

DIE INFLATION IST DA

GIBT ES 2023
EINE REZESSION
ODER WIRD ES DOCH
NICHT SO SCHLIMM?

— SEITE 10



CHANCE STATT KRISE?! ODER: DAS GLAS IST HALBVOLL!

Erst die Corona-Krise, jetzt die Energiekrise – die Welt befindet sich im Krisenmodus. Ein gefährliches Virus, Krieg, Gasknappheit, Inflation – die Hiobsbotschaften überschlagen sich. Seit dem Jahr 2020 ist eigentlich nichts mehr, wie es einmal war. Unsere sicher geglaubte Welt wurde in ihren Grundfesten erschüttert. Historiker sind sich einig: Eine Zeitenwende hat begonnen. Aber muss das so schlecht sein, wie viele es auf den ersten Blick sehen?

NACHGEFRAGT

bei Prof. Dr. Helmut Schönenberger,
Geschäftsführer UnternehmerTUM GmbH

Erst die Corona-Krise, jetzt die Energiekrise – die Welt befindet sich im Krisenmodus. Welchen Einfluss hat das auf die bayerische Gründerszene?

Prof. Dr. Helmut Schönenberger: Das Umfeld für Start-ups wird damit leider nicht einfacher. Mit der unsicheren wirtschaftlichen Lage ist es für viele Gründungsteams aktuell schwierig, erste Kunden zu gewinnen, denn diese sind vorsichtiger geworden. Auch Investoren sind zurückhaltender und so wird es für Start-ups schwieriger, Venture Capital anzuziehen.

Wird trotz der wirtschaftlich schwierigen Umstände noch genauso stark gegründet wie z. B. vor fünf Jahren oder ist eher ein Rückgang an Start-ups zu verzeichnen?

Prof. Dr. Helmut Schönenberger: Laut einer im Handelsblatt veröffentlichten Studie von Morphais ist die Zahl der Existenzgründungen in diesem Jahr zurückgegangen. Das ist gefährlich, denn fällt Deutschland in typischen Schlüsseltechnologiefeldern von Start-ups – beispielsweise künstlicher Intelligenz – zurück, verlieren wir zunehmend an technologischer Souveränität und Wettbewerbsfähigkeit. Diese braucht es aber, um auf den weltweiten Märkten aktiv mitzuspielen und Eigenständigkeit zu behalten.

Was müssen Start-ups in Zeiten wie diesen mitbringen, um erfolgreich zu sein?

Prof. Dr. Helmut Schönenberger: Zeiten der Krise bieten auch Chancen und Wandel. Wichtig für den Erfolg ist, dass ein Gründungsteam seine wesentlichen Stärken vereint. Ganz zentral dabei: den Fokus auf das Produkt nicht zu verlieren und Kundenwünsche optimal zu adressieren. Zudem muss das Start-up wettbewerbsfähig im Kampf um Geldgeber und Partner sein.

Gibt es Start-ups, die aus der Krise heraus (Corona- oder Energiekrise) ihre Geschäftsidee erfolgreich entwickelt und umgesetzt haben?

Prof. Dr. Helmut Schönenberger: Viele Unternehmen haben erst in der Krise ihre Geschäftsidee gefunden oder ihre bestehende Technologiekompetenz in ein weltweit skalierbares Produkt gebracht. Ich sehe Biontech als das Paradebeispiel für ein deutsches Technologieunternehmen, das in Rekordzeit eine Lösung entwickelt hat und damit weltweit erfolgreich wurde.

Wenn man in der Geschichte zurückblickt, ist die Frage mit einem klaren „Nein“ zu beantworten. Klar, niemand will Krieg und bei den unmittelbaren Folgen daraus schreit keiner „Juhu!“. „Wer in die Vergangenheit schaut, sieht, dass Krisen Chancen für nachhaltige Veränderungen sind, die die Menschheit aus Bequemlichkeit und Angst niemals freiwillig angehen würde. Durch Krisen wird offensichtlich, was ausgedient hat, Altes wird aussortiert und Neues entsteht.“ So schreibt es Marc Friedrich in seinem Spiegel-Bestseller „Die größte Chance aller Zeiten“.

Wenn also Neues entstehen kann, ist das eine Chance für die Start-up-Szene? Aus Krisenzeiten gehen besonders oft erfolgreiche Digital-Unternehmen hervor. Das zeigt zum Beispiel die Finanzkrise 2008/09. Zu der Zeit starteten unter anderem WhatsApp, Uber, Airbnb und Pinterest. Obwohl Investoren damals risikoscheu waren und potenzielle Kunden ihre Budgets zusammenstreichen mussten, konnten sich die noch jungen Firmen durchsetzen.

Macher in der Krise

Jetzt stehen wir wieder an so einem Punkt. Und auch jetzt gibt es wieder Macher, die die Krise für sich nutzen, sehr schnell handeln und ihre Produkte auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichten.

Blicken wir zurück auf Anfang 2020 und den Beginn der Corona-Pandemie. Da gab es ein Unternehmen – ein „Paradebeispiel“, wie es Prof. Dr. Helmut Schönenberger im Interview links nennt –, das

die auf die Welt zurollende Krise und deren Auswirkungen weit vor allen anderen erkannte und prompt reagierte: Am 24. Januar 2020 gab es weltweit weniger als 1.000 bestätigte Fälle der neuen Krankheit. Am 25. Januar fasste ein Ehepaar in Mainz den Entschluss, einen Impfstoff dagegen herzustellen. Und nur einen Tag später waren die technischen Konstruktionspläne für acht Impfstoffkandidaten bereits zu Papier gebracht. Die Rede ist vom Biotechnologie-Unternehmen Biontech um das Gründer-Ehepaar Ugur Sahin und Özlem Türeci, das den ersten zugelassenen mRNA-Impfstoff gegen Covid-19 auf den Markt brachte.

Das im Jahr 2008 gegründete Unternehmen fokussiert sich auf die Entwicklung und Herstellung von aktiven Immuntherapien zur Behandlung von Krebs und anderen schweren Erkrankungen und war bis dahin nur Eingeweihten ein Begriff. Seit der Corona-Pandemie ist es weltbekannt. Noch Anfang 2020 hat das Unternehmen Verluste von einer halben Milliarde Euro geschrieben – am 9. November desselben Jahres schossen die Aktien des Unternehmens in die Höhe und ihr Marktwert stieg um Milliarden US-Dollar, als Biontech den Durchbruch in Sachen Corona-Impfstoff der Öffentlichkeit bekanntgab.

Aus der Not eine Tugend machen

Was für Biontech im großen Rahmen funktionierte, gilt auch für kleine Unternehmen. Beispiele gibt es viele, die ähnlich gehandelt haben – etwa Marie-Luisa Puttich aus München. Wie so viele wurde sie von der Corona-Krise hart getroffen. Gerade einmal ein halbes Jahr zuvor hatte die ehemalige Leiterin einer Kindertagesstätte die „Hooray Box“ auf den Markt gebracht – ein Rundum-sorglos-Paket für die Mottoparty zum Kindergeburtstag. Doch plötzlich mussten die Kinder

ab Mitte März zu Hause bleiben und viele Eltern standen vor der großen Herausforderung, während der Zeit im Homeoffice ihre Sprösslinge zu beschäftigen. So kam Puttich die Idee der „Kita-to-Go“ – eine Plattform für Eltern von Drei- bis Sechsjährigen, auf der sie jede Woche ein Bastel-, Spiel- und Lernprogramm zu einem neuen Thema bekommen. Bereits nach einer Woche hatte sie 5.000 Nutzer, nach nur wenigen

Monaten waren es bereits 50.000, wie die Münchner Jungunternehmerin dem Handelsblatt gegenüber erklärte.

Neben den Machern, die aus der Krise heraus ein (neues) Geschäftsmodell entwickeln, gibt es viele Unternehmen, die schon weit vor der Krise den „richtigen Riecher“ haben und aufgrund der Ausrichtung ihrer Geschäftsidee oder ihre Produkte von einer Krise profitieren können. So ein Unternehmen ist Con-



„
Durch Krisen
wird offensichtlich,
was ausgedient hat.“

Marc Friedrich
Spiegel-Bestsellerautor

solinno Energy GmbH aus Regensburg. Gründer und Geschäftsführer Klaus Nagl hatte schon immer den inneren Antrieb, einen Teil zum Klimaschutz beizutragen. So war seine Firmengründung im Jahr 2017 für ihn eine logische Konsequenz, um mit Gleichgesinnten im Team sein Technologie-Know-how in sinnvolle Produkte zur Einhaltung der Pariser Klimaziele zu gießen.

Daraus entstanden sind innovative Produkte, die jeden einzelnen Teil der Energiewende werden lassen, z. B. mit dem „Leaflet HEMS“. Das ist eine zentrale Steuerbox zwischen den Stromverbrauchern im Haus und der Erzeugungsanlage. Es berechnet auf Basis von Wettervorhersage, Jahreszeit und Lastprofilen die optimalen „Laufzeiten“. Das heißt, dass die Wärmepumpe läuft und das E-Auto oder der Energiespeicher geladen werden, wenn ausreichend oder möglichst viel Solarstrom zur Verfügung steht. So stellt das Leaflet HEMS sicher, dass das Energiesystem möglichst wenig Energie ins Netz zurückspeist oder aus dem Netz beziehen muss – für eine effiziente und günstige Energieversorgung. Das Leaflet HEMS ist herstellerunabhängig mit einer Vielzahl von Geräten verwendbar. Eine innovative Lösung in Zeiten des Energiesparens und gleichzeitig eine Chance für alle in der Krise. Denn jeder kann damit zur Energiewende beitragen und gleichzeitig Kosten sparen.

Anhand dieser Beispiele ist ganz klar zu erkennen: Jede Krise ermöglicht einen Sprung nach vorne – und das in den unterschiedlichsten Lebensbereichen. Daran sollten wir festhalten und die Chance ergreifen, aus und mit der Krise zu wachsen!