



Sand im Getriebe

Österreich ist kein Paradies für Start-ups. Dennoch gibt es im Handel und in der Landwirtschaft viele Gründer. Ihnen fehlt es vor allem am Zugang zum Markt: Es läuft also noch nicht alles rund.

Autor: Rainer Seebacher

S start-ups haben es in keinem Land der Erde wirklich leicht. Von Österreich aus ein Unternehmen zu gründen, das international erfolgreich ist, wie etwa Run-tastic, ist aber eine besondere Herausforderung. Dies liegt einerseits am fehlenden Beteiligungskapital: Laut Private Equity Branchenverband AVCO haben heimische Fonds gerade einmal 0,032 Prozent des Bruttoinlandsprodukts in wachsende Unternehmen investiert. Zum Vergleich: Im EU-Schnitt beträgt dieser Anteil 0,302 Prozent. Großbritanniens Venture-Capital-Industrie investiert gar knapp 0,8 Prozent des Bruttoinlandsprodukts in junge Unternehmen. Geld ist oft gar nicht die Ressource, die die Start-ups am dringendsten brauchen. Gerade im Handel und in der Lebensmittelproduktion reichen Kooperationen mit großen, etablierten Playern, um mit einer Idee, einem Prototypen oder einem ersten Produkt wachsen zu können.

Wien spielt in Europa keine Rolle

Wie schlecht es um den größten heimischen Tummelplatz für Start-ups – Wien – bestellt ist, zeigt die Untersuchung „Startup-Hub Wien“, die das Beratungsunternehmen Roland Berger gemeinsam mit Pioneers startete. Pioneers ist ein global agierendes Unternehmen, das Akteure in der Tech-Branche miteinander vernetzt. 53 Einzelgespräche mit Investoren, CEOs großer heimischer Unternehmen und natürlich mit den Start-ups selber, haben die Studienautoren dafür geführt. Vladimir Preveden, Managing Partner von Roland Berger Wien, fasste die zentrale Erkenntnis vor Journalisten so zusammen: „Wien hat den Anschluss an die Spitze der europäischen Start-up-Hubs verloren.“ Das ist bitter. Denn, so betonte Pioneers-Festival-Veranstalter Andreas Tschas: „Im internationalen Wettbewerb geht es nicht mehr um die besten Köpfe, sondern um die besten Start-ups.“ Zwar gebe



Nachhaltigkeitsexperte und Business Angel Werner Wutscher (links) leitet das Ressort „Innovationen im Handel“ des Handelsverbandes. Deren Geschäftsführer Rainer Will betont: „Jedes neue Start-up generiert eine Wertschöpfung von 181.000 Euro und schafft im Schnitt 2,5 neue Arbeitsplätze.“

es in Wien einzelne Initiativen, dies reichen aber nicht, um zu Europas Topzentren wie etwa Berlin, Paris oder eben London aufzuschließen. Was die Studienautoren noch nicht wussten: Der neue Kanzler Christian Kern räumt der Kooperation mit Start-ups Priorität ein, und besuchte als erster Kanzler das von Pioneers veranstaltete Festival. Dieses lockte am 24. und 25. Mai etwa 2.500 Besucher in die Wiener Hofburg, und gilt für die Start-up-Branche als absoluter Höhepunkt des Jahres. Sogar Taten ließ die Regierung kürzlich sehen: Sie schnürte ein Start-up-Paket, das Jungfirmen mit insgesamt 185 Millionen Euro unterstützen soll. Damit allein wird Österreich und Wien noch kein Vorzeige-Region für Start-ups werden. Denn: Laut Studie haben auch andere Akteure Nachholbedarf in Sachen Start-up-Förderung. Roland Berger und Pioneers präsentierten fünf konkrete Maßnahmen, die Wien in Sachen Start-up-Kultur fitter machen sollen (siehe Kasten).

Viele Gründer – wenige Kooperationen

Wie gut oder schlecht es um Start-ups aus dem Handel und der Lebensmittelproduktion bestellt ist, weiß Werner Wutscher. Der Experte für Nachhaltigkeit war über ein Jahrzehnt im Spitzenmanagement (Agrana Beteiligungs AG und Rewe International), gründete 2013 die Investmentboutique New Venture Scouting, ist selbst aktiver Business-Angel und an mehreren Start-ups beteiligt. „Es gibt zwar viele Start-ups aus den Bereichen Handel und Nahrungsmittelproduktion, allerdings nur sehr wenige Kooperationen zwischen ihnen und den heimischen Händlern.“ Dies liege am starken Wettbewerbsdruck, dem die heimische Branche unterworfen ist, so Wutscher. „Die Branche weist sehr starre Strukturen auf, und jeder Akteur hat Angst, dass er auch nur ein bisschen hinter den Wettbewerber zurückfallen könnte.“ Auf Kooperationen mit Start-ups würden die Großen dabei schlichtweg vergessen. Beispiele für eine gelungene heimische Zusammenarbeit gebe es hingegen schon. Etwa die Kooperation zwischen Metro und dem Start-up FoodNotify. Laut Wutscher würden bei der Zusammenarbeit zwischen Groß und Klein nicht immer nur



Das heuer bereits zum fünften Mal in der Wiener Hofburg veranstaltete Pioneers Festival gilt als jährlicher Höhepunkt für die heimische Start-up-Szene. Erstmals schaffte es auch ein österreichischer Bundeskanzler, diesen Event zu besuchen. Christian Kern mit Pioneers-Mitgründer Andreas Tschas (rechts).

Geld die entscheidende Rolle spielen. „Es gibt zahlreiche andere Möglichkeiten, wie Gründer und etablierte Unternehmen für beide nutzbringend zusammenarbeiten können“, erläutert Wutscher. Im Handel wären das etwa Vertriebskooperationen. „Denn vom Vertrieb haben Start-ups meist keine Ahnung. So könnte sich ein Start-up mit innovativen Produkten etwa mit einem etablierten Händler zusammenschließen, dessen Sortiment schon etwas verstaubt ist und beide würden gewinnen“, erläutert der Experte.

Start-ups sind Digitalisierungsprofis

Warum die Kleinen die Großen brauchen, leuchtet ein. Ob und wie die Großen aber von den Start-ups profitieren, liegt oft nicht so klar auf der Hand. Wutscher holt aus: „Gerade der Handel ist von der Digitalisierung derzeit am stärksten betroffen. Denn der Konsument ist den Anbietern in Bezug auf die Digitalisierung weit voraus.“ Die Digitalisierung sei es, die Start-ups so wichtig für die Großen mache. Wutscher: „Sie übersetzen analoge Prozesse in digitale. Dabei tun sich etablierte Unternehmen mittlerer Größe selbst schwer.“ Die österreichische Handelsbranche sei nicht nur von großen Betrieben wie etwa aus dem LEH geprägt, sondern es gebe sehr viele Mittelständler, ergänzt Wutscher. Als erste Adresse in Sachen Digitalisierung bezeichnet er den Österreichischen Handelsverband. Dort fungiert Wutscher selbst seit Anfang letzten Jahres als Leiter des neuen Ressorts „Innovationen im Handel“.

Konkurrenzfähig dank Start-ups

Start-ups sind dem Handelsverband ein Anliegen. Dessen Geschäftsführer Rainer Will erklärt: „Wir bieten im Rahmen unserer Partnerstruktur auch eine Start-up-Partnerschaft an, um jungen Unternehmen mit innovativen Retail-Lösungen den Zugang zum Handel zu erleichtern.“ Das Interesse der etablierten Player an Start-ups sieht Will durchaus vorhanden: „Denken Sie nur an Bereiche wie Smart Logistics, Payment, Virtual Reality, Artificial Intelligence, Robotik und andere mehr. Viele Start-ups und innovative Betriebe helfen dem Handel dabei, mit der Disruption umzugehen und konkurrenzfähig

● Start-ups in Österreich



Thomas Primus, FoodNotify, kooperiert mit Metro, will aber auch noch mit anderen Händlern zusammenarbeiten.



Die drei Vorarlberger Gründer Marco Gander, Sarah Blum und Daniel Rudigier von Paleotogo haben es mit Ihrem Produkt „Angus Beef Jerky“ bereits in die Regale von Sutterlüty“ geschafft.

zu bleiben.“ Start-ups würden aber nicht nur den Handel bei der Digitalisierung an die Hand nehmen und für Innovationen sorgen, sondern sind schlichtweg auch wichtige Arbeitgeber. Und zwar nicht erst in ferner Zukunft. Denn, so Will: „Jedes neue Start-up generiert eine Wertschöpfung von 181.000 Euro und schafft im Schnitt 2,5 neue Arbeitsplätze.“

Landwirte als Tüftler

Da die Digitalisierung bekanntlich vor keiner Branche halt macht, und Start-ups sich hier als hilfreiche Partner für etablierte Unternehmen erweisen können, spielen die jungen Gründer in der Landwirtschaft eine wichtige Rolle. Das hat auch der Raiffeisen Ware Austria-Konzern (RWA) erkannt und im Mai 2016 das agro innovation lab gegründet. Dieses bietet Startups ein drei Monate dauerndes Accelerator-Programm, das im September 2016 beginnen soll. Agro-innovation-lab-Geschäftsführer Reinhard Berger erklärt: „Wir waren selbst überrascht, wie viele heimische Bewerbungen wir für unser Acceleration-Programm bekommen haben. Von 160 kamen immerhin 20 aus Österreich.“ Wien als Start-up-City für den Bereich Landwirtschaft findet Berger hingegen ideal. „Wien ist zwar keine Start-up-Stadt wie Tel Aviv oder London, punk-

tet aber durch seine geografische Lage.“ Denn in der Nähe würden sich große landwirtschaftliche Gebiete wie etwa in Rumänien, Ungarn oder auch Serbien befinden.

Vom Problemlöser zum Start-up

So wie den Start-ups aus dem Handel würde es den Gründern aus der Landwirtschaft hauptsächlich am Zugang zum Kunden und zum Markt fehlen. „Den können wir durch die RWA und die Lagerhäuser anbieten“, so Berger. Daneben fehle den Gründern oft der Zugang zu Ressourcen wie etwa Forschungsmöglichkeiten oder Labors bzw. auch Werkstätten. Auch damit könne die RWA den Start-ups helfen. Mit dem Accelerator-Programm will Raiffeisen eruieren, welche Innovationen bereits am Markt sind. „Es gibt sehr viele Einzelpersonen, die als Anwender eigene Lösungen finden. Das sind beispielsweise Landwirte, die vor einem bestimmten Problem stehen und nicht warten wollen, bis ein großes Unternehmen ihnen die Lösung dazu liefert.“ Diese Gruppe entwickle lieber gleich selbst eine Lösung. „Damit sind sie meist schneller als die Großen. Und: Oft sehen die etablierten Unternehmen keinen oder einen kaum profitablen Markt für eine Problemlösung und entwickeln deshalb auch keine“, so Berger.

Große brauchen keine Nischen

Wie Groß und Klein gemeinsam schnell etwas erreichen können, zeigt das Projekt Ja!Natürlich Knoblauch. „Mit diesem wurde gemeinsam mit einem Bauern auf fünf Hektar begonnen. Mittlerweile lässt Rewe International Knoblauch auf 20 Hektar anbauen“, erzählt Rewe-Konzernsprecherin Ines Schurin. Sie verweist auch auf ein weiteres Projekt mit einem Start-up: „Als erster Lebensmittelhändler des Landes startete Billa im August 2015 ein Pilotprojekt, und bestückte elf seiner Filialen in Wien und Niederösterreich erstmals mit so genannten iBeacons.“ Die Technik lieferte indoo.rs – ein Start-up aus Wien.

Damit es zu einer gewinnbringenden Kooperation zwischen Groß und Klein kommen kann, müssen laut Schurin einige Bedingungen erfüllt sein: „Das Produkt muss in das Portfolio und zu den Qualitätsansprüchen passen. Auch die entsprechende Menge muss gegeben sein.“ Besonders essenziell sei die Bereitschaft, den Weg gemeinsam zu gehen. Geduld ist eine weitere Eigenschaft, die das Zusammenarbeiten vereinfache. Und ganz wichtig, so Schurin: „Grundsätzlich muss die Idee von einem Kundenwunsch bzw. einem Bedürfnis ausgehen. Eine reine Nischenidee ist für den Handel nicht ausreichend.“

Fleisch und Finanzierung

Just mit einer solchen haben es die drei Gründer von PaleoToGo aus Luzerns, Vorarlberg, geschafft. Denn getrocknetes Bio-Rindfleisch als Snack für die Hosentasche ist hierzulande wahrlich noch kein Massenmarkt. „Nachdem wir mehrere Wochen ziemlich lästig waren, hat uns Sutterlüty in allen der über 20 Ländle-Supermarkt-Filialen in Vorarlberg gelistet“, freut sich Co-Founder Daniel Rudigier über eine wichtige Vertriebs-schiene für das erste Produkt namens „Angus Beef Jerky“. Den Snack gibt's auch online – einzeln oder im Abo. Bisher

haben die Gründer ihr Projekt ohne Fremdmittel finanziert. Demnächst will sich das Trio auf Investorensuche machen. „Es ist nicht einfach, den richtigen zu finden. Vor allem deshalb, weil uns Netzwerk und Know-how wichtiger sind als zusätzliches Kapital.“ Er wünscht sich Veranstaltungen, die ausschließlich dem Networking zwischen Gründern aus der Nahrungsmittelproduktion und großen Händlern dienen. „Die Start-up-Events in Wien sind immer sehr gemischt, und man braucht wirklich Glück, um an die richtige Person mit Know-how und Netzwerk zu gelangen – vor allem im Food-Bereich.“

Mit Metro nach Deutschland

Einen großen Partner hat das Wiener Start-up FoodNotify bereits gefunden und arbeitet seit März letzten Jahres wie erwähnt mit Metro Cash&Carry Österreich zusammen. Der Hintergrund zur Softwarelösung, die FoodNotify anbietet: Seit Dezember 2014 müssen Gastwirte laut EU-Lebensmittelverordnung ihre Speisen, die mindestens eine von 14 Hauptallergenen beinhalten, ausweisen. Mit FoodNotify lassen sich Speisekarten mit Allergenkennzeichnung mit nur wenigen Klicks erstellen. Metro Cash&Carry bietet den Service seinen Kunden an. Seit Ende letzten Jahres arbeitet FoodNotify auch mit Metro Deutschland zusammen. Bis dahin war es ein weiter Weg, wie sich Gründer Thomas Primus erinnert: „Ich habe im Oktober 2014, bevor wir unser Produkt gelauncht haben, bei den meisten großen Han-



Agro-innovation-lab-Geschäftsführer Reinhard Berger: „Wien ist zwar keine Start-up-Stadt wie Tel Aviv oder London, punktet aber durch seine geografische Lage.“

delsunternehmen angerufen. Ohne Erfolg!“ Um das Interesse der Großen zu wecken, benötige man in Österreich entweder Vitamin B oder ein fertiges Produkt, so Primus. „Letzteres brachte uns die Aufmerksamkeit der Innovations-Abteilung von Metro“, ergänzt der ehemalige Investmentbanker. FoodNotify strebt derzeit keine finanzielle Beteiligung an. Denn: „Wir möchten mit allen Händlern zusammenarbeiten“, so der FoodNotify-Gründer. Kürzlich hat Primus übrigens einem Investor abgesagt. Geld allein macht eben auch Start-ups nicht glücklich •

5 Maßnahmen, die Start-ups helfen

Die Start-up-Studie von Roland Berger und Pioneers zeichnet nicht nur ein ernüchterndes Bild von der Wiener Start-up-Szene. Sie enthält auch konkrete Maßnahmen, die Wien dabei helfen sollen, wieder Anschluss an die europäischen Top-Start-up-Städte wie London, Berlin oder Paris zu finden:

- **Mehr Aktivität von den Großunternehmen**

Sie könnten Start-ups beim Zugang zum Markt, bei der Infrastruktur und mit einem gemeinsamen Start-up-Fonds helfen. Wie die Großunternehmen Start-ups unterstützen und dabei für sich selbst einen Nutzen ziehen, zeigt etwa die Österreichische Post AG mit ihrer Start-up-Challenge, oder die Telekom Austria mit ihrem A1 Start Up Campus.

- **Zentraler Start-up-Campus in Wien**

In Wien ist die Startup-Szene im 5. und 7. Bezirk sowie an den Unis zu finden. Ein zentraler Stadt-Campus würde räumliche Nähe, kurze Wege und eine Bündelung von Ressourcen bringen. Vorbild dafür wäre etwa die Factory in Berlin (factoryberlin.com).

- **Start-up als politische Chefsache für Politik**

Die Stadt Wien ist in Sachen Start-up-Förderung alles andere als untätig und auch dem neue Bundeskanzler scheint das Thema wichtig zu sein. Erleichterungen wie eine Senkung der Lohnnebenkosten für die ersten

drei Mitarbeiter in den ersten drei Jahren, Erleichterungen bei Beteiligungen, leichter Zugang zur Rot-Weiß-Rot-Karte und eine auf die Bedürfnisse von Start-ups zugeschnittene Gesellschaftsform, wie das etwa die Slowakei ab 2017 anbieten wird, würden die Gründerszene weiter befeuern.

- **Wissenschaftler werden Gründer**

In Österreich spielt die Kommerzialisierung wissenschaftlicher Forschung eine untergeordnete Rolle. Um dies zu ändern, müsste langfristig eine „Entrepreneurship-Mentalität“ an Schulen und Unis vorangetrieben werden. Kurzfristig schlagen die Studienautoren Maßnahmen wie etwa ein Sabbatical-Programm für wissenschaftliche Mitarbeiter vor, damit diese ein halbes Jahr Zeit für die Kommerzialisierung ihrer Forschung haben.

- **Unproduktives Kapital mobilisieren**

In Österreich ist genug Kapital vorhanden, um neben SpeedInvest mindestens einen zweiten Venture-Capital-Fonds einzurichten, so die Studienautoren. Um privates Kapital für die wesentliche Phase der Unternehmensexpansion freizuspielen, müssten die passenden rechtlichen Rahmenbedingungen geschaffen werden. Die Studie namens „Startup-Hub Wien“ steht auf der Website von Roland Berger (www.rolandberger.at) zum Download bereit.