frederik Plesch: Dazu ist wichtig zu sagen, dass der Verein gar nicht nur aus Gründerinnen und Gründern besteht, sondern wir sind offen für jedermann, der einfach nur interessiert ist an der Szene. Wir haben Leute, die sagen: Ich will auf keinen Fall gründen, aber ich finde die jungen Leute in den



Start-ups inspirierend oder bin vielleicht auf der Suche nach einem Job in einem Start-up. Dann haben wir natürlich auch viele, die sagen: Ich werde auf jeden Fall irgendwann gründen.

mit denen sie ihre Ideen umsetzen und validieren können. Ganz konkret kann das irgendwie sein: Ich suche einen ITler an meiner Seite oder einen Co-Founder, mit dem ich mein



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Mattea Brenig, Frederik Plesch, Prof. Dr. Kai Buehler

Manche sind auch einfach offen und sagen: Ich weiß es noch nicht, aber mir gefällt einfach der Verein. Das heißt, wir sprechen erst mal jeden an, der engagiert ist und Lust hat, was zu machen. Wir sind ein ehrenamtlicher Verein, heißt also: Bei uns wird keiner bezahlt. Dann ist uns wichtig, dass wir Leute aus verschiedenen Fachrichtungen ansprechen. Wir sind natürlich hier auf das Rheinland, auf Köln spezialisiert, aber wir freuen uns vor allem immer sehr über Leute, die vielleicht nicht so wie wir zwei die typischen BWLer sind. Also klar, jeder ist herzlich willkommen, wie wir es ja auch waren, aber wir freuen uns natürlich auch immer, wenn Maschinenbauer kommen, ITler oder Medizinstudenten. Also wirklich jeder, der einfach nur was bewegen will und sich gerade engagieren will.

Mattea Brenig: Gerade diese Diversität bringt uns auch weiter, dass wir eben unterschiedliche Fachrichtungen vertreten können. Und das ist das, was uns ausmacht und was wir auch weiter fördern wollen.

Prof. Dr. Kai Buehler: Welches sind die häufigsten Themen, die an euch herangetragen werden, und welche Challenges kennt ihr?

Mattea Brenig: Ein wichtiges Thema, was wir auf den Events mitbekommen, ist, dass viele Leute zu uns kommen, weil sie ein Netzwerk suchen. Sie suchen Gleichgesinnte, mit denen sie sich austauschen können, Leute,

Ziel verfolgen möchte. Das sind die häufigsten Ziele, die an uns herangetragen werden.

Frederik Plesch: Ja, ich würde auch sagen: Es gibt viele Leute, die gründen wollen, aber vielleicht noch keine Idee haben. Der Austausch ist einfach toll. Wir haben die unterschiedlichsten Leute in verschiedensten Fachrichtungen, einige, die Verantwortung für ein großes Team haben und die Leute von den verschiedensten Netzwerken zusammenbringen. Das sorgt einfach dafür, dass man auch neue Ideen bekommt von Leuten, die gerade gründen oder den Gründer-Abenden.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was haben Kneiptour und Lasertag-Events mit Start-ups zu tun?

Frederik Plesch: Ganz viel. Ich glaube Start-up geht nicht ohne Kneiptour. Wir sind ein lockerer Verein. Das ist das Tolle bei uns. Wir sind hochschulübergreifend, sind unsere eigenen Chefs und sind durch Sponsoren finanziert. Wir sitzen im Startplatz, wo wir die Büroräume mieten oder nutzen dürfen. Das heißt, wir haben alles, was wir brauchen, um unsere Ideen umzusetzen, und sind frei. Wenn wir sagen wollen: Lass uns das mal ausprobieren, dann spricht generell nichts dagegen. Klar gibt es die offensichtlichen Rahmenbedingungen, dass wir keine Steuerhinterziehung begehen sollten oder Sonstiges, aber ansonsten ist das Tolle bei uns, dass wir kreativ sein können.

Mattea Brenig: Und der Fun-Faktor schweiß ja ein Team zusammen. Das ist natürlich auch das Wichtige, dass wir da auch mal in einem anderen Rahmen zusammenkommen. Da entstehen auch viele Ideen.

Prof. Dr. Kai Buehler: Im Rahmen des »FitforInvest«-Programms gibt es die Plattform Project Cologne, wo Studierende hochschulübergreifend und fachübergreifend an Challenges teilnehmen können. Wie findet ihr solche Initiativen?

Mattea Brenig: Wir finden solche Plattformen sehr gut, weil gerade Studierende in ihrem theoretischen Studienalltag nicht so oft diesen Praxisbezug haben und solche Challenges und Initiativen supporten das und geben dann Studierenden die Möglichkeit, auch ihre Potenziale richtig zu entfalten und mal in diesen Arbeitsalltag einzutauchen. Das ist superwichtig, gerade dass es hochschulübergreifend ist. Wir haben viele gute Hochschulen in Köln. Warum kann man sich nicht zusammenschließen und sich so mit anderen Studierenden austauschen von anderen Hochschulen, die fachrichtungsübergreifend sind? So entstehen die besten Ideen und deswegen supporten wir das total. Wir haben das so ähnlich mit unserem RHIVE Ideathon, der über zwei Tage geht. Die Mentoring Sessions und Coachings helfen, tiefer in das Thema einzusteigen.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Ihr organisiert die Netzwerk-Konferenz RHIVE. Wie kam es dazu und warum sollte man die RHIVE besuchen?

Mattea Brenig: 2019 haben sich ehemalige Vorstände und Mitglieder des Vereins zusammengeschlossen mit dem Entschluss, etwas Größeres zu machen. Die Gründer-Abende und Pitch-Nights haben viel Anklang gefunden und so ist 2019 die RHIVE entstanden.

Frederik Plesch: Und warum man das besuchen sollte, ist glaube ich klar: weil wir die coolste Start-up-Konferenz Deutschlands sind. Nein, im Ernst: Die letzte RHIVE hat im April stattgefunden, das war unserer Meinung nach ein sehr gelungenes Event. Das Ziel ist auch da, die Leute zusammenzubringen und einen Treffpunkt



zu schaffen. Wir haben Start-ups vor Ort, die jungen Studierenden und Business Angels. Das Ganze gibt es ja deutschlandweit und auf der ganzen Welt an verschiedenen Hochschulen. Wir haben die Herausforderung, dass wir noch sehr jung sind mit RHIVE. Wie gesagt, gestartet 2019, dann kam Corona, da wurde es zweimal online und hybrid gemacht, jetzt das erste Mal seitdem wieder komplett in Präsenz. Das heißt aber auch, dass wir natürlich die Möglichkeit und den Weg vor uns haben, groß zu wachsen. Da freuen wir uns schon sehr und stecken jetzt schon quasi in den Vorbereitungen für nächstes Jahr.

Mattea Brenig: Für uns ist es natürlich dann schön zu hören, dass das Event so viel Zuspruch bekommen hat. Das motiviert uns für das nächste Jahr, die RHIVE noch erfolgreicher, noch größer zu machen und noch mehr Inspirationen zu bieten und die Leute zusammenzubringen.

Prof. Dr. Kai Buehler: Wie baut man am besten ein gutes Netzwerk auf? Was braucht man dafür?

Frederik Plesch: Ich glaube, das wächst mit. Ich glaube nicht, dass es ein aktiver Prozess ist, sondern ich glaube, wenn man sich erst einmal für andere Leute interessiert, erzählen und vor allem zuhören kann, passiert es von alleine. Wenn man dann in so

einem Verein wie dem ECC oder anderen solchen Initiativen aktiv ist und sich mit Leuten unterhält, austauscht und verknüpft und hilft, wo man kann, dann baut sich automatisch ein starkes Netzwerk auf. Mattea und ich haben das selber schon miterlebt. Ich finde den Pirate-Slogan „Give give give ask“ fantastisch, das spricht für sich. Und da haben schon so viele vom ECC profitiert. Aber ich glaube, da war nie der erste Gedanke: Ich muss jetzt ein Netzwerk aufbauen. Sondern zu

muss die Leute ansprechen und das auch nicht nur einmal. Ich habe das bei mir selber gesehen. Ich bin im fünften Semester irgendwann darauf aufmerksam geworden und nicht, weil es da das erste Mal zur Sprache kam, sondern weil ich einfach so viele Versuche gebraucht habe. Ich bin mir sicher, ich habe die Werbung schon vorher gesehen, aber die Leute brauchen einfach die Zeit und müssen immer wieder damit bespielt werden. Und man muss glaube ich aggressiv



v.l.n.r. Mattea Brenig, Frederik Plesch

allererst: Ich will etwas umsetzen – mit wem muss ich darüber sprechen? Und dann: Ah, der hat doch das Problem, den kann ich doch mit dem verknüpfen. Und irgendwann kommt es zurück und dann profitiert man davon.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was können wir bei »Fit for Invest« noch zur Gründungsunterstützung von Studierenden tun?

Frederik Plesch: Das Angebot finden wir super und tatsächlich hat »Fit for Invest« dasselbe Ziel: Wir wollen Köln und NRW als Gründungs-Hotspot voranbringen. Was uns selber aufgefallen ist: Das beste Angebot bringt natürlich nur begrenzt etwas, wenn es nur an wenige Leute herangetragen wird. Das ist etwas, woran wir selber gerade arbeiten, und ich bin mir sicher, dass das auch für »Fit for Invest« relevant ist. Man muss viele Leute mit Ideen in den „Funnel“ reinschmeißen, man

und aktiv mit dem Angebot, was man hat, auf die Leute zugehen, damit es eben auch genutzt wird. Wenn man Gründer hier in der Nähe ist, gibt es super Möglichkeiten, es gibt super Anlaufstellen. Klar kann man das immer alles ausbauen, aber ich glaube, vor allem muss gründen und die ganze Szene präsenter werden und als Karriere-Option und als Erfüllung auch klargemacht werden, dass es überhaupt eine Möglichkeit ist.

Mattea Brenig: Wir sehen es ja auch bei uns. Viele Leute kommen auf uns zu und sagen: Ich habe eine Idee, wie mache ich jetzt weiter? An wen wende ich mich, wie komme ich an Geld? Und das zeigt: In Köln gibt es viele Angebote, aber die Leute wissen oft nicht so richtig, wohin. Und wenn das präsenter wird, glaube ich, ist schon mal eine große Hürde genommen.



v.l.n.r. Frederik Plesch, Mattea Brenig

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT RAINER VIRNICH, VORSTAND SPARKASSE KÖLNBONN



“ Die Sparkasse KölnBonn ist natürlich engagiert in der Gründungsszene und für uns ist es eine Selbstverständlichkeit, dass wir Gründerinnen und Gründer in der Region unterstützen. Damit ist es auch selbstverständlich, bei »Fit for Invest« investiert und engagiert zu sein.

Rainer Virnich, Vorstand,
Sparkasse KölnBonn ”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Mona Mensmann und Prof. Dr. Kai Thürbach mit Rainer Virnich, Vorstandsmitglied bei der Sparkasse KölnBonn, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wir starten mit der typischen Frage aus der Gründerszene: Wer bist du und was machst du?

Rainer Virnich: Mein Name ist Rainer Virnich. Ich bin im Vorstand der Sparkasse KölnBonn und freue mich heute auf ein mit Sicherheit interessantes Interview.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Was unternimmt die Sparkasse KölnBonn, um Gründerinnen und Gründer in der Region Köln zu unterstützen?

Rainer Virnich: Ich weiß nicht, wie viel Zeit ihr mitgebracht habt, aber ich versuche es kurz zu machen. Ich glaube, es ist ganz wichtig, im Netzwerk nicht nur mitzumachen, sondern aktiv dabei zu sein. Wir sind im Netzwerk aktiv dabei und versuchen als Kreditinstitut in der Gründungsphase natürlich auch mit Finanzierung zu helfen. Wir haben aber auch Kontakte zu Eigenkapital-Gebern, auch zu Venture Capital Fonds. Und auch da stellen wir natürlich unser Know-how und unsere Kontakte zur Verfügung.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie werden Gründungs-Interessierte auf ihrem Weg vom GründerCenter der Sparkasse KölnBonn begleitet?

Rainer Virnich: Wir versuchen, von Beginn an sehr nah an den Gründerinnen und Gründern zu sein. Wir bieten Coaching-Tage oder Berater-Tage, zum Beispiel für einen Ideen-Check. Die Geschäftsideen spiegeln dann

durchaus auch unsere Eindrücke. Und das zieht sich weiter über Businessplan, Beratungen und Coachings, wo wir dann auch betriebswirtschaftlich mit den Gründerinnen und Gründern tiefer einsteigen, aber auch unsere Erfahrungen mitgeben wollen. Nicht um es besser zu wissen, aber einige Fragen liegen immer auf der Hand und wir sehen uns da durchaus auch als Sparringspartner. Wir haben die Philosophie im Hause, dass wir Existenzgründer über eine längere Zeit mit dem gleichen Kollegen oder der gleichen Kollegin aus dem Haus betreuen. Unsere Philosophie ist: Die



Rainer Virnich

ersten drei Jahre in der Gründungsphase werden die Gründer vom gleichen Ansprechpartner im Existenzgründungs-Bereich betreut. Das gibt aus unserer Erfahrung heraus eine gewisse Sicherheit bei den Gründerinnen und Gründern und irgendwann auch eine Vertrauensbasis. Es gibt natürlich genügend Fragen, die vermeintlich dumm oder peinlich klingen könnten, aber die müssen gestellt werden, weil sie eben nicht dumm und auch nicht peinlich sind.

Das mache ich aber nur, wenn ich jemandem Vertrauen schenke und wenn ich zu jemandem dann tatsächlich auch die Traute habe, solch eine Frage zu stellen.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Das Thema Start-up ist mit Risiken verbunden, auch zum Beispiel bei der Aufnahme von Bankkrediten. Wie geht die Sparkasse damit um?

Rainer Virnich: Das Thema Kreditrisiken ist natürlich unser Handwerkzeug. Wir glauben, in der engen Begleitung von Gründerinnen und Gründern sehr nah am Geschehen zu sein, und das mindestens die drei Jahre. Wenn wir dann erkennen können, dass es zum Beispiel Änderungsbedarf gibt, dass es auch mal einen Rückschlag gibt, dann ist das für uns schon ein Teil der Risiko-Betreuung. Dann habe ich noch nicht sofort das Kreditrisiko eingepreist. Es ist auch noch nicht realisiert. Wir wollen ja auch kein Kreditrisiko realisieren, sondern wir wollen vorne dabei sein, um Risiken mit den Gründerinnen und Gründern zu managen. Und so ist unsere Strategie. Natürlich ist eine Sparkasse auch dazu verdammt, irgendwann ein Rating zu machen. Das gehört zu den Instrumenten dazu. Aber das ist nicht das ausschlaggebende Argument, sondern für uns ist wichtig, mit der Gründerin oder dem Gründer entsprechend den Weg zu begleiten, um eng am Leben zu sein. Und dann, glaube ich, kann man die Risiken am besten managen, nämlich sofort und gemeinsam.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Welche Eigenschaften müssen Gründerinnen und Gründer mitbringen, damit sie von der Sparkasse KölnBonn eine Finanzierung erhalten?



Rainer Virnich: Ich glaube, die Gründerin oder der Gründer muss Mut und viel Selbstbewusstsein mitbringen. Außerdem muss er Überzeugungskraft haben, denn auch uns muss man überzeugen. Wir müssen karpieren, was das Geschäftsmodell ist, und wir müssen es nachvollziehen können. Also muss man sich auch in gewisser Weise mit einer Idee verkaufen und begeistern können. Es gibt wie gesagt sicherlich auch Rückschläge, also muss auch hier jemand Nehmerqualitäten haben. Man muss

die unterschiedlichsten Gesprächsniveaus. Was ich aber glaube, ist, dass genau eine solche Institution wie »Fit for Invest«, also ein Hochschulen-Verbund, viel in der Vorbereitung erreicht. Was wir aber auch erleben, ist, dass die Gründerinnen und Gründer durchaus mit Vorstellungen über Eigenkapitalausstattung und Venture Capital in der ersten Phase sehr gefestigt in solche Gespräche reingehen und die alternative Finanzierung gar nicht die Priorität hat. Da müssen wir durchaus schon mal Überzeugungs-

wir hier bestens in Köln positioniert.
Prof. Dr. Mona Mensmann: Konntest du in den letzten Jahren eine Entwicklung bei Gründer-Teams feststellen und wie unterscheiden sich Gründungs-Ideen und auch die Start-ups heute von früher?

Rainer Virnich: Ja, ich erlebe Entwicklungen. Es ist ein breites Wissen vorhanden. Wir haben den Eindruck, dass die Vorbereitung sehr gut ist, aber es gibt auch eine breite Vorbereitung. Auch klar ist: Wenn Teams bei uns tatsächlich in Gespräche kommen, erleben wir schon ganz klar Arbeitsteilung, wie man sich das eigentlich auch wünscht. Das brauchen wir gar nicht mehr zu erklären. Da sehen wir schon deutlich, dass die Entwicklung weiter ist. Was wir auch erleben, ist: Man erwartet von uns klare Aussagen, umso mehr, wenn wir tatsächlich nicht so überzeugt sind von einer Geschäftsidee oder einem Businessplan. Die Idee kann ja gut sein, vielleicht ist der Plan nur noch nicht gut genug. Auch da erlebe ich, dass wir eine klare Erwartungshaltung formuliert bekommen: Begründet uns bitte, woran es scheitert, oder begründet uns eure Bauchschmerzen. Das ist eine sehr offene Auseinandersetzung mit den Themen und das ist durchaus eine Entwicklung, die wir erleben. Die Diskussionen werden intensiver und das ist auch gut so.



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Mona Mensmann, Rainer Virnich

auch Rückschläge verkraften und aus den Rückschlägen auch wieder positive Energie ziehen, eine Lernschleife nehmen und wieder anfangen. Das „wieder Aufstehen“ ist durchaus Grundvoraussetzung, aber nicht nur bei Gründern, sondern auch bei jedem Unternehmer. Man muss auch eine Fachlichkeit mitbringen und sich eine gewisse Ahnung von Betriebswirtschaft aneignen. Ob die Spaß macht, ist etwas anderes, aber gewisse Zusammenhänge muss man kennen, sonst kann man irgendwann auch ein Unternehmen nicht mehr steuern.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Sind junge Gründerinnen und Gründer, die auf dich zukommen, gut vorbereitet für eine mögliche Finanzierung? Wo siehst du noch Verbesserungspotenzial?

Rainer Virnich: Das ist sehr unterschiedlich. Wir erleben da durchaus

arbeit leisten, dass auch Finanzierung eine Alternative sein kann, vielleicht auch ein Mix. Grundvoraussetzung ist aber, dass der Businessplan durchdacht ist, nachvollzogen werden kann und wir von einem Businessplan auch überzeugt werden können. Ich glaube, dann ist das Wissen rundum da. Meistens ist dies gut vorbereitet, wenn die Gründerinnen und Gründer auf uns zukommen, bis auf das Thema Finanzierung, aber das ist auch unser Part und unser Job. Und dann halten wir durchaus auch mal dagegen und sagen: Es gibt doch noch eine zweite oder dritte Alternative.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was können wir bei »Fit for Invest« zur Gründungs-Unterstützung besonders im Bereich Finanzierung für Start-ups tun?

Rainer Virnich: Da habe ich eine ganz kurze Antwort. Die Aufklärung aus der eben gestellten Frage. Ich glaube, das ist wichtig. Ansonsten sind

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie schafft es die Sparkasse KölnBonn, für junge Gründerinnen und Gründer attraktiv zu bleiben?

Rainer Virnich: Das mache ich fest an den handelnden Personen vor Ort. Das Bankgeschäft bleibt „Nasengeschäft“, davon bin ich fest überzeugt, und hat viel mit Vertrauen zu tun. So, wie wir unsere Kundinnen und Kunden empfangen, so wie wir ihnen begegnen, so kriegen wir auch Dinge zurück. Und meine Kolleginnen und Kollegen vor Ort müssen für das Geschäft brennen. Ich muss Lust haben, Existenzgründungen zu begleiten. Und so suchen wir die Leute raus. Das heißt, es muss auch eine gewisse Flexibilität dabei sein, weil es immer wieder neue Ansprüche und neue Situationen gibt. Ich glaube aber auch, dass es ein gutes Mittel ist, drei Jahre zu begleiten. Das spricht sich rum und das kriegen wir auch in der



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Mona Mensmann, Rainer Virnich

Gründerszene so zurückgespielt. Ich glaube auch, dass unsere Angebote, die Coaching-Termine, Beratungsgespräche, also sehr individuelle Austausche, die wir anbieten, wertgeschätzt werden. Das hat aber auch eine Kehrseite. Wir lernen ja in solchen Gesprächen immer wieder den Unternehmer kennen. Und so sind wir sehr schnell tief im Geschäftsleben des Gründers und dann ist man automatisch auch auf Augenhöhe. Das ist aber Grundvoraussetzung: Ich muss Augenhöhe schaffen.

Prof. Dr. Mona Mensmann: Warum unterstützt du »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen?

Rainer Virnich: Ich beantworte diese Frage aus zwei Perspektiven. Ich persönlich habe ein Faible für die Szene, für das Unternehmertum. Ich habe in meinem Bankerleben noch nicht viel anderes gemacht, als Unternehmer zu begleiten und zu betreuen. Ich habe Lust darauf und denke, es ist ein hochinteressantes Geschäft. Hochkomplex und damit macht es auch das Bankerleben total spannend, und mit jungen Menschen unterwegs zu sein, bereichert mein Leben und ich hoffe, auch das meiner Kunden. Das ist sehr egoistisch auf mich bezogen. Was die Sparkasse KölnBonn anbe-

trifft, ist unser Auftrag: Wir haben uns in der Region auch um Unternehmer intensiv zu kümmern. Wir haben die kreditwirtschaftlichen Belange der Kundinnen und Kunden und der Unternehmer hier ganz klar zu bedienen und zu begleiten. Und am Anfang des Unternehmertums steht der Gründer. Damit sind wir natürlich auch berufen und gerufen, hier in die Begleitung zu gehen. Wenn eine Sparkasse das nicht macht, wüsste ich nicht, wer es tun sollte. Und da wir alle Lust darauf haben und da wir glauben, dass das unser Auftrag ist, ist auch selbstverständlich, dass wir

in der Szene und dann bei den Gründern auch natürlich von vornherein dabei sind. Letzter Punkt: Da ist natürlich auch ein Blick auf die Wirtschaftsregion. Jeder Gründer, der hoffentlich auch erfolgreich ist und bleibt, gibt auch in die Volkswirtschaft dieser Region Dinge wieder zurück. Und genau das ist der zweite Auftrag. Natürlich arbeiten wir für die gesamte Region, wollen auch Beiträge leisten. Und ein Beitrag ist, Unternehmer und Gründer zu unterstützen.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Was wünschst du dir für die Start-up-Region Köln?

Rainer Virnich: Mehr Gründer. Mehr Mutige, die mit ihrer Idee und einer gewissen Disziplin auch die Idee vorantreiben. Ich würde mir mehr Skillups wünschen und der Region würde das ein oder andere Unicorn sicher auch gut stehen, um Aufmerksamkeit für die Region zu erzeugen. Allein schon, um noch mal einen Leuchtturm in der Region setzen zu können und um zu zeigen, dass diese Gründerszene hier eine mächtige ist mit ganz viel Potenzial. Das wisst ihr besser als ich. Ihr habt jeden Tag die jungen Menschen im Saal, die euch zuhören. Und dieses Potenzial, glaube ich, muss man auch deutlich herausstellen. Das wünsche ich mir.



Rainer Virnich

»Fit for Invest«

AUF EIN KRÄNZCHEN MIT JÖRG BINNENBRÜCKER, CAPNAMIC VENTURES



“ Aus zwei Gründen bin ich begeistert von »Fit for Invest«: Ich finde es toll, dass die Unis zusammenarbeiten, um ihren Studentinnen und Studenten die Möglichkeit zu geben, besser zu gründen. Außerdem ist es super, dass Gründerinnen und Gründer fit gemacht werden, um in der Landschaft der Start-ups zu bestehen.

Jörg Binnenbrücker,
Founding Partner,
Capnamic Ventures

”

In „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen Prof. Dr. Kai Thürbach und Sophia Haski mit Jörg Binnenbrücker, Managing Partner bei Capnamic Ventures, über Entrepreneurship und Gründung in Köln.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wir starten mit der typischen Frage aus der Gründerszene: Wer bist du und was machst du?

Jörg Binnenbrücker: Ich bin Jörg Binnenbrücker. Ich mache Venture Capital mit Herz und Seele. Und wenn ich das nicht mache, begleite ich meinen Fußballverein, den 1. FC Köln, bei Heim- und Auswärtsspielen.

Sophia Haski: Was hast du in deinem Studium gemacht und wie hat dich deine Hochschulzeit auf dein Leben als Investor vorbereitet?

Jörg Binnenbrücker: Ich habe Jura studiert und bin zugelassener Rechtsanwalt, Gott sei Dank musste ich aber nie als Anwalt arbeiten. Gott sei Dank für die Mandantschaft, nicht für mich. Ich habe dort gelernt, komplexe Sachverhalte zu verstehen. Und natürlich hilft mir heute in den Verhandlungen und wenn wir Verträge anschauen mein Grundwissen im juristischen Bereich. Ich werde da also nicht hinter Licht geführt, aber wir nehmen natürlich trotzdem externe Anwälte dazu, wenn wir mit den Gründern verhandeln.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie hat deine Karriere im Venture Capital begonnen und was ist eure Gründungsgeschichte?

Jörg Binnenbrücker: Das ist ein bisschen länger zu beantworten, weil: Du kannst Venture Capital nicht studieren, es gibt keinen Studiengang, du

musst irgendwo einen Hintergrund haben. Ich habe ja auch im Grundstudium Volkswirtschaft studiert, das heißt, ich hatte eine Nähe zur Wirtschaft, aber man braucht Erfahrung und Execution-Expertise, wenn man da reingeht. Das heißt, ich habe sehr früh angefangen, selber Firmen zu gründen, nie skalierbar, nie technologisch, immer nah am Cash. Das hat mir sicherlich geholfen, im Aufbau von Firmen die Gründer besser zu verstehen. Dann bin ich für fünf Jahre in eine Unternehmensberatung gegangen und habe mit Corporates zusammengearbeitet und dort verschiedene Größen von Unternehmen und verschiedene Herausforderungen kennengelernt. Das hilft mir natürlich heute, wenn ich mir Gründungsvorhaben oder junge Unternehmen anschau. Wie ist Capnamic Ventures entstanden? Nach der Unternehmensberatung hat mein Vater gesagt: Mach mal was Vernünftiges, und ein Mandant in der Unternehmensberatung war ein Venture Capitalist und ich habe mich schlagartig in Gründer und in Geschäftsmodelle verliebt, die ich da getroffen habe, und gleich gesagt: Das will ich machen, da will ich anfangen. Und das hat dann ganz gut geklappt. Das war im Zeitalter des Neuen Marktes, also 2000, da wurden erst große Partys gefeiert, so wie das heute auch war, dann kam der große Niedergang, der große Knall. Das war schön, aber auch interessant zu sehen, was das mit Gründern macht. Nicht alle haben aufgegeben, viele haben durchgehalten, haben tolle Unternehmen danach gebaut. Und so schau ich auch heute auf die Firmen, die wir finanzieren. Nicht nur hochjubeln, jauchzend, sondern auch zu verstehen: Was passiert, wenn es mal nicht so gut läuft? Ja, und dann habe ich für DuMont, den Verlag in Köln, das Venture-Capital-Geschäft aufgebaut und habe dann für mich

entschieden, dass es Sinn macht, nicht nur mit einem Corporate zusammenzuarbeiten und die Added Value den Start-ups zur Verfügung zu stellen, sondern das in einem größeren Verbund zu machen. So entstand die Idee für Capnamic, den Multi Corporate Fund, so damals der Claim, und das haben wir dann 2010/2011 ins Leben gerufen. Bald sind wir zehn Jahre unterwegs und das werden wir natürlich groß feiern.

Sophia Haski: Welche Eigenschaften müssen Gründerinnen und Gründer mitbringen, damit du dich für ein Investment entscheidest, und worauf achtest du beim ersten Gespräch?

Jörg Binnenbrücker: Es gibt die üblichen Checklisten. Also: Wie komplementär ist das Gründungsteam aufgestellt? Was bringen sie an Expertise mit, wie funktionieren sie untereinander? Das ist für uns ganz entscheidend, wie da die Mechanismen laufen. Im ersten Gespräch möchte ich Authentizität haben. Ich möchte sehen: Was ist das für ein Mensch? Wie versteht er sein Geschäft, wie granular kann er es mir erklären oder auch wie nichtgranular kann er es mir erklären? Wenn mir jemand in drei Minuten nicht erklären kann, was er eigentlich tut, wo das Problem liegt und welches Problem er löst, hat er schon schlechte Karten. In der Regel dauert es aber bei mir ein bisschen länger, denn wir als Investoren kommen ja in solch ein Gespräch als nichtwissend und die Teams haben sich sechs oder neun Monate tief darauf vorbereitet. Deswegen erwarte ich natürlich, dass jede dumme Frage beantwortet wird. Das heißt nicht, dass das Pitch-Deck oder die Dokumentation, die er mir gegeben hat, schon diese Tiefe haben muss. Aber wenn eine Frage kommt, muss er aus der Tiefe ein weiteres



Dokument hochziehen können, das er mir zeigt und was mir dann meine Frage beantwortet. Und ich muss spüren, dass ich mit diesem Menschen zehn Jahre, fünf Jahre, acht Jahre meine Zeit verbringen will. Vielleicht auch mal ein Bier trinken will, vielleicht auch mal kritisch ins Gericht gehen will, das darf er mit mir auch. Aber es muss irgendwo jemand sein, der lernen will und der auch ein Interesse hat, mit jemandem zusammenzuarbeiten, und kein reiner Ego-Zocker ist. Das ist für uns ganz wichtig, wenn wir investieren.

in der Auswahl und in der Aufstellung des Organigramms. Welche Rollen brauchst du eigentlich? Da helfen wir sehr. Wir machen das nicht alleine. Wir sind ein Team von 20 Leuten und sind alles zwar Ex-Unternehmer, aber nicht mehr im Saft. Deswegen versuchen wir, unsere Unternehmer untereinander zu vernetzen und Fehler im Portfolio nur einmal zu machen und sie zu bestimmten Punkten immer wieder zusammenzubringen. Und dann auch nicht nur die Führungsriege, sondern auch das mittlere Management zu den

als „Risiko“. Natürlich gibt es Risiken. Die gibt es aber in jeder Unternehmung. Das Erste, was man tun muss, ist Ruhe bewahren. Das heißt, es kommen sehr viele Probleme auf die Start-ups zu. Und wenn du jedes Mal direkt in Ohnmacht fällst, wirst du es schwer haben. Das heißt, du musst lernen zu reflektieren, zu verstehen und dann zu agieren. Und da helfen wir. Da versuchen wir mit reinzugehen und zu sagen: „Okay, das ist jetzt passiert, ist nicht so schlimm. Diese und diese Möglichkeit haben wir jetzt, darauf zu reagieren.“ Manchmal muss man harte Entscheidungen treffen und die möglichst schnell. Zeit ist ein kritischer Faktor im Measure Capital. Das heißt, wenn ich zu lange warte bei einer Führungsposition, die nicht performt oder nicht funktioniert mit den anderen, dann kann es sein, dass sich dieser Virus in die Organisation reinsetzt. Das heißt, da müssen wir schnell reagieren, aber nicht vorschnell.



Jörg Binnenbrücker

Prof. Dr. Kai Thürbach: Wie werden Start-ups auf ihrem Weg von Capnamic Ventures begleitet?

Jörg Binnenbrücker: Zunächst mal haben wir eine ganz harte Prüfung: Das Assessment, damit sie überhaupt durchkommen, dauert und ist tief. Wir sehen im Jahr 2500 Deal-Opportunities und investieren in fünf. Daran sieht man, dass mein eigentlicher Job ist, Nein zu sagen. Also nicht schön. Man denkt immer, der Investor geht da rein, feiert dann den Abschluss. Aber in der Regel sage ich mehrmals am Tag „Nein, können wir leider nicht machen, aus diversen Gründen“. Wenn sich dann einer durchgesetzt hat, versuchen wir mit ihm von Tag eins die Company zu entwickeln. Das heißt, wir helfen ihm beim Aufbau des Unternehmens, vor allen Dingen Hiring. Die Teams, die zu uns kommen, sind noch relativ überschaubar, zwischen fünf und zwanzig Leute, die dann auflaufen, und nach einem Jahr haben wir schon 50 oder 60. Die ersten Hires sind entscheidend für die Entwicklung der Firma. Und da unterstützen wir im Gespräch, aber auch

einzelnen Themen. Dann treffen sich die CFOs, die Marketing-Manager und HR-Leute. Zudem versuchen wir unser Netzwerk nah an die Start-ups zu bringen, möglicherweise Kundenbeziehungen aufzubauen und Entwicklungs-Partnerschaften zu etablieren. Dann helfen wir extrem bei Folge-Finanzierungen. Denn wenn wir investieren, müssen die Jungs noch zwei, drei oder vier Mal diese Tortur machen und weiteres Geld einwerben. Und da kennen wir natürlich die Folge-Investoren, wissen, was sie hören wollen, und helfen bei der Vorbereitung und der Erstellung der Unterlagen.

Sophia Haski: Du bist Experte für Frühphasen-Investments. Frühphasen-Investments sind auch mit Risiken verbunden. Wie handelst du, wenn Probleme abzusehen sind?

Jörg Binnenbrücker: Zunächst einmal ist das typisch deutsch. Im Deutschen heißt es „Risikokapital“, was ich mache. Im Englischen heißt es „Venture Capital“, also Unternehmenskapital. „Unternehmen“ hört sich also viel schöner an

Prof. Dr. Kai Thürbach: Hast du schon einmal ein Investment bereut?

Jörg Binnenbrücker: Nicht einmal, sondern regelmäßig, in beide Richtungen: dass wir es nicht gemacht haben und dass wir es gemacht haben. Beides kommt vor. Gott sei Dank kommt es häufiger vor, dass wir es nicht gemacht haben. Ein Beispiel ist wirkaufendeinauto.de, die einen sehr prominenten Börsengang gemacht haben, im Milliardenbereich bewertet sind und ich die Möglichkeit hatte, als erster Investor zu investieren. Mir war es damals aber zu teuer. Sie hatten nur eine Präsentation und eine Idee, einen sehr interessanten Markt, aber sonst noch nicht viel und wollten eine hohe Bewertung haben. Ich habe mich ein bisschen darunter angesiedelt, weil ich gedacht habe: Das kann ich nicht machen – aber diesen Duktus habe ich abgelegt. Du darfst nicht Angst haben vor großen Zahlen, wenn du das Geschäft machst, denn entscheidend ist, was hinten rauskommt, und nicht, was du am Anfang bezahlst. Natürlich liegt auch der Gewinn im Einkauf, aber die Mischung muss stimmen.

Sophia Haski: Wie können wir Hochschulen Gründerinnen und Gründer besser unterstützen? Was könnten wir bei »Fit for Invest« deiner Meinung



nach noch besser machen und wie können wir besser mit unseren Investoren zusammenarbeiten?

Jörg Binnenbrücker: Ich bin regelmäßig an Hochschulen und halte Vorträge über Unternehmertum und Gründungen. Ich glaube, das muss

ideen von Start-ups früher im Verhältnis zu denen von heute?

Jörg Binnenbrücker: Die Awareness für das Thema ist stark gewachsen, gerade auch bei Studenten. Die sehen es als echte Alternative, dass man auch in junge Unternehmen gehen kann, die

In dem Bereich, in dem wir sind, geht es um Gemeinsamkeiten, um Kompromisse und um Offenheit, auch andere mitzunehmen. Köln alleine wird nie die Größe und die Wichtigkeit der Cluster in Berlin und München erreichen können. Aber wenn ich mich da öffne und Düsseldorf, das Ruhrgebiet

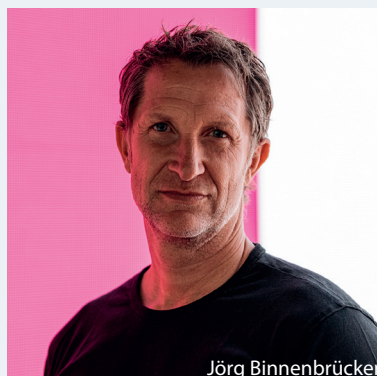


v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Sophia Haski, Jörg Binnenbrücker

man verstärkt machen. Man muss die Praxis in die Uni holen für diejenigen, die tatsächlich Gründungsinteresse haben und Transfer machen wollen. Es gibt ein großes Angebot, aber das Hands-on-Business – also Steuern, wie gründe ich eine GmbH, wie stelle ich Personal ein, wie lese ich einen Lebenslauf – das findet im Curriculum nicht statt und ist auch nicht so vorgesehen. Also muss ich mir das extern reinholen. Das ist eine Möglichkeit, das über die Investoren zu machen, denn die haben natürlich ein Interesse daran, die guten Studenten zu treffen, zu sehen, zu verstehen, was sie vorhaben. Und ich glaube, die Gründer und Studenten sind oft schon weiter als die Universität selbst. In Köln gibt es zum Beispiel den ECC, der die RHIVE ins Leben gerufen hat. Da sieht man: Das ist nah an unserem Geschäft, die verstehen das. Wenn ich früher zu Veranstaltungen gegangen bin, die rein universitär ins Leben gerufen worden sind, war das ein bisschen weiter weg, zu theoretisch. Und diese Offenheit zu haben als Universität: Da kann »Fit for Invest« helfen. Und diesen Transfer zwischen Gründern, Universität und Investoren dann darzustellen, ist eigentlich die Aufgabe. Und deswegen finde ich das auch so spannend und mache da gerne mit.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Konntest du in den letzten Jahren eine Entwicklung bei Gründungsteams feststellen? Wie unterscheiden sich die Gründungs-

stark wachsen, dass man da eine höhere Lernkurve hat. Diese Vermittlung muss früher stattfinden und die Teams werden einfach schlauer, besser und sind gut vorbereitet. Es gibt viele Informationen im Netz und natürlich auch viel Erfahrungen aus den letzten Jahren. Und es gibt viele Business Angels, die bereits erfolgreich waren und die ihr Know-how und ihr Kapital wieder in das Ökosystem zurücktreiben. Da sind wir aber noch nicht am Ende, das kann noch besser werden. Die USA ist noch weit vor uns und hier können wir aufholen. Und da hilft für »Fit for Invest« auch wieder.



Jörg Binnenbrücker

Sophia Haski: Was wünschst du dir deinen Heimatort und für die Start-up-Region Köln?

Jörg Binnenbrücker: Die Deutsche Meisterschaft für den 1. FC Köln. Und in meinem Bereich mehr Offenheit. Der Kölner an sich feiert sich gern selbst. Und das musst du aufgeben.

und Aachen bis Koblenz mitnehme und das sogenannte „Rhein-Valley“ etablieren kann, kann ich führend werden im Start-up-Bereich. Und das fehlt mir noch. Da möchte ich mehr Offenheit haben von allen Playern und mehr Bereitschaft, Leute mitzunehmen. Aber der Standort hat sich gut entwickelt. Es gibt Leuchttürme, davon brauchen wir mehr und größere, damit jeder in Köln sieht, dass es auch Firmen gibt, die noch nicht so alt sind und nicht historisch in Köln groß geworden sind, die eine Rolle spielen und Arbeitsplätze ermöglichen. Und das wünsche ich mir für Köln.

Prof. Dr. Kai Thürbach: Warum unterstützt du »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen?

Jörg Binnenbrücker: Was mich wirklich begeistert hat schon in unserem ersten Gespräch über »Fit for Invest«, sind genau diese beiden Themen, nämlich: Dass das erste Mal alle Hochschulen etwas gemeinsam machen, denn nur so funktioniert es. Wenn ich zu klein denke, funktioniert es nicht. Man kann es noch weiter ausbauen, und das ist eine Aufgabe, bei der ich gerne mithelfe. Und: Dass Gründer etwas an die Hand bekommen, dass sie fit gemacht werden, um draußen zu bestehen, durch externe Partnerschaften, durch Konferenzen, durch Veranstaltungen etc. Sicherlich war es auch das sympathische erste Gespräch, aber am Ende war für mich ganz klar, dass ich das unterstützen muss, damit wir hier Köln nach vorne bringen.



Impressionen von den Drehtagen

Auf ein Kränzchen



Prof. Dr. Kai Thürbach



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Mona Mensmann, Rainer Virnich



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Prof. Dr. Kai Thürbach



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Prof. Dr. Kai Thürbach, Dr. Frank Obermaier



Impressionen von den Drehtagen



v.l.n.r. Kristina Feinhals, Prof. Dr. Marc Prokop, Sonia Habbig, Katharina Maksym, Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Mona Mensmann, Prof. Dr. Kai Buehler



v.l.n.r. Kristina Feinhals, Katharina Maksym, Prof. Dr. Kai Thürbach, Sonia Habbig, Prof. Dr. Marc Prokop



Prof. Dr. Marc Prokop



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Prof. Dr. Kai Thürbach, Dr. Frank Obermaier



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Jörg Binnenbrücker

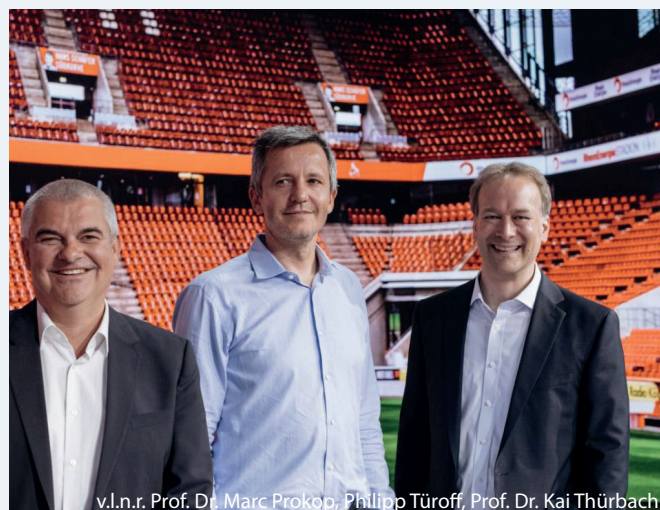


Impressionen von den Drehtagen





Impressionen von den Drehtagen



v.l.n.r. Prof. Dr. Marc Prokop, Philipp Türoff, Prof. Dr. Kai Thürbach



v.l.n.r. Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Marc Prokop



Simon Schneider



v.l.n.r. Esther den Ouden, Kristina Feinhals



v.l.n.r. Kristina Feinhals,
Prof. Dr. Marc Prokop, Esther den Ouden, Prof. Dr. Kai Thürbach



Mitwirkende, Team und Danksagungen

Mitwirkende und Team

Prof. Dr. Klaus Becker, Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Marc Prokop, Kristina Feinhals, Sonia Habbig, Katharina Maksym, Esther den Ouden, Dr. Stephanie Grubenbecher, Ramona Koch, Onur Eroglu, David Werhahn, Marc Kley, Prof. Dr. Beatrix Busse, Prof. Dr. Mona Mensmann, Dr. Rainer Minz, Prof. Dr. Christian Schwens, Julia Katzgrau, Janina Schmidt, Andreas Klein, Liane Förster, Dr. Marita Mehstäubl, Dr. Claudia Combrink, Prof. Dr. Anja Niehoff, Dr. Sabine Sternstein, Dr. Anja Chevalier, Prof. Dr. Claudia Bornemeyer, Prof. Dr. Kai Buehler, Alina Ley, Lisa Köhler, Adrian Stewart Scollie, Prof. Dr. Ulrich Anders, Stefanie Pies und Dr. Verena Wagner

Wir bedanken uns bei unseren Interviewgästen:

Oberbürgermeisterin Henriette Reker
Dr. Niklas Hellemann
Dr. Ute Günther
Simon Schneider
Dr. Frank Obermaier
Daniel Wauben
Philipp Türoff
Zerrin Börcek
Mattea Brenig und Frederik Plesch
Rainer Virnich
Jörg Binnenbrücker

Ein herzliches Dankeschön gilt auch unseren Moderatorinnen und Moderatoren:

Prof. Dr. Kai Thürbach
Prof. Dr. Marc Prokop
Prof. Dr. Mona Mensmann
Prof. Dr. Kai Buehler
Sophia Haski

Fotos: Silviu Guiman
Maskenbild: Melli Wielpütz
Realisierung und Schnitt: DS Marketing
Location: LEDcave Cologne
Redaktion: Katharina Maksym, Kristina Feinhals, Esther den Ouden
Design: Sonia Habbig

Die Interviews sind erschienen in den Jahren 2020–2023.

In der »Fit for Invest«-Interviewreihe „Auf ein Kränzchen – 11 Fragen, 11 Antworten“ sprechen die Gateway Hochschulen Köln mit Unterstützerinnen und Unterstützern der Initiative »Fit for Invest« über Entrepreneurship und Gründung. Die in diesem Band herausgegebenen Interviews wurden als Video-Reihe im Studio produziert und sowohl als Video als auch als Text-Version im Rahmen der Initiative »Fit for Invest« der Kölner Hochschulen in den Jahren 2020–2023 in unterschiedlichen Medien veröffentlicht.

»Fit for Invest« ist eine gemeinsame Initiative der Technischen Hochschule Köln, der Universität zu Köln, der Deutschen Sporthochschule und der Rheinischen Fachhochschule Köln zusammen mit dem Gateway Gründungsnetz e. V.

»Fit for Invest« wird im Rahmen des EXIST-Programms durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert. Ziel ist es, junge Gründerinnen und Gründer aus den Hochschulen zu unterstützen und Köln und die Region zu einem der führenden Entrepreneurship-Cluster in Europa zu entwickeln.

Herausgegeben von Prof. Dr. Klaus Becker, Prof. Dr. Kai Thürbach, Prof. Dr. Marc Prokop



www.fitforinvest.de