



Stuttgarter Ursuppe

Der Südwesten Deutschlands ist aufgewacht: Künftig haben Techies dort mehr Chancen. Teil zwei der absatzwirtschaft-Serie über Start-up-Regionen in Deutschland

Autorin: Christine Mattauch

Die Neonschrift an der Wand leuchtet grell und türkis: „Someone is getting rich“. Ein junger Mann mit Vollbart versucht, seine Geschäftsidee zu beschreiben. In 60 Sekunden. Wearables für Epilepsiepatienten. „Und jetzt der Nächste. Kommt schon, das ist eure Chance, euch kostenlos vorzustellen“, schreit der Moderator.

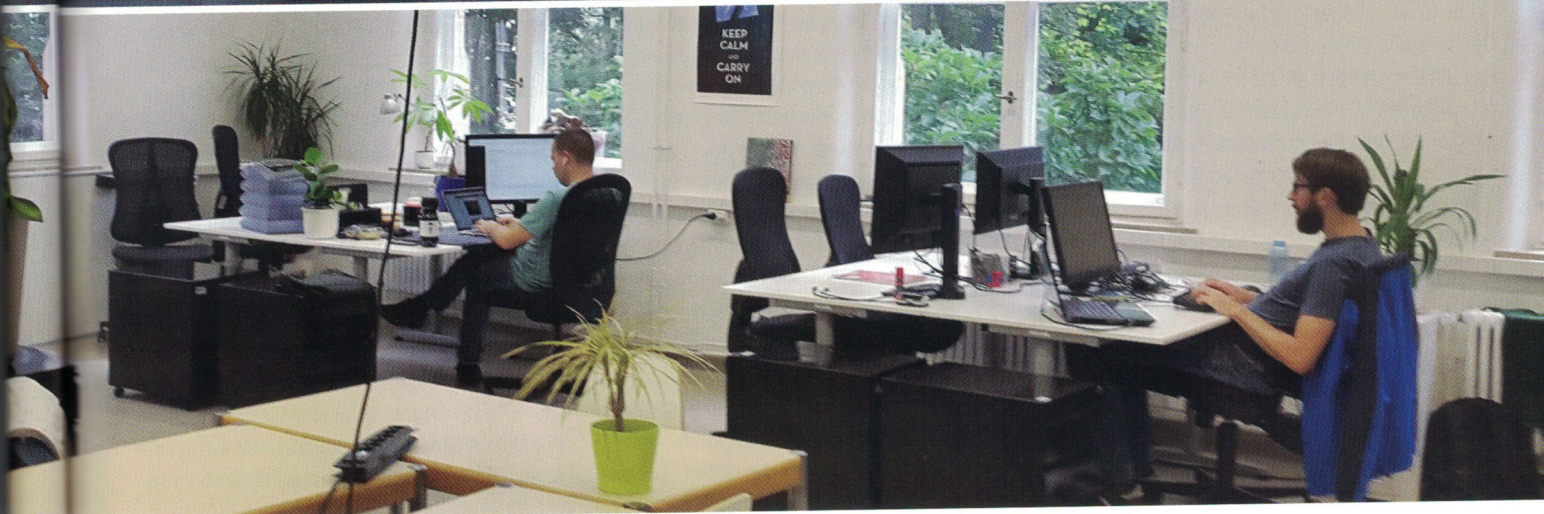
Rund 150 Leute haben sich an diesem Sommerabend zum monatlichen „Gründergrillen“ eingefunden. Der Ort: die Räume eines Akzelerators. 90 Prozent Männer, viele Jeans, wenige Jacketts; der Einzige mit Krawatte ist der Barmann. Auf der weitläufigen Terrasse gibt es gegrillte Würstchen, würzige dünne und milde dicke. Es ist wie bei zahllosen anderen Gründertreffen in

Deutschland. Nur dass dieses Treffen in Stuttgart stattfindet.

Start-ups in Stuttgart? Viele wissen nicht einmal, dass es dort so eine Szene überhaupt gibt. Die Region mag für Tüftler und Erfinder stehen, aber auf schwäbische Art: in der geordneten Welt des industriellen Mittelstands oder der ganz Großen, Daimler, Porsche und Bosch. „Denen müssen Sie erst mal beweisen, dass ein Geschäftsmodell funktioniert“, sagt Sven Dumke, der eine Bachelorarbeit über die Stuttgarter Gründerszene schrieb und heute als Berater arbeitet. Im „Start-up Monitor“ des Bundesverbands Deutsche Startups (BVDS) waren Stuttgart und Karlsruhe 2013 und 2014 nicht einmal erwähnt. Gemessen daran, hat die Szene über-

raschend viel zu bieten. Co-Founder Speed Dating, Hackathons, Start-up-Weekends. Coworking Spaces und Inkubatoren wie Accelerate Stuttgart, in den kürzlich die Münchner Firmenschmiede Etventure einstieg. Auf dem Campus der Universität Stuttgart entsteht die Arena 2036, eine Forschungsfabrik inklusive Start-up-Autobahn mit Beteiligung von Daimler (siehe Interview). Bosch betreibt seit 2014 ein Start-up-Labor in Ludwigsburg. Gleich nebenan gründete Porsche im Mai eine Digital-Tochter „als Schnittstelle zwischen Porsche und Innovatoren weltweit“.

Es sind Anfänge, immer noch. Doch es scheint, als sei die Region aufgewacht. Selbst die Politik scheint allmählich zu verstehen, dass die traditionel-



Schwäbische Ordnung: Stuttgart kann auch Start-up. Allerdings sehen die Büros etwas aufgeräumter aus als in Berlin, Hamburg oder München

len Stärken des Südwestens nicht mehr reichen. Grüne und CDU unterzeichneten ihren Koalitionsvertrag am 9. Mai symbolträchtig auf dem Stuttgarter Startup Campus, einer privaten Initiative, die im Gebäude eines ehemaligen Garnisonslazarets residiert. Die Koalitionäre feierten ihr Ziel, „Baden-Württemberg zum dynamischsten Gründerland in Europa zu machen“, und versprachen ein Gründungsnetzwerk und einen Innovationsfonds.

Es war der erste Koalitionsvertrag in Baden-Württemberg mit dem Wort Start-up. Die Szene hatte trotzdem auf mehr gehofft, etwa auf ein Digitalministerium. „Diese Maßnahmen sind eher Lada als Porsche“, giftete BVDS-Vorsitzender Florian Nöll in einer Onlinekolumne. „Klingt nicht so, als ob in Berlin oder London jemand die neue Konkurrenz aus dem Süden fürchten müsste.“

Wenn es etwas gibt, woran sich der Fortschritt der Szene messen lässt, ist es das Gründergrillen. Der Event begann 2011 mit einer Handvoll Leute im Schlosspark. „Wir haben Pionierarbeit geleistet. Drei Jahre war es extrem hart“, sagt Johannes Ellenberg, inzwischen

Blick nach Karlsruhe

Stuttgart und Karlsruhe: Die Verbindung ist eng, trotzdem steht Karlsruhe für eine eigene Startup-Szene, spezialisiert auf IT und Energie. Brutstätten für Ideen sind die Pioniergarage des berühmte Karlsruher Instituts für Technologie (KIT), das CyberLab des Vereins Cyberforum und die Technologiefabrik der IHK. Seit 2014 gibt es außerdem den Innovationscampus von EnBW, einen Steinwurf entfernt vom Kohlekraftwerk. Alte und neue Welt dicht nebeneinander.

Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart. Heute ist das Grillen eine Institution und wird vom Verein Startup Stuttgart organisiert, seit 2014 Schalt- und Koordinierungsstelle für alles, was in der Region zum Thema Gründung läuft. Treffpunkt ist meist die „Schankstelle“, eine zur Kneipe umgebaute Tankstel-

le direkt gegenüber der IHK, worin ein gewisser provokativer Reiz liegt, denn von den etablierten Institutionen fühlten sich die Stuttgarter Techies lange schlecht vertreten.

Adrian Thoma gehört zu ihnen. Nackenlange Haare, Kinnbärtchen, eine leise, schnelle Stimme. Früher wollte er Rockstar werden, jetzt konzertiert der 33-Jährige die Gründerszene: Regionalsprecher des BVDS, Vorstandsmitglied des Vereins Startup Stuttgart, Mitgründer des Startup Campus. Beim Gründergrillen kann er kaum zwei Meter laufen, ohne dass ihm jemand auf die Schulter klopft.

„Ursuppe“ nennt Thoma die diffuse Mischung aus Tüftlern, Studenten, Partygängern und mondsüchtigen Kreativen; diese Kultur, in der wie selbstverständlich Ideen geboren und wieder verworfen werden. Daran mangelte es bisher in Stuttgart, auch weil es für Absolventen der Hochschulen so viel einfacher ist, gut bezahlte Jobs bei Daimler, Bosch, Porsche und Mahle anzunehmen. „Die Studenten werden schon in der Uni von den großen Unternehmen belagert“, sagt Michael ▶

Aechtler, Vorstandsvorsitzender des Vereins Startup Stuttgart. Wer gründete, war Außenseiter.

Felix Eysler wagte es trotzdem. Der gebürtige Stuttgarter gründete 2010, kurz nach seinem Wirtschaftsinformatikstudium, die Regiohelden – ein Unternehmen, das für Mittelständler und Freiberufler Internetwerbung optimiert. „Die Szene war damals sehr überschaubar. Außer uns und Edelight gab es im Grunde keine Start-ups.“ Edelight, das war die Firma, bei der Eysler in den ersten Monaten unterkroch, „in einer Art Abstellkammer“. Auch regionale Investoren suchte Eysler vergebens.

Trotzdem ist daraus ein dynamisches Unternehmen geworden mit über 10000 Kunden, 250 Mitarbeitern und neun Standorten; der Kölner Außenwerber Ströer übernahm im vergangenen Jahr einen 90-prozentigen Anteil. Hauptsitz der Regiohelden jedoch ist Stuttgart geblieben. „Ich bin ganz happy hier“, sagt der 28-Jährige lapidar. Er mischt in der Start-up-Szene mit, beteiligt sich als Business Angel bei Reparatur und Mädchenflohmarkt, spricht auf Konferenzen, lässt sich beim Grillen sehen. Und stellt immer wieder fest: „Es gibt hier clevere Leute, aber sie sind zu risikoavers.“

Die Hochschulen sind daran nicht ganz unschuldig. Sie fördern die Gründerdynamik weit weniger als etwa die Münchner Universitäten – wohl auch, weil Mäzene wie Susanne Klatten fehlen, die BMW-Großaktionärin, die dort großzügig Entrepreneurship-Initiativen unterstützt. Immerhin: Die Universität Hohenheim rollt ein 2015 gestartetes Pilotprojekt, die Startup Garage, nun hochschulweit aus – „Hohenheim macht“ nennt sich das Programm. Dafür gibt es jetzt Fördermittel vom Land, ebenso wie für das Projekt „Spinnovation“, an dem unter anderem die Hochschule der Medien beteiligt ist.

Die hat in einem Ladenlokal im Hochschulviertel ein Start-up-Center eingerichtet, die Schaufenster vollgestellt mit Werbepappen: „We power your idea“. Ulf Kühnapfel gehört zu den Gründern, die sich dort eingemietet haben. Vor drei Jahren arbeitete der schlacksige 31-Jährige noch bei Mercedes-Benz als Designer, hatte aber schon eine Idee im Kopf. Genervt davon, dass er bei seinem Inter-

netprovider immer in der Warteschleife landete, suchte er nach einer Softwarelösung, um den Service zu verbessern. Als er sie hatte und Mitstreiter dazu, kündigte er von einem Tag auf den anderen. „Ich hatte einen geilen Job und ein geiles Gehalt und eine 35-Stunden-Woche, aber ich wusste, dass ich mich mein Leben lang ärgern würde, wenn ich nicht

versuchen würde, mein eigenes Ding zu machen.“ Virtual Q heißt sein Unternehmen heute, hat neun Mitarbeiter, namhafte Kunden und mehrere

Gründerpreise abgeräumt, darunter den Quantensprung-Award von der Verlagsgruppe Handelsblatt und der Postbank. Kühnapfel will in Stuttgart bleiben: „Unser Geschäft ist B2B, dafür ist die Region ein guter Standort.“

Die Industrie bleibt das Fundament des Ländle. Laut „Start-up Monitor“ haben Gründer aus der Region Stuttgart/Karlsruhe zu 80 Prozent B2B-Kunden, mehr als irgendwo sonst. Und das, obwohl sich der schwäbische Mittelstand dem digitalen Zeitalter nicht eben mit Begeisterung nähert. „Die Großen haben verstanden, wie schnell sich ihre Geschäftsmodelle ändern. Für den Mittelstand gilt das nicht unbedingt“, sagt Aechtler. Gemeinsam mit der IHK versucht er neuerdings, disruptive Gründer mit alteingesessenen Unternehmern zusammenzubringen.

Adrian Thoma quält sich mit seinem weißen Quattro durch den Freitagnachmittagsverkehr. Sein Ziel: die Robert Bosch Startup GmbH in Ludwigsburg, eine halbe Stunde nördlich von Stuttgart. Sie sitzt in einer umgebauten Industriehalle nahe der Autobahn. Dort wartet schon Peter Guse, ein hochgewachsener freundlicher Ingenieur. Jahrelang hat er in der Forschungsabteilung von Bosch erlebt, wie Ideen aufkamen und sie untereinander sagten: Das müsste Bosch machen. Aber Bosch machte es nicht. Weil die Ideen nicht ins Raster passten. Guse und seine Kollegen gingen der Unternehmensführung so lange auf die Nerven, bis die Startup GmbH beschlossen wurde.

Jetzt ist Guse hier Geschäftsführer und stolz auf die Freiheit und den kleinen Dienstweg. „Unsere Ingenieure können

ihre Ideen sofort ausprobieren“, sagt er – etwa in der „Garage“, einem Bastelraum mit 3-D-Druckern, Kantbank, Bohrmaschinen und Lötkolben. 30 eigene Mitarbeiter beschäftigt der konzern-eigene Inkubator in Ludwigsburg, darüber hinaus können Externe und Bosch-Teams Räume mieten. Jede Idee passt erst mal, vorausgesetzt, sie ist skalierbar. So wie der App-kontrollierte Temperatursensor, den ein Team in diesem Jahr an Spargelbauern vermarktet – und künftig auch an andere Landwirte.

Auch wenn der Bosch-Inkubator ein eigener Kosmos ist – zur Start-up-Szene draußen gibt es Verbindungen. Guse holt Protagonisten wie Thoma als Coaches und hilft schon mal bei der Finanzierung von Projekten. „Es ist ein Geben und ein Nehmen“, sagt er. In einer Region, die so stark von den Großen geprägt ist, geht selbst bei der Start-up-Förderung wenig ohne sie.

Auch im Stuttgarter Süden helfen sich etablierte Unternehmen und Start-ups. Ulrich Dietz, CEO der GFT Technologies AG, fördert seit Jahren die Innovationskultur in der Region, seit 2014 auch mit einem eigenen Akzelerator: „Code_n Spaces“. Im ersten Stock die Gründer, im zweiten Stock eine „Executive Area“ für externe Manager. Die Räume hat ein Künstler im Edeldesign gestaltet; selbst das, was abgerissen aussieht, ist wohlüberlegt. Hier wird längst nicht mehr nur die kreative „Ursuppe“ gerührt, die sich Adrian Thoma wünscht.

Trotz aller Fortschritte wird es dauern, bis der Rest der Republik zur Kenntnis nimmt, dass Schwaben und Badener

auch Start-ups können. Das weiß auch Thoma. Vor einem Jahr organisierte der BVDS eine Bustour ins Rheinland. Sie wurden dort bestaunt

wie Exoten. „Wenn Sie in Köln einen Gründer nach den Start-up-Standorten Stuttgart oder Karlsruhe fragen, dann schaut der Sie nur an und sagt: „Upps?“ zitierte die „Stuttgarter Zeitung“ einen Szenekenner. Aber Schwaben sind zäh. Diesen Herbst organisiert Thoma wieder eine Bustour. Es geht nach Berlin. Mutig, oder? Thoma findet das nicht. „Klar ist Berlin heute die Start-up-Hauptstadt“, sagt er. „Aber unsere Symbiose von Corporates und Start-ups gibt es da nicht. Wenn wir diesen Vorteil nutzen, kann richtig was durch die Decke gehen.“

Clevere Leute – „aber zu risikoavers“

Die meisten Chancen bietet das B2B-Geschäft

„Diesen Platz belegen wir!“

Susanne Hahn, Leiterin Daimler Business Innovation, über die neue Startup Autobahn

Auf dem Campus der Universität Stuttgart entsteht mit der Startup Autobahn ein ehrgeiziges Projekt. Daimler ist Initiator. Was macht das Projekt spannend für Sie?

SUSANNE HAHN: Wir verknüpfen ganz bewusst die Ingenieurskunst der Region mit dem Drive des Silicon Valley: ein entscheidender Partner dafür ist „Plug and Play“, der bekannte Akzelerator und Investor aus Sunnyvale in Kalifornien. Die Gründer von Startup Autobahn werden in der Arena 2036, dem größten Hardware-Lab weltweit, arbeiten. Unsere Vision ist: Wenn jemand Mobilität neu erfinden will, soll für ihn klar sein, dass er nach Stuttgart geht.

Weshalb haben Sie das Projekt nicht im Silicon Valley verwirklicht oder in der Start-up-Hochburg Berlin?

Wir haben, nachdem unser Forschungs- und Entwicklungschef Thomas Weber den Anstoß zu der Idee gab, das Potenzial der Region Stuttgart analysiert und erkannt, dass hier in Richtung Akzeleratoren und Inkubatoren bisher wenig gelaufen ist. Wir wissen aber, dass wir hier einen einzigartigen und zugleich global vernetzten Wirtschaftsstandort mit besonderer Stärke in der Hardware haben. Hier ist das Automobil erfunden worden, und wir erfinden es täglich wieder neu. Daher war für uns klar: Diesen Platz belegen wir!

Ist das wirklich ein gutes Argument für den Standort?

Es geht um Mobilität, Menschen und Maschinen. Der Raum Stuttgart ist nicht nur eine der industriestärksten Regionen und dafür in den USA ebenso bekannt wie in Tel Aviv und Peking. Die Innovationskraft dieser Region ist nahezu einmalig auf der Welt und bietet Start-ups ideale Voraussetzungen.

Weshalb braucht Daimler überhaupt eine Startup Autobahn?

Seit knapp zehn Jahren erschließen wir im Bereich Business Innovation systematisch neue Potenziale und vielversprechende Geschäftsfelder für Daimler. Immer wieder stellen wir uns dabei kritische Fragen zu Geschäftsmodellen, zur Skalierbarkeit, möglichen juristischen Fallstricken oder zum Einsatz digitaler Marketinginstrumente. Unser Wissen, die umfangreichen Erfahrungen und die Vernetzung mit den unterschiedlichen Abteilungen innerhalb der Daimler AG wollen wir gerne mit Start-ups teilen. Im Gegenzug

erhalten wir neue Ideen, in die es sich auch möglicherweise lohnen könnte, langfristig zu investieren.

Was genau passiert in dem Programm?

Nach unserer ersten Ankündigung von Startup Autobahn bewarben sich innerhalb von nur drei Wochen über 250 Start-ups aus aller Welt. Wir haben 13 Start-ups ausgewählt, die aktuell mit der Unterstützung professioneller Mentoren ihre Geschäftsidee weiterentwickeln. Idealerweise gelingt es den Start-ups, im Rahmen des Akzeleratorprogramms einen ersten Prototyp zu entwickeln oder sogar ein erstes Pilotprojekt mit einem Kunden umzusetzen.

Die Start-ups sind für Daimler also Ideenlieferanten?

Ideen alleine reichen uns nicht. Wir sehen uns eher als Venture Client. Wir wollen mit den Start-ups partnerschaftlich zusammenarbeiten und langfristige Geschäftsbeziehungen entwickeln. Übrigens: Es sind neben Daimler noch weitere rund 2 000 potenzielle B2B-Kunden für die Gründer in der Region. Die Fragen stellte Christine Mattauch.



Anzeige

„DAS IST MAL' NE ANDERE NUMMER“

0221-86006-0

rheingold
salon

DIE MARKTFORSCHUNGS-AGENTUR IN KÖLN.