

Mut zum Probieren

START-UP-COMMUNITY IN SÜDTIROL – Wie ist es um die Gründerszene in Südtirol bestellt? Was läuft gut, was fehlt (noch)? **Harald Oberrauch**, Präsident des Investorennetzwerks tba sowie Präsident der Verwaltungsräte in den familieneigenen Unternehmen Durst und Alupress, spricht darüber im Interview.

SWZ: Herr Oberrauch, was braucht ein funktionierendes, ein „fruchtbares“ Start-up-Ökosystem?

Harald Oberrauch: Ein effizientes Zusammenspiel zwischen Politik, Unternehmen, Schulsystem etc. und eben der Start-up-Community. Wesentlich sind dazu einerseits eine Planbarkeit und eine politische Stabilität, andererseits die entsprechende Kultur und Mentalität. Ich spreche hier ganz klar von Scheiterkultur: In Kulturen, wo man sich trauen darf, auch Fehler zu machen, haben Start-ups bzw. Start-upper mehr Möglichkeiten.

Was davon hat Südtirol? Was fehlt?

Grundsätzlich haben wir alles – bis auf die Mentalität des Scheiterns. Diese ist bei uns noch eine große Herausforderung. Es ist nach wie vor so, dass – wenn ein Gründer sein Start-up an die Wand fährt – man dann mit Fingern auf ihn zeigt und darauf verweist, dass er es nicht geschafft hat. Wir müssen lernen, solchen Leuten auf die Schulter zu klopfen und ihnen dazu zu gratulieren, dass sie es probiert haben, zum Mut, neue Wege zu beschreiten, auch wenn sich herausgestellt hat, dass es nicht funktioniert.

Insofern fehlt es in Südtirol am sozialen Umfeld für ein „vollkommenes“ Start-up-Ökosystem.

Dass in Südtirol die Kultur des Scheiterns im Start-up- bzw. unternehmerischen Umfeld im Allgemeinen fehlt, ist nicht neu, zugleich scheint sich im vergangenen Jahrzehnt diesbezüglich auch nur wenig getan zu haben. Wie könnte dem Scheitern zu mehr Akzeptanz verholfen werden?

Es ist ein langwieriger Prozess, denn ein Kulturwandel braucht Zeit, geht über Generationen. Zugleich glaube ich aber, dass mit dem Fördern einer Start-up-Kultur – und das geschieht in Südtirol ja, auch gerade durch das Investorennetzwerk Tyrolean Business Angel Network/tba – das Fördern der Scheiterkultur einhergeht, weil wir wissen, dass mathematisch von zehn gegründeten Start-ups nur eines überlebt. Das Risiko



Wenn vom Ökosystem keine Power vorgegeben ist, dann ist man zu langsam – dabei ist der große, große Vorteil eines Start-ups im Vergleich zu bestehenden Unternehmen die Geschwindigkeit.

einmal ein Büro im NOI hat, hat man es gleich für drei Jahre. Das ist eine halbe Ewigkeit in der Start-up-Welt, und das sollte man überdenken. Man muss die Start-ups über Kennzahlen, Ziele usw. messen, denn es braucht einen extremen Druck und eine Schnelligkeit, um Ideen umzusetzen. Doch wenn vom Ökosystem keine Power vorgegeben ist, dann ist man zu langsam – dabei ist der große, große Vorteil eines Start-ups im Vergleich zu bestehenden Unternehmen die Geschwindigkeit. Diesen Vorteil gilt es zu nutzen.

Mancher Kritiker verweist zudem darauf, dass im Incubator des NOI auch junge Unternehmen aufgenommen werden, die klassische Geschäftsmodelle verfolgen und daher keine „wirklichen“ Start-ups seien. Wie sehen Sie das?

Der Begriff Start-up wird heute in der Tat für vieles verwendet. Ich bin schon der Meinung, dass ein Start-up bestimmte Kriterien erfüllen muss: Das Geschäftsmodell muss schnell skalierbar sein; die Arbeitsweise muss ebenso schnell sein; es muss sich um ein junges Unternehmen handeln ... Daneben gibt es andere Unternehmen, die durchaus ebenfalls in Acceleratoren wie dem NOI angesiedelt werden sollen, weil das vorhandene Netzwerk bei der Entwicklung helfen kann, aber deshalb sind diese Firmen noch lange keine Start-ups. Da sollte man sich im NOI in Zukunft klarer werden, was wirklich ein Start-up ist, wie weit ein Start-up geht und wann ein Start-up ein Unternehmen ist. Denn letztlich ist das das Ziel: aus einem Start-up ein nachhaltiges Unternehmen zu machen.

Was müsste geschehen, um die Start-up-Szene hierzulande voranzubringen? Öffentliches Engagement? Privates? Bessere Ideen?

Meines Erachtens sollte man diesbezüglich nicht immer nur auf die Politik zeigen; die Voraussetzungen mit Förderbeiträgen, mit Locations, wo Start-upper und angehende Gründer ihre Idee bzw. ihr Business Model ausarbeiten

oder weiterentwickeln können etc., sind vorhanden. Insofern ist der öffentliche Rahmen für das Start-up-Ökosystem derselbe wie in der restlichen DACH-Region bzw. im restlichen Europa. Was eher fehlt, ist der Mut zum Probieren. Vielleicht braucht es auch mehr Initiative und Qualität vonseiten der Start-upper.

Wie meinen Sie das?

Ein Start-up geht nicht nebenbei, sondern man muss es zu 100 – nein, zu 200 Prozent machen. Doch es fällt mir hauptsächlich in Südtirol auf, dass viel nebenher getan wird und nicht mit ganzem Fokus. Darunter leiden natürlich Schnelligkeit und Qualität, und das macht das Start-up auch für Investoren unattraktiv. Außerdem kann ich bei vielen Start-uppers eine gewisse Beratungsresistenz feststellen. Viele reagieren „beleidigt“, wenn das erste Feedback nicht sofort positiv ausfällt. Erfolgreiche Gründer zeichnen sich aber gerade dadurch aus, dass sie auf den Markt, also auf potenzielle Kunden oder Investoren hören und auf Kritik entsprechend reagieren.

Gute Ideen gäbe es hierzulande aber?

Ideen gibt es Millionen; wert wird eine Idee dann etwas, sobald sie umgesetzt ist. Das Ausschlaggebende ist also die Umsetzung.

Zudem fehlt in Südtirol bei den Start-ups manchmal die Offenheit, zum Beispiel Business Angels ins Eigenkapital einsteigen zu lassen, Quoten zu übertragen, weil sich viele an die typische Tiroler Mentalität „Ich mach mir das selber“ halten. Dabei ist der Mehrwert eines Business Angels für ein Start-up essenziell – insbesondere dann, wenn der Investor selbst Unternehmer ist und neben Geld eben auch noch sein Know-how, seine unternehmerischen Erfahrungen und sein Netzwerk zur Verfügung stellt. In der Folge bedeutet seine Unterstützung für den Start-upper, dass er (1) selbst weniger Fehler macht, weil der Investor sagt, die Fehler, die er selbst gemacht hat, müssen andere nicht wiederholen; (2) ist die Erfahrung eines Business Angels für eine junge Truppe hilfreich, und da spreche ich nicht nur vom Bereich Strategie, sondern auch vom Tagesgeschäft: Wie suche ich Lieferanten aus? Wie mache ich Verträge mit den Kunden? usw. Deshalb müsste man eigentlich als Investor von einem Start-up mit offenen Armen empfan-

gen werden, was in Südtirol aber eher nicht der Fall ist.

Zugleich bin ich der Meinung, dass sich die Start-ups die Investoren aussuchen müssen – und nicht umgekehrt.

Warum?

Weil die Start-ups sich mit solchen Investoren „umzingeln“ müssen, die Erfahrung und Know-how haben. Um das Geld geht es dann in einem zweiten Moment.

In Südtirol tut man sich also vonseiten der Gründer mit dem Konzept des Business Angels etwas schwerer. Umgekehrt hört man von den Start-uppers, dass in Südtirol Risikokapital fehlt. Es gibt hier demnach unterschiedliche Sichtweisen ...

Dass in Hinblick auf das vorhandene Risikokapital Luft nach oben vorhanden ist, stimmt. Deshalb haben wir das tba network gegründet, in dem 23 Top-unternehmer bzw. Unternehmen Südtirols dabei sind.

Das tba ist ein Netzwerk von privaten Investoren, die es sich zum Ziel gesetzt haben, das Start-up-Ökosystem im Alpenraum zu fördern; Sie selbst sind Präsident des Vereins. Welche Unterschiede sehen Sie zwischen dem Start-up-Ökosystem in Südtirol und jenen in anderen Regionen des Alpenraumes?

Grundsätzlich ist die Start-up-Welt in Südtirol relativ jung, insofern braucht es noch eine bestimmte Entwicklungszeit. Nordtirol und das Trentino sind Südtirol zehn Jahre voraus, deshalb kann Südtirol nur lernen. Wir als tba network konzentrieren uns aus diesem Grund nicht nur auf Südtirol, da hierzulande die Ideen, in die investiert werden kann, zu wenige sind. Wir schauen



Das tba-Führungsteam (v.l.): Harald Oberrauch (Präsident), Eva Ogriseg (CEO), Alexander Pichler (Vorstandsmitglied) und Gert Gremes (Vorstandsmitglied)

uns ein Südtiroler Start-up oder Südtiroler, welche im Ausland ein Start-up gründen, aber auf jeden Fall doppelt so gut an, wie eines von außerhalb und versuchen immer weiterzuhelfen, auch wenn wir nicht investieren. Diese Weitergabe von Erfahrung und Wissen ist sicherlich eine wichtige Mission des tba network.

Warum sind Südtirol die Nachbarregionen in Sachen Start-ups ein Jahrzehnt voraus?

Vielleicht hat es zu wenige private Initiativen gegeben. Da kommen wir wieder zum Thema Mentalität zurück, wobei sich die Nordtiroler Mentalität nicht wesentlich von der Südtiroler unterscheidet. Fakt ist, dass sich das Trentiner Start-up-Ökosystem aufgrund von privater, das Tiroler aufgrund politischer Initiative entwickelt hat.

Gibt es auch einen Zusammenhang mit den Universitäten? Sowohl jene von Innsbruck als auch jene von Trient haben eine lange Tradition, die umibz dagegen wurde erst 1997 gegründet.

Natürlich. Um ein Ökosystem zu erleben, braucht es auch Institutionen: Universitäten, Forschungseinrichtungen, Technologieparks etc. In Südtirol ist mittlerweile zwar alles vorhanden, es ist aber im Vergleich zu den Einrichtungen in den angrenzenden Regionen relativ jung.

Es ist jedoch nicht zwingend ein Nachteil, später anzufangen. Dadurch kann man die Fehler, die andere gemacht haben, vermeiden.

In welchen Ideen, in welchen Start-ups sehen Sie als Investor Potenzial? Oder anders gefragt: Welches sind Projekte, in die Sie bzw. das tba zuletzt investiert haben?

Kürzlich haben wir in das Südtiroler Food-Start-up SanktAnnas (mehr dazu in SWZ Nr. 18/21, nachzulesen auf SWZonline und in der SWZapp, Anm. d. Red.) investiert – mit der wunderbaren Mission, den Südtiroler Knödel in die Welt zu bringen. Es kann also auch einmal sein, dass wir einer Passion oder Vision nachgehen. In SanktAnnas haben wir investiert, weil wir glauben, dass wir damit eine Südtiroler Erfolgsgeschichte verwirklichen können. Das ist – wie im Start-up-Bereich üblich – auch in diesem Fall mit Risiko behaftet. Doch wir sind überzeugt, dass es möglich ist, ein solches Start-up, das auf Südtiroler Tradition setzt, in die Welt zu bringen.

Hauptsächlich konzentrieren wir uns aber auf innovative Tech-Start-ups aus dem B2B-Bereich, weil wir uns mit deren Geschäftsmodellen besser identifizieren und sie somit effizienter unterstützen können. Ich persönlich fokussiere mich auf MedTech und BioTech, aber die Mitglieder des Netzwerks haben auch schon in Start-ups aus ganz anderen Sektoren investiert.

Gibt es ein anderes Südtiroler Start-up, in das das tba network nicht investiert hat, in dem Sie jedoch großes Potenzial orten?

Flying Basket, ein Start-up aus Schabs, das Drohnen für den Transport von Nutzlasten bis zu 100 Kilogramm herstellt. Die Firma hat bereits verschiedene europaweite Fluglizenzen erhalten. Wir sind schon länger mit Flying Basket in Kontakt, versuchen es zu unterstützen, investiert haben wir noch nicht – aber mal sehen, was sich diesbezüglich noch entwickeln wird.

Ein großes Potenzial sehe ich im Übrigen auch in Südtiroler Gründern, die außerhalb Südtirols ein Start-up gründen. Wir versuchen, uns aktiv mit ihnen zu vernetzen, um von ihren Erfahrungen zu lernen.

Interview: Simone Treibenreif

INFO Beginnend mit nächstem Freitag wird die SWZ über mehrere Wochen eine Interviewserie mit Südtiroler Start-uppers veröffentlichen, in der diese ihre Sicht der Dinge zum Start-up-Ökosystem im Land darlegen und ihre Ideen vorstellen.