

frage zufolge gibt es in den USA rund 756.000 Business Angels. Sie investieren nicht nur ihr eigenes Geld (in der Größenordnung von 150.000 bis zwei Millionen Dollar), sondern auch ihr

Know-how und ihre Erfahrung – man spricht daher oft von „Smart Money“.

In den USA hat sich inzwischen eine Elite gebildet. Einer der bekanntesten Investment Angel ist Ron Conway.

Er hat in rund 200 Start-ups investiert, manche verändern die Welt, wie Facebook, Google oder Twitter. Conway ist ein mächtiger Mann, hat Einfluss, isst mit Barack Obama zu Abend.

wählten Partnern und verlangen zwei bis drei Prozent Management-Gebühr. Diese Fonds verfügen dann über 20 bis 60 Millionen Dollar – wie Jim Connor, Managing Director der Sand Hill Angels & Angel Capital Association (AT) und EBAN-Moderator bei der Konferenz zusammenfasste. Eine Größenordnung, die in Österreich undenkbar ist, es gibt schlichtweg zu wenige (reiche) Investoren.

Bernhard Sagmeister vom aaws (austria wirtschafservice) rechnet vor: „Wir haben 200 Angels in unserem Netzwerk i2. Die aaia hat rund 40 Mitglieder und es gibt noch drei regionale Netzwerke mit 60 Investoren. Es sind wegen Überschneidungen also nicht mehr als 250 Business Angels.“ Sagmeister geht aber davon aus, dass 90 Prozent nicht in Business Angel-Netzwerken registriert sind. „Daraus kann man schließen, es gibt das Potenzial von etwa 2000 Business Angels in Österreich.“

Bedauerlicherweise gäbe es noch wenige Erfolgsgeschichten und steuerliche Anreize, um in ein Unternehmen einzusteigen. Herwig Rollett, Präsident des soeben gegründeten internationalen Business Angel Institute in Wien, sagt: „In Österreich fehlt es noch an Orientierungswissen. Man wird nur dort investieren, wo man eine Entscheidung gut treffen kann, wo man das Risiko auch einschätzen kann.“ Eben dort will das Institut ansetzen. In Österreich bewegt sich langsam etwas – laut Silicon-Valley-Kenner Jim Connor wird auch an der US-Westcoast nur mit Wasser gekocht.

„Die Österreicher sind risikoavers“

Interview. Hansi Hansmann zum Heimmarkt

KURIER: Wie hoch sind Ihre Investments und wie viel erwarten Sie zurück?

Johann Hansmann: Zwischen 200.000 und 500.000 Euro pro Investment, in Einzelfällen auch eine Million und mehr. Ich investiere in Menschen und bin überzeugt, dass man mit den richtigen Leuten aus jedem halbwegs guten Projekt etwas machen kann. Meine 21 Start-ups gibt es alle noch, ein paar davon sind Stars und einige auf dem Weg dahin. Konkrete Return-Ziele habe ich nicht, ich sehe das locker. Gewinnen will ich aber immer.

Inwiefern unterscheidet sich die Szene in den USA von der europäischen?

Die US-Leute sind viel gescharter und können sich viel besser verkaufen – sowohl die Investoren als auch die Gründer. Im Ernst: Es geht um viel mehr Geld, der US-Markt ist unvergleichlich viel größer, große Investitionen rechnen

sich daher viel schneller. Europa ist unstrukturierter, vieles ist viel komplizierter, wegen der unterschiedlichen Sprachen und Vorschriften. Gleichzeitig ist die Heterogenität aber auch unsere Stärke, wir nützen sie bloß viel zu wenig. Österreich ist klitzeklein – unsere Chance liegt darin, eine Anlaufstelle für die osteuropäischen Länder zu sein. Geld gibt es bei uns mehr als genug, es fault zum großen Teil aber leider in Stiftungen herum.

Aus welchen Faktoren resultieren die Unterschiede?

Österreicher sind im Prinzip risikoavers, sie müssen erst wachgerüttelt werden. Und wir haben keine Kultur des Scheiterns. Unternehmer schaffen es aber oft nicht im ersten Anlauf. Abersie lernen unglaublich viel bei Fehlversuchen. In Österreich ist man danach tot, in den USA hingegen sucht man solche Leute, weil man weiß, dass sie mehr Erfahrung haben.

Wie wird man hierzulande Business Angel?

Der Business Angel bringt sein Know-how, seine Erfahrung und sein Netzwerk ein. In Österreich kann man Mitglied bei der AAIA (Anm.: Austrian Angels Investors Association) werden, man besucht Veranstaltungen der Szene. So riecht man hinein und bekommt irgendwann Lust, zu investieren und zu helfen.



Hansi Hansmann ist der bekannteste heimische „Angel“

Alles neu: Vereinigung und Institut

Interessensvertretung

In den USA schließen sich Investoren oft zu Angel Groups zusammen, in Europa zu Business Angel Networks. Das EBAN ist so ein Netzwerk. Mitglied dieser europäischen Vereinigung ist die im Herbst 2012 von Selma Prodanic und Stefanie Pingitzer gegründete aaia (Austrian Angels Investors Association).

B.A.-Institut

Im Mai 2013 hat das neue Business Angel Institute seinen Betrieb in Österreich aufgenommen. Ziele sind die Auseinandersetzung mit dem Thema aus wissenschaftlicher Perspektive, die internationale Vernetzung der Business Angel Community und die Aus- und Weiterbildung im Business Angel Bereich.

Österreich

Kaliber wie Ron Conway, auch Super Angels genannt, gibt es in Österreich nicht. Wird es auch nicht geben, wie vergangene Woche bei der European Business Angels Networks Konferenz (EBAN) in Wien deutlich wurde. Der Markt ist zu klein. Denn per Definition arbeiten Super Angels mit Private-Equity-Kapital und operieren in einem Venture Fund, sammeln Geld von sorgfältig ausge-

KOLUMNE

Bilanziert

Wo bleibt das Angebot – 2

An dieser Stelle wurde vor ein paar Wochen über Mineralwasser geschrieben, das es in Glasflaschen nicht so einfach zu kaufen gibt. Im Großmarkt erhält man es, vereinzelt in Supermärkten am Land, aber mitten in Wien hat man mit dem Anliegen seine Not. Und selbst der Chef des großen Mineralwasser-Abfüllers zeigte sich verblüfft vom Wunsch der Konsumentin, Plastik vermeiden zu wollen.

Jedenfalls – und damit ein guter Grund für diese Kolumne, zweiter Teil: Die Forderung nach Mineralwasser in Glasflaschen hat ein selten zuvor erlebtes Leserecho hervorgerufen. Mehr als hundert Mails zum Thema, teilweise aus dem Supermarkt geschickt („Hallo Frau Baiert, zur Info: Ich stehe hier im Supermarkt XY in der Stadt XY und hier gibt es Wasser in Glasfla-

schen!“), allesamt mit freundlichen Tipps und Empfehlungen, wie man an das glasklare Getränk kommen kann (Preblauer ist offenbar die Marke, wenn es um dieses Anliegen geht).

Und ein paar sehr kritische Mails auch: Plastik sei unterm Strich nicht umwelt-unfreundlicher als Glas, Letzteres hätte zu lange Recycling- und Waschwege.

Was das große Leserecho jedenfalls zeigt: Die Hersteller von Lebensmitteln aller Art sind mit ihrem Angebot offenbar nicht besonders nah am Kunden dran. Dabei ist die Sache mit Angebot und Nachfrage (einfach beim Kunden nachfragen, liebe Firmen!) doch nicht so schwierig. Und der Wunsch nach Nachhaltigkeit ist auch kein besonders neuer.

sandra.baiert@kurier.at



SANDRA BAIERT