

WIRTSCHAFT

Stuttgarter Startrampen für Gründer

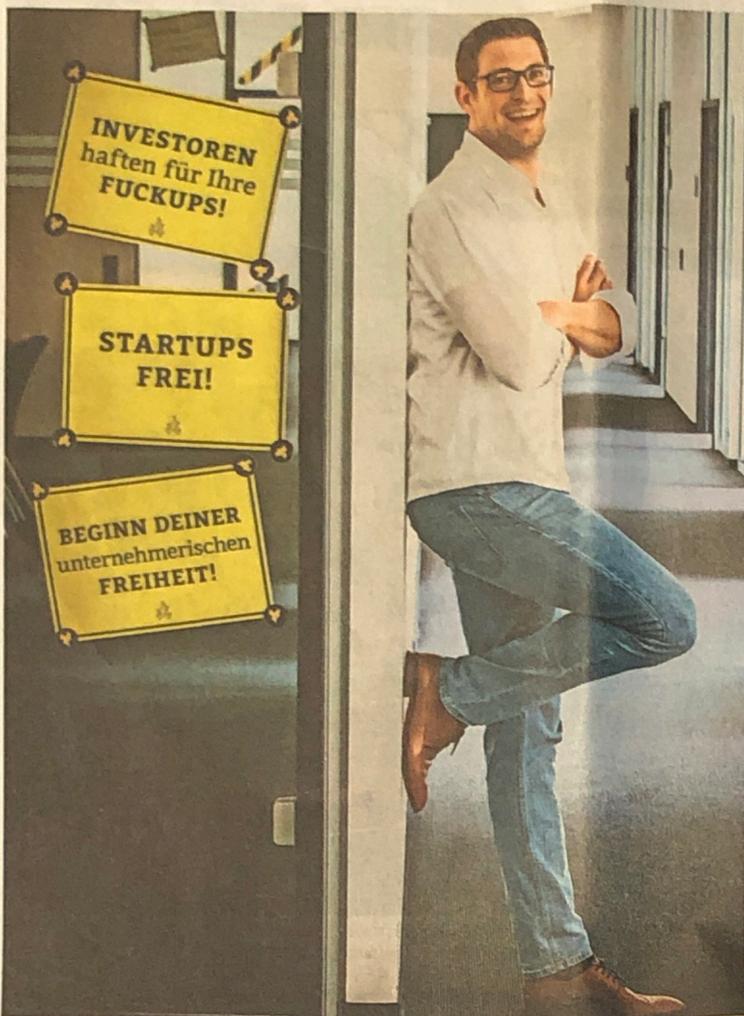
Innovation In der Stadt starten erstmals „Acceleratoren“, die junge Unternehmen methodisch antreiben. Von Andreas Geldner

Gründer sollen in Stuttgart künftig kräftig durchstarten können. Gleich drei unterschiedlich strukturierte, neue Angebote sollen sie beim schnellen Weg auf den Markt unterstützen. „Acceleratoren“ nennen sich in der Startup-Fachsprache diese „Beschleuniger“. Sie sollen in einem straffen, systematischen Prozess verhindern, dass sich gute Ideen in zu langen Planungs- und Entwicklungsphasen verheddern, und erreichen, dass sie sich zügig entwickeln.

Für ein von der Wirtschaftsinitiative Baden-Württemberg Connected (BWCon) betriebenes Programm namens Arena 42 läuft bis zum 20. Dezember die Bewerbungsfrist. Startzeitpunkt ist Februar 2016. Die Hochschule der Medien (HdM) will in Kooperation mit der Universität Stuttgart, dem Fraunhofer-Institut und den Wirtschaftsförderern in Stuttgart und der Region ebenfalls einsteigen. Der genaue Beginn im Jahr 2016 steht allerdings noch nicht fest. Bevor es losgeht stehen noch Haushaltsentscheidungen an. Bei diesem Vorhaben sind mittelfristig die Ambitionen am größten: Bis zum Jahr 2018 soll für den „Gründer-Beschleuniger“ an der Hochschule sogar ein eigenes Gebäude entstehen.

Am weitesten ist das in dieser Woche offiziell eröffnete Gründerzentrum Accelerate Spaces auf dem ehemaligen Waldbaur-Gelände am Stuttgarter Feuersee. Es wird von einem in der regionalen Start-up-Szene seit mehreren Jahren gut vernetzten und auch als Organisatoren von Start-up-Wettbewerben in Baden-Württemberg engagierten Team um den Geschäftsführer Johannes Ellenberg betrieben. Das von der Firma Accelerate Stuttgart getragene Projekt ist insofern eine Besonderheit, als dass es zwar von der Wirtschaftsförderung Stuttgart und Unternehmen unterstützt wird, aber belegen will, dass das Projekt sich privatwirtschaftlich tragen kann.

Dazu sollen auch ergänzende Angebote wie Raumvermietung und Seminare beitragen. „Wir sind nicht nur selbst an den Start-ups beteiligt, sondern holen von Anfang an private Investoren mit ins Boot“, sagt Ellenberg. Es soll für die Start-ups auch Patentfirmen geben, die den Gründungsprozess begleiten, und dabei etwa eigene Mitarbeiter in Start-up-Methoden schulen können. Hier ist für Firmen auch aktuell noch ein Einstieg möglich. Die Währung in der die finanziell meist klammen Gründer bezahlen, sind bei allen Konzepten Anteile an ihren Unternehmen. Wenn sie Erfolg haben, können dann auch ihre Förderer diese vergolden.



Johannes Ellenberg, der Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart, ist mit fünf Gründerteams schon am Start. Foto: Lichtgut/Achim Zweygarth

BRUTKÄSTEN FÜR INNOVATOREN

Begriff Das Wort Accelerator kommt vom englischen Begriff „Beschleuniger“. Dies sind meist überschaubar große Gründerzentren, in denen nach einer rigorosen Struktur und engem Zeitplan innovative Unternehmen bis zur nächsten Etappe ihres Entwicklungsprozesses begleitet werden. Die Idee ist es, sich

nicht allzu lange in Planungs- oder Konzeptionsphasen zu verlieren, sondern möglichst rasch die Geschäftsidee an der Realität zu messen.

Konzept Acceleratoren-Programme werden durch erfahrene Gründungsexperten begleitet, teilweise auch durch Technikentwickler, welche die

Gründer nicht nur beraten, sondern durch stetige Zielvorgaben auch antreiben. Oft setzen die meist nur wenige Monate dauernden Programme in der Frühphase einer Gründung an. Aber sie haben oft auch bereits das Ziel einer Präsentation vor Investoren, die dann die Mittel für eine rasche Expansion aufbringen. age

„Acceleratoren“ gelten als entscheidende Bausteine, um die regionale Gründerkultur durch eine Start-up-Komponente zu bereichern. Bei Start-ups geht es im Gegensatz zu konventionellen Gründungen immer um Innovation. Das kann neue Tech-

nik, aber das können auch kreative Geschäftsideen sein. Vor allem aber steckt in diesen Gründungen das Potenzial, sehr stark zu wachsen. Ein „Accelerator“ ist deshalb mehr als ein Gründerzentrum. Die drei Stuttgarter Projekte werden ihre

Gründerteams intensiv begleiten. Bei Accelerate Stuttgart sind es fünf, bei Arena 42 sind es drei – und an der Hochschule der Medien könnten es zehn Start-ups werden.

Zu den Programmen gehört eine penible Kontrolle der laufenden Fortschritte, Beratung beim Marketing und rechtlichen Fragen. Im Falle von Arena 42 kommt auch eine technische Beratung hinzu, die es am Ende erlauben soll, potenziellen Kunden oder Investoren einen Prototyp zu präsentieren. „Das muss aber nicht unbedingt ein technisches Produkt sein, es kann auch ein im Probebetrieb ausgetestetes Geschäftsmodell sein“, sagt Alexandra Rudl, die bei BWCon Gründer in frühen Phasen betreut. Auch die Gründer des Modeversenders Zalando hätten zunächst getestet, ob Käufer überhaupt bereit waren, online Schuhe zu beziehen, sagt sie.

Alle Angebote richten sich an Start-ups in der Frühphase. Sie holen diese aber an unterschiedlichen Punkten ab. Bei Arena 42 geht um Start-ups in der Ideenphase. „Wir wollen die Konzepte auf Marktreife testen“, sagt hingegen Johannes Ellenberg von Accelerate Stuttgart. Die Betreuungskonzepte ergänzen sich also eher, als dass sie sich überlappen. Am Anfang steht immer ein Bewerbungsverfahren. Dann ist der Zeitplan straff. Bei Accelerate Stuttgart und dem von der Hochschule der Medien anvisierten Projekt sollen die Start-ups binnen eines halben Jahres für die nächste Stufe flügge werden oder die Grenzen ihres Projekts erkennen. Bei Arena 42, das BWCon in Kooperation mit Partnerunternehmen betreibt, wird das Programm binnen drei Monaten absolviert.

Bei Accelerate Stuttgart reicht die erste, bereits gestartete Gruppe von Start-ups von einem Anbieter von Aktionsspielen bis zu einem Online-Shop für den Bedarf von Geschäftsreisenden. Dies sind Konzepte, für die in der bisher von auf Firmenkunden hin orientierten Gründerlandschaft in Stuttgart, weniger Platz war. Arena 42 setzt hingegen, auch durch den technologischen Fokus der Partnerfirmen bedingt, auf das Thema „Internet der Dinge“.

Der geplante Accelerator unter dem Dach der Hochschule der Wirtschaft wird ebenfalls vorgeben, dass die Gründer an einem technologischen Thema arbeiten – auch um an entsprechende Fördermittel der EU heranzukommen. „Bei uns können sich aber nicht nur Hochschulangehörige bewerben, auch wenn wir natürlich einen Schwerpunkt bei Gründern mit akademischem Hintergrund erwarten“, sagt Hartmut Rösch vom HdM Start-up-Center. Ob die Gründer aus dem Inland oder Ausland kommen, spielt auch bei diesem von öffentlichen Fördergeldern abhängigen Projekt keine Rolle. „Da spielen die Grenzen heutzutage keine Rolle mehr“, sagt Rösch.

Kommentar

Neue Ideen braucht das Land



Gründungen Stuttgart hat frischen Wind nötig – neue Start-up-Projekte setzen Zeichen. Von Andreas Geldner

Wir kennen das schon. Das haben wir doch schon immer gemacht. Die brauchen das Rad nicht neu zu erfinden. In Baden-Württemberg haben wir doch schon so viele erfolgreiche Gründungen von der Rampe gebracht – ganz seriös, oft in enger Partnerschaft mit etablierten Firmen. Das sind Sätze, die man in der Region Stuttgart gelegentlich hört, wenn es darum geht, ob man denn so etwas Neumodisches, wie die von englischen Modevokabeln wimmelnde, so genannte Start-up-Kultur importieren soll. Womöglich gar noch aus der sich so lautstark inszenierenden, wilden Gründermetropole Berlin!

Gemach, kann man gegenüber solchen Einwänden nur sagen. In einer vielfältigen regionalen Gründerlandschaft hat alles seinen Platz. Und die Idee, die hinter dem Begriff Start-up steht, ist schon eine etwas andere als bei traditionellen Gründungen. Es geht hier um das Potenzial, Dinge einmal ganz neu und anders anzupacken. Und so sind auch die sich anbahnenden oder bereits gestarteten, so genannten Acceleratoren eine echte Bereicherung für einen vitalen Gründerstandort. Sie eröffnen neue Wege und neue Methoden, wie Ideen, die vielleicht sonst versandet wären, am Ende zu Marktreife kommen können.

„Wir brauchen Gründer, um frischen Wind in etablierte Unternehmen zu bringen“, sagte Ines Aufrecht die Chefin der Wirtschaftsförderung der Stadt Stuttgart in dieser Woche bei der Eröffnung des Projektes von Accelerate Stuttgart. In der Tat: Gegenseitige Lernbereitschaft ist wichtiger als vielleicht arrogantes Selbst- und Sendungsbewusstsein – auf beiden Seiten. Und hier könnte sich noch so manches etablierte Unternehmen einen Ruck geben. Auch wenn manches am legeren Stil der sich formierenden, jungen Gründerszene nicht gleich zur mittelständischen Innovations- und Firmenkultur passt, sollten gerade diese Unternehmen die Chance nutzen, damit in Kontakt zu kommen. Ein positives Aha-Erlebnis ist garantiert.

Konjunktur

Mehr Risiken im Auslandsgeschäft

In der Region hat die Zahl der Unternehmen, die ihre aktuelle Geschäftslage als gut oder befriedigend bezeichnen, weiter zugenommen. Nach Angaben der Industrie- und Handelskammer (IHK) Region Stuttgart liegt der Anteil jetzt bei 95 Prozent – gegenüber 93 Prozent im Frühsommer.

Gleichwohl nimmt die Zahl der Unternehmen, die die Auslandsnachfrage als großes Risiko betrachten, deutlich zu; bei den Industriebetrieben ist sie jetzt der Risikofaktor Nummer eins. Viele auslandsorientierte Unternehmen haben nach Angaben der IHK ihre Exporterwartungen nach unten angepasst und ihre zuvor expansiven Pläne für Inlandsinvestitionen reduziert. Vielfach wird mit einem geringeren Wachstum der Weltwirtschaft gerechnet; Ergebnis ist ein nachlassender Optimismus. An der IHK-Umfrage haben sich etwa 940 Betriebe beteiligt. stz

Kontakt

Wirtschaftsredaktion
Telefon: 07 11/72 05-12 11
E-Mail: wirtschaft@stz.zgs.de

Höhere Ökostromumlage erzürnt die Industrie

Energiewende Die Umlage zur Förderung der erneuerbaren Energien steigt. Die Wirtschaft warnt vor einem Wettbewerbsnachteil.

Die Verbraucher müssen 2016 für die Ökostromumlage tiefer in die Tasche greifen. Wie die Netzbetreiber 50 Hertz, Amprion, Tennet und Transnet BW am Donnerstag mitteilen, wird die Umlage 2016, wie am Donnerstag bereits berichtet, auf 6,354 Cent je Kilowattstunde und damit um drei Prozent angehoben. In der Industrie und im Handel stieß die Erhöhung auf Kritik. „Die vom Bundeswirtschaftsministerium versprochene Kostenbremse bei der Energiewende war Wunschdenken“, erklärte der Präsident des Bundesverbandes der Industrie (BDI), Ulrich Grillo. Die Umlage werde aber weniger

deutlich steigen als in den Jahren 2012 bis 2014, erläuterte Jochen Homann, Präsident der Bundesnetzagentur. Insofern sei es mit der Reform des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG) gelungen, die Kostendynamik zu durchbrechen. 2015 war die Ökostromumlage allerdings gesunken.

Über die Ökostromumlage wird die Differenz zwischen den staatlich garantierten, höheren Abnahmepreisen von Ökostrom und dem Börsenstrom-Tarif bezahlt. Das bedeutet: Je niedriger der Börsenpreis, desto höher die Umlage und umgekehrt. Für den Betrag von zuletzt gut 23 Milliarden Euro müssen die Stromkunden auf-

kommen, vor allem Mittelständler und Privathaushalte. Denn zahlreiche Industriebetriebe sind als große Verbraucher davon ausgenommen. Auf Basis der aktuellen 6,17 Cent je Kilowattstunde zahlt ein Durchschnittshaushalt inklusive Mehrwertsteuer dafür etwa 250 Euro im Jahr. Die Betreiber verteidigten die Erhöhung. Nach ihren Schätzungen sei sie nötig, da auch 2016 mit steigender Stromerzeugung vor allem aus Wind und Biomasse und damit mit Kosten in Höhe von 23,1 Milliarden Euro zu rechnen sei.

Von den energieintensiven Unternehmen hagelte es Kritik, obwohl sie von einem Teil der Umlage befreit sind. „Trotz aller Reformen dreht sich die Kostenspirale beim EEG weiter“, sagte Utz Tillmann, Sprecher der Energieintensiven Industrien in Deutschland (EID). „Noch immer gebe es

keine wirksame Kostenbremse für den Ausbau der erneuerbaren Energien. Schon heute betrage die Belastung der EID-Branchen über zwei Milliarden Euro. Auch in der Textil- und Modeindustrie sowie im Handel sorgte die EEG-Umlage für Unmut. „Exportstarke Industrieunternehmen haben damit Riesensprossprossprosspross“, sagte Ingeborg Neumann, Präsidentin des Gesamtverbandes der deutschen Textil- und Modeindustrie. Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes HDE, forderte eine faire Kostenverteilung. Den Handel trafen die steigenden Belastungen doppelt. Zum einen hätten die Kunden dann weniger Geld in der Tasche, zum anderen zahlten auch die Händler mehr für Strom und Energie. rtr

Wo Schokolade Schoggi heisst.



Entdecken Sie, wie frisch Schweizer Schoggi schmeckt: In unseren Chocولاتerien erwarten Sie über 20 Sorten original Läderach FrischSchoggi, edelste Pralines und Truffes in der Offentheke und viele süsse Geschenkideen.

Läderach – chocolatier suisse, Schulstrasse 12, Stuttgart, www.laederach.ch

Läderach
chocolatier suisse