Totaler Kick Gründerfieber in Deutschland: Eine neue Generation von Unternehmern krempelt die Wirtschaft um.

Wirtschaftswoche vom 12.3.1998 | Jutta Hoffritz / Frank Hornig.

Er ist jung, und er hat Erfolg. Da, wo Peter Rasenberger mit ein paar Kabeln und Computern residiert, sitzt das ganz große Geld. Nachbarn des 27jährigen Firmengründers auf der Düsseldorfer Kö sind die Deutsche und die Dresdner Bank. Doch sein Büro an der Edelallee, wo der Computerfreak mit einem Freund vor drei Jahren ‚mit nichts als einer Ikea-Platte' begann, platzt längst aus allen Nähten. Die erste Niederlassung seiner compartner Unternehmensberatung AG in Hamburg ist schon eröffnet, eine zweite folgt in Stuttgart. Das Unternehmen zählt schon 85 Mitarbeiter.

Der Grund für Rasenbergers privates Wirtschaftswunder: Betriebe und Behörden in ganz Deutschland suchen seinen Rat. Denn der EDV-Mann hat die Lösung für den Millenium-Gau - jenen Zeitpunkt, an dem in Deutschland die Rechner verrückt spielen werden, weil sie in der Silvesternacht ihre Datumszeile von 99 auf 00 umstellen. Die Nachfrage ist enorm.

Rasenberger kommt das drohende Desaster wie gerufen. Denn eines ist völlig klar: Er will nach oben. Und zwar mit der eigenen Firma. Daß er Unternehmer werden würde, wußte der Absolvent der European Business School in Oestrich-Winkel schon nach seinem ersten Bewerbungsgespräch beim US-Computerhersteller NCR. Die Personalchefin war zwar von seinen Qualifikationen begeistert: ‚Aber wir werden Sie nicht einstellen. Entweder Sie bringen unser Haus so in Unruhe, daß wir Sie nach einer Woche feuern', so die Personalerin, ‚oder unser Unternehmen regt Sie so auf, daß Sie sofort von selber gehen.' Auf die Standardkarriere im Großkonzern hat der unternehmerische Düsseldorfer, der seinen ersten selbstgebauten Computer schon mit elf Jahren programmierte, seitdem ‚einfach keinen Bock'.

Logisch, gehört er doch zur Null-Bock-Generation - aber der neuen Art: keine Lust auf Umlaufmappe, Reiseantrag und Kantinenessen. Null Bock auf Hierarchien und Vorgesetzte. Statt dessen selbst was machen, anpacken, nach vorne kommen: ‚Wenn die ersten Aufträge kommen, das Telefon ständig klingelt', weiß Rasenberger, ‚gibt das den totalen Kick.'

Gründerfieber in Deutschland: Nicht nur Rasenberger hat es gepackt. In den Labors der Unis, im Umfeld der Spitzenkonzerne oder einfach in der Garage der Eltern - überall wird getüftelt, gerechnet und gewagt. Am Ende steht die eigene Firma.

Politiker und Wirtschaftsbosse jubeln der jungen Zukunft zu. Selten wurden in Deutschland Existenzgründer so umworben wie heute. Schon beschwört Kanzler Helmut Kohl ‚eine neue Kultur der Selbständigkeit'. Horst Köhler, Präsident des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes sieht eine ‚neue Gründerzeit' und rechnet vor, wie in jungen Unternehmen über Nacht 1,5 Millionen Arbeitsplätze entstehen könnten.

So viel Euphorie hat einen guten Grund: Deutschland - einst als Nation der Erfinder und Gründer berühmt - ist ein Volk von Beamten und Angestellten geworden. Im Vergleich zur Wirtschaftswunderzeit ist die Selbständigenquote deutlich gesunken. Betrug der Anteil der Selbständigen an den Erwerbstätigen in den sechziger Jahren noch rund 14 Prozent, liegen die Deutschen mit 9,4 Prozent derzeit auf dem vorletzten Platz in Europa.

Jetzt setzen die Deutschen zur Aufholjagd an. Den Beweis dafür liefert der deutsche Markt für Wagniskapital: Allein 1997 haben Venture-Capital-Gesellschaften, die ihr Geschäft mit neugegründeten High-Tech-Firmen machen, rund 860 Millionen Mark investiert. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein Zuwachs von 44,6 Prozent. ‚Rekordergebnisse', schwärmt denn auch Holger Frommann, Geschäftsführer im Bundesverband deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK). Der ‚enorme Aufschwung' ist für ihn um so erstaunlicher, als sich der gesamte Markt in den vergangenen Jahren ‚mit moderaten Wachstumsphasen in einer gewissen Ruhephase befand'.

Falk Strascheg von der Münchner Technologieholding VC bestätigt den Trend aus seiner täglichen Praxis. ‚Wir werden mit Anfragen überhäuft' , berichtet der Geschäftsführer einer der führenden deutschen Venture-Capital-Gesellschaften: ‚Die Aufbruchstimmung ist eindeutig da.'

Und sie hat weit mehr Menschen erfaßt, als sich an den Zahlen neugegründeter Unternehmen erfassen läßt. Hunderttausende stehen in Deutschland bereit: Gewerbetreibende und Freiberufler, Werber und Broker, Architekten, Consultants und viele mehr. Kurz: Veränderer - im Werbedeutsch change agents genannt - und Wagemutige, die ihre Zukunft selbst in die Hand nehmen

und sich nicht bremsen lassen von den Debatten um Krankenhausnotopfer und Zahnersatz.

Zwei von ihnen sind Mirko Mach und Ferdinand Ruppert. ‚Erst ackert man sich als einer von vielen in Windeseile durch die Unis, um sich dann als Angestellter verschleißen zu lassen?' fragt Mach - und gibt die Antwort gleich selbst: ‚Vielen Dank.'

Die beiden Heidelberger wollten ihre Ideen lieber sofort verwirklichen und machten sich schon als Schüler selbständig. Sie haben ihre Chance im liberalisierten Telefonmarkt gefunden. Als Makler suchen sie für Firmenkunden mit hohen Telefonrechnungen den günstigsten Anbieter. Je zahlreicher die Telefongesellschaften, desto besser floriert das Geschäft der Dienstleister. Obwohl der boomende Markt nach mehr Transparenz schreit, hat das Unternehmen MPC Service immer noch eine Pionierstellung. So klingeln in ihrem Büro in Heidelberg rund um die Uhr die Telefone. ‚Wir sind auch nachts um drei erreichbar', sagt Jungunternehmer Mirko Mach.

Zupacken und durchstarten - das ist auch die Devise von Roland Gerhardt. Und zwar im ganz konkreten Sinn: Gerhardt hat in Düsseldorf die mobile Fahrradwerkstatt Bike Doctor eröffnet. ‚Uns rufen typischerweise Leute an, die morgens auf dem Weg zur Arbeit ihren Vorderreifen platt fahren und keine Zeit zum Reparieren haben' , erklärt der 32jährige, der sich dann mit seinem Dreirad auf den Weg macht. ‚Bis das Rad abends für den Nachhauseweg fit sein muß, haben wir uns der Sache angenommen.'

Da schlackern deutschen Handwerkern, die erst mal keine Zeit haben (‚Vielleicht morgen') und vor dem ersten Handgriff schon mal die Anfahrt berechnen (‚So, das macht dann 122 Mark'), die Ohren.

Jungunternehmer Gerhardt ist mit seiner Idee inzwischen so erfolgreich, daß er ein Franchisekonzept daraus gemacht hat. Seit wenigen Wochen sind seine Zweiradambulanzen auch in Aachen, Berlin, Braunschweig, Hamburg, Hannover und Ingolstadt unterwegs.

Was ihn antreibt? ‚Die große Freiheit. Schließlich bin ich mein eigener Boß.' Über eines freut sich der Fahrradsanitäter, der sein Unternehmen vor dreieinhalb Jahren gegründet hat, ganz besonders: Anträge, Genehmigungen, Kredite ‚und der ganze Kram' , so Gerhardt erleichtert, ‚damit muß ich mich kaum herumschlagen'. Eine mobile Fahrradwerkstatt erfordert geringe Investitionen, so daß er sich mühsame Kreditverhandlungen ersparte. Nach wie vor hat das Unternehmen keine Angestellten. In der Düsseldorfer Werkstatt teilt er sich die Arbeit mit seinem Mitbegründer. Auch beim Franchising hat er es wieder mit selbständigen Partnern zu tun. Über Sozialstandards und Arbeitsrecht mußte er sich deshalb nicht den Kopf zerbrechen.

Wie Roland Gerhardt beweisen auch Yvonne Köth und Michaela Zeller: Man muß nicht unbedingt was von Mikrochips oder Mikroskopen verstehen. Clevere Gründer finden auch so ihre Marktnische. Köth und Zeller verdienen ihr Geld mit Paaren, denen neben dem Job die Zeit fürs Private fehlt - ihre Firma Marriage Day in Bad Vilbel bei Frankfurt organisiert Hochzeiten. Die Geschäftsidee kam den beiden, als Michaela Zeller vor drei Jahren bei der Vorbereitung ihrer eigenen Hochzeit merkte, daß ‚Heiraten ein Full-Time-Job ist'.

‚Vom Brautschuh bis zur Kapelle in Las Vegas können wir alles besorgen, nur den Partner müssen unsere Kunden selbst mitbringen', scherzt Zeremonienmeisterin Köth. Inzwischen haben sie zahlreiche Ehen geschmiedet und wollen im Frühjahr eine zweite Filiale in Frankfurt eröffnen.

Leute wie Fahrradsanitäter Gerhardt, Milleni-um-Helfer Rasenberger oder die Brautjungfern Köth und Zeller haben es schon geschafft - aus eigener Kraft. Wer jetzt neu anfängt, kann sich dagegen über mangelnde Hilfe nicht beklagen. Politik, Wirtschaft und Medien übertrumpfen sich gegenseitig mit Angeboten. Erst Ende Februar hat die Bundesregierung weitere 6,5 Milliarden Mark zinsverbilligte Darlehen für Existenzgründer bewilligt. Schon 1997 hatte die Deutsche Ausgleichsbank (DtA) in Bonn als Förderinstitut des Bundes den neuen Firmenpionieren Darlehen und Bürgschaften über fast zehn Milliarden Mark zugesagt (zur Unternehmensfinanzierung siehe Seite 233). Hinzu kommen die Fördertöpfe in fast jedem einzelnen Bundesland.

Landauf, landab tagen die Existenzgründerseminare, in denen Jungunternehmer sich erklären lassen, wo die Fördergelder besonders reichlich fließen und wie sie widerborstige Kreditsachbearbeiter rhetorisch in die Knie zwingen. Kaum ein Verlag, der in diesem Jahr nicht mindestens eine Wie-mache-ich-mich-selbständig-Fibel herausgebracht hat.

Die sind allerdings auch dringend nötig: Zupackende, junge Gründer treffen doch immer noch an allen Ecken und Enden auf verstaubte Bürokraten. Etwa Sandor Poppinga. Der Norddeutsche mit dem exotisch klingenden Namen hat sich mit einer Agentur für Bildwerbung selbständig gemacht. Doch die Sparkasse, die den Existenzgründerkredit bei der Ausgleichsbank beantragen sollte, vertröstete ihn zwei Jahre lang - bis

die Antragsfrist abgelaufen war. Jetzt sitzt er auf mehr als 35000 Mark Schulden und weiß nicht, wie er sein Unternehmen über Wasser halten soll. ‚Aufträge hätte ich, doch mir fehlt einfach das Geld für eine Digitalkamera', klagt der Jungunternehmer, der mit seiner Sparkasse inzwischen nur noch per Anwalt verkehrt. ‚Wie soll ich ohne Scanner Kataloge entwerfen?' Seine Grömitzer Anwaltskanzlei ist mit derartigen Problemen bereits vertraut. ‚Solche Fälle haben wir immer wieder', erklärt Anwalt Bruno Schöning. ‚Die Banken haben oft gar kein Interesse, den Vermittler für die subventionierten Darlehen der Ausgleichsbank zu spielen, sie wollen lieber Kredite ausreichen, an denen sie selbst gut verdienen.'

Zu solchen Konflikten muß es aber nicht kommen. Wer etwa zu Beginn bei einem der zahlreichen Gründerwettbewerbe mitmacht, steht sofort in einem dichten Netzwerk von Beratern, potentiellen Geldgebern und Gleichgesinnten. Zeitschriften, Sparkassen und Banken, Unternehmen und Unternehmensberater überschlagen sich bei der Ausschreibung solcher Wettbewerbe. Mit seinem Idee-Förderpreis für kreative Gründerinnen ist der Hamburger Kaffeeröster Darboven da nur ein Beispiel für viele.

Auch Großkonzerne zeigen Interesse an den jungen Pionieren. So ist die bayrische Autoschmiede BMW Hauptsponsor im Businessplan-Wettbewerb der Münchner Universitäten. Forschungsvorstand Joachim Milberg: ‚Wir brauchen wieder Pioniere, die in den Ring steigen und mit Überzeugung für ihre Visionen streiten.' Und für BMW, ‚denn unser Haus ist auf ein innovatives Umfeld angewiesen'. Die Konkurrenz aus Stuttgart stellt dafür gleich 20 Millionen Mark zur Verfügung. Mit diesem Geld hat Daimler-Benz einen Fonds ausgestattet, der High-Tech-Gründer finanzieren soll.

Wie sich die Zeiten ändern: Jahrelang mußten sich Existenzgründer von den Großen als hemdsärmelige Habenichtse anschauen lassen. Jetzt werden sie plötzlich als Helden der Nation gefeiert. ‚Gründerzeit' heißt das Zauberwort.

Doch die neuen Gründer tragen nicht mehr Zigarre, Zwicker und Zylinder wie die Vorväter. Sie ignorieren die Ratschläge der Eltern (‚Lern' erst mal was Ordentliches'), und sie mißtrauen den alten Weisheiten ihrer Pauker (‚Lehrjahre sind keine Herrenjahre').

‚Das ist alles Schnee von gestern', wischt Robert Rothe mit einer Handbewegung das Arbeitsethos ganzer Generationen beiseite. ‚Was heute zählt, ist Tempo, Risikobereitschaft und die Power, eigene Ideen durchzuziehen.' Der 08/15-Lebenslauf aus dem Windkanal kann da nur schaden. Deshalb haben Rothe und sein Partner Jörn Lubkoll auch die Uni abgebrochen, um ihre eigene Firma zu gründen.

Ihre Berliner Firma Interactive Networx liefert allein im Unternehmensbereich Snafu knapp 18.000 Privatkunden sowie 700 Firmen wie Siemens, Bankgesellschaft Berlin und Sat 1 Service rund ums Internet. Dabei bietet Interactive Networx als größter kommerzieller Provider nicht nur den Zugang zur Datenautobahn, sondern hilft den Unternehmen auch bei der Selbstdarstellung im Netz, baut interne Datennetze und sogenannte Firewalls zum Schutz vor unerwünschten Gästen. Über Arbeitsmangel kann sich Robert Rothe - Vorstellungsgespräche führt er ‚gerne auch am Sonntagmorgen' - nicht beklagen. 1997 hat er den Umsatz seines drei Jahre alten Unternehmens auf zehn Millionen Mark verdoppelt. Für dieses Jahr visiert der 28jährige Firmenchef 17 Millionen Mark an.

Rolf Willmund ist zwar über zwei Jahrzehnte älter als Internetdirigent Rothe. Sein Faible für schräge Lebensläufe ist aber genauso stark. Weil an der Uni kein Lehrstuhl frei wurde, wechselte der Molekularbiologe kurzerhand ins Unternehmerlager. Die Gene-Scan GmbH ist schon die zweite Firma, die er aus der Taufe hob. Während das erste Unternehmen sich auf Umweltverträglichkeitsprüfungen und Gewässerschutz konzentriert, geht es diesmal ums Essen. Willmunds Labor weist Genmanipulationen in Lebensmitteln nach. ‚Von der Gentomate bis zum manipulierten Soja-Lecitin in der Schokoladentafel', erklärt der Molekularbiologe, ‚wir haben für alle zugelassenen Pflanzen ein Nachweismittel.' Mit Erfolg: Mit rund 100 Kunden hat er 1997 schon 1,3 Millionen Mark Umsatz gemacht.

Was Jungunternehmer Rothe und sein spätberufener Unternehmerkollege Willmund an den Hochschulen vermißten, Praxisnähe und Unternehmergeist, hält inzwischen selbst an Deutschlands altehrwürdigen Universitäten Einzug. So finden sich zum Beispiel in München und Berlin die innovativsten Studenten und Jungakademiker in großangelegten Businessplan-Wettbewerben zu Gründerteams zusammen. An anderen Hochschulen sorgt der Bundesverband junger Unternehmer (BJU) mit Gründervorlesungen für Pionierstimmung unter den Studenten.

‚Einen enormen Andrang' erlebt Friederike Rausch, zweite Vorsitzende des BJU, auf solchen Veranstaltungen. Die 36jährige geschäftsführende Gesellschafterin der Kölner Idee Informationsdesign und -entwicklung GmbH, einem Anbieter von Internetanwendungen, gehört selbst zur umworbenen Gründerelite. Am kommenden Montag steht sie, zusammen mit Experten der Deutschen Ausgleichsbank und des Deutschen Industrie-

und Handelstags, den Lesern der Wirtschaftswoche im Internet Rede und Antwort.

Manche Universitäten gehen noch weiter. So wird die European Business School in Oestrich-Winkel zum Sommersemester den ersten Lehrstuhl für Unternehmensgründer eröffnen - Stichwort ‚Entrepreneurship'. Zusätzlich zur normalen BWL-Ausbildung sollen die Studenten schon im Hörsaal üben, wie man Marktnischen aufspürt und eine Geschäftsidee entwickelt.

Die Idee stammt aus den USA. Vor 50 Jahren wurden an der Harvard Business School in Cambridge/Massachusetts die ersten Entrepreneurship-Kurse angeboten, um Kriegsheimkehrern eine Alternative zur Jobsuche zu geben. Die Selbständigkeit drängte sich für sie geradezu auf, meint Howard Stevenson, Chef des Harvard-Gründerlehrstuhls : ‚Die GIs mußten eine zivile Existenz gründen und hatten die Nase voll vom Gehorchen.'

Hinter den Neugründungen in der Bundesrepublik steckt die Deutsche Ausgleichsbank (DtA). Neben Oestrich-Winkel unterstützt Eckart von Reden, Vorstandssprecher der DtA, auch die Hochschulen in Köln, Mannheim und Dresden sowie die Humboldt-Uni in Berlin beim Aufbau von Existenzgründerlehrstühlen. Sein Ziel: ‚das antiquierte Unternehmerbild über Bord werfen'.

Dem Mann kann geholfen werden. Kompetente Gastdozenten für die neuen Lehrstühle stehen zu Genüge bereit. Computerfreak Peter Rasenberger: ‚Ich bin schon mit mehreren Unis im Gespräch.'