

Andreas Haug/Christian Leybold/Andreas Nölting

DEUTSCH

Wie Gründer und Investoren

LAND,

mit neuen

START

Geschäftsmodellen unsere

UP!

Zukunft sichern

MURMANN

Prolog

TRIPLE D – DISRUPTION, DATEN UND DIGITALWIRTSCHAFT

DIE NEUEN DIGITALEN ANGREIFER

Tarek Müller (About You). *Der Vollblutunternehmer*

Simon Brunke (Exporo). *Vom Schlumpfsammler zum Disrupteur*

Tim Sievers (Deposit Solutions). *Der stille Ausnahmefall*

Chris Bartz (Elinvar). *Der Stratege, Netzwerker und Disrupteur*

Max Michels (Caspar Health). *Der digitale Heiler* ..

Mareike Wächter und Michael Dreimann (Banov). *Die Disruptoren*

Christian Gaiser (ehemals kaufDa, jetzt COSI). *Vom
der Verleger zum Disrupteur der Hoteliers* ..

Tobias Lütke (Shopify). *Vom Schulabbrecher zum Disrupteur*

DIE PERLE IM SAND FINDEN. Einblicke in die Arbeit der Disruptoren

START UP! WIE WIR DEN DIGITALEN TURBOLADUNGSPUNKT FINDEN

Über uns

INHALT

.....	5
WIRTSCHAFT	11
.....	37
<i>ner mit Rastazopf</i>	39
<i>zum Disrupteur der Immobilienwelt</i>	67
<i>ahmeunternehmer</i>	85
<i>nd überzeugte Europäer</i>	101
.....	121
<i>o). Die Pioniere des digitalen Handwerks</i>	139
<i>om Schrecken</i>	159
<i>m Shootingstar</i>	175
<i>it der Investoren und Förderer</i>	187
DER ZÜNDEN	213
.....	228

Wie Gründer und Investoren
mit neuen Geschäftsmodellen
unsere Zukunft retten

MURMANN

Andreas Haug
Christian Leybold
Andreas Nölting

DEUTSCHLANDS DIGITALE BAUSTELLEN

Die disruptiven Geschäftsmodelle der Digitalwirtschaft fordern die Wirtschaft heraus, aber ebenso Politik, Bildungsinstitutionen, Arbeitsmarkt, Finanzwesen, die Gesellschaft als Ganzes und jeden einzelnen Bürger. Zwar sind disruptive Innovationen nicht neu, aber die Geschwindigkeit und die Wucht, mit der die Plattformökonomie die Welt erobert, sind sehr wohl ein geschichtliches Novum. Stellt sich die Frage: Wie gut ist Deutschland auf diesen Siegeszug vorbereitet?

Für die heimische Wirtschaft, die ihre Erfolge vor allem auf ihre legendäre Ingenieurskunst und ihre Exportweltmeisterschaft gegründet hat, bedeutet die digitale Revolution eine der größten Veränderungen der letzten Jahrzehnte, wenn nicht sogar die größte Veränderung überhaupt. Mit diesem radikalen Umbruch kommt unsere Unternehmenswelt noch nicht zurecht. Laut einer Studie der Unternehmensberatung Roland Berger schätzt nur ein Drittel der deutschen Unternehmen ihre digitale Reife als hoch oder sehr hoch ein. Außerdem zielen ihre Digitalstrategien oft allein auf Effizienzsteigerung und Kostenreduzierung, nicht aber auf die Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle oder grundlegende Innovationen. So dominieren in Deutschland nach wie vor klassische Pipeline-Unternehmen, die gegenüber den Tech-Riesen in den USA und China wie Kleinunternehmen erscheinen. Amazon allein erreicht dieselbe Marktkapitalisierung wie drei Viertel aller Dax-Firmen zusammen. Und Apple hat ein höheres Forschungsbudget als alle deutschen Maschinenbauer in Summe.

Wenig optimistisch stimmt auch die Investitionsbereitschaft deutscher Großunternehmen in zwingende Maßnahmen zur digitalen Transformation. Nur ein Prozent von

ihnen veranschlagt dafür die Hälfte oder mehr ihrer Gesamtinvestitionen, bei zwei Dritteln beträgt der Anteil maximal zehn Prozent, so eine Studie der Digitalberatung EY/etventure von 2019. Spätestens mit der Corona-Krise macht sich diese Zurückhaltung in Sachen Zukunftssicherung schmerzhaft bemerkbar. Hätten Unternehmen eher und üppiger in ihre Digitalstrategien investiert, wären ihre Umsatzeinbrüche im klassischen Geschäft besser zu kompensieren gewesen.

Viele Führungskräfte gehen die digitale Transformation zögerlich an, weil sie dafür vertrautes Fahrwasser verlassen müssen. Die Konsequenzen dieses Umbruchs für die betriebliche Organisation sind gewaltig. Geschäftsmodelle und alle internen Abläufe müssen überdacht und neu definiert werden, neue Wettbewerbsstrategien entwickelt und neue Partnerschaften geknüpft werden. Vor allem aber müssen die Führungskräfte ihre Mitarbeiter auf den Weg des notwendigen Wandels der Unternehmenskultur mitnehmen. Kein leichtes Unterfangen, denn Veränderungen dieses Ausmaßes machen vielen Menschen Angst. Sie zweifeln, ob sie in der neuen Welt mithalten können, und bangen um ihren Arbeitsplatz – oft mit gutem Grund. Denn auch das ergab die erwähnte EY/etventure-Studie: Während 2017 noch fast jedes zweite Großunternehmen seine Mitarbeiter als ausreichend qualifiziert für die digitale Transformation einstufte, war es 2019 nur noch rund ein Viertel.

Womit die zweite große Baustelle der Digitalrevolution benannt ist: das Bildungswesen. Bei der schulischen Vermittlung von Digitalkompetenz liegt Deutschland im internationalen Vergleich nur im hinteren Mittelfeld. Das ergab eine Vergleichsstudie zur digitalen Kompetenz von Achtklässlern sowohl für 2013 als auch für 2019.

Noch schlechter schnitten deutsche Schulen im Ländervergleich ab. Nur drei Prozent ihrer Lehrer bekommen einen Computer gestellt, damit ist Deutschland das Schlusslicht der Studie. Und während in Dänemark fast alle Schüler und Lehrer über digitale Lernplattformen kommunizieren, waren es 2019 hierzulande magere 17 Prozent.

Da grenzt es schon fast an ein Wunder, dass nach den coronabedingten Schulschließungen der Unterricht quasi über Nacht in digitalen Klassenzimmern fortgesetzt wurde. Allerdings mit großen Defiziten und in sehr unterschiedlicher Qualität.

Dieser Crashkurs in Sachen Digitalisierung hat die Versäumnisse des Bildungswesens spürbar offengelegt: ungleiche Bildungschancen, lückenhafte technische Ausstattung, mangelnde Digitalkompetenz bei Lehrern und Schülern, veraltete Lehrpläne und Lernkultur. Statt junge Menschen auf die Spielregeln der Digitalwirtschaft vorzubereiten, trimmt das Bildungssystem sie immer noch auf die Anforderungen der Arbeitswelt von gestern – vorgegebene Aufgaben statt Eigeninitiative, Reproduktion statt Unternehmergeist, Perfektionismus statt Fehlertoleranz. Die Neugestaltung des Bildungswesens ist mehr als überfällig, damit Heranwachsende digitale Angebote künftig nicht nur nutzen, sondern auch die Algorithmen und Geschäftsmodelle dahinter verstehen.

Hier ist die Politik gefordert. Doch das Gesamtbild ihrer Aktivitäten gleicht eher einem Flickenteppich, und die Umsetzungen verliefen meistens schleppend. Was fehlt, ist die Ausrichtung auf ein übergeordnetes Zielbild – eine positive und mutige Vision der digitalen Transformation des Landes, die Lust auf Zukunft macht und mit den Werten der sozialen Marktwirtschaft vereinbar ist. Nicht eine

»Politik der ruhigen Hand«, sondern der »Große Wurf« wäre jetzt gefragt.

Offenbar vermissen viele Bürger ein solches Leitbild. Umfragen der Bitkom (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. ergaben, dass die Angst vor der Digitalisierung bei ihnen zwar existiert, aber ebenso das Bedürfnis, an der Digitalisierung teilzunehmen und nicht den Anschluss zu verlieren. Solange dieses Bedürfnis nicht adressiert wird, ist es nicht verwunderlich, dass weite Teile der Gesellschaft lieber am Altbewährten festhalten, als sich unverdrossen auf einen Weg in die digitale Zukunft machen, dessen Ziel im Nebel liegt.

Mit der Covid-19-Pandemie waren die Menschen erstmals gezwungen, ihre Komfortzonen zu verlassen und sich Hals über Kopf in die Welt der Digitalwirtschaft zu stürzen. Den meisten gelang das überraschend gut, und auch das weist darauf hin, dass unsere Gesellschaft die digitale Transformation eher positiv sieht, wenn sie den Nutzen hautnah miterlebt. Zugleich hat die Öffentlichkeit erstmals ernsthaft wahrgenommen, dass die Gewinne der digitalen Plattformökonomie größtenteils von nicht europäischen Unternehmen abgeschöpft werden. Damit hat die Corona-Krise uns allen schonungslos vor Augen geführt, wie stark Deutschland und Europa von digitalen Infrastrukturen abhängen, die fest in amerikanischer oder asiatischer Hand sind. Gut möglich, dass diese fehlende Souveränität das bedrohlichste digitale Defizit unseres Landes ist.

Deshalb noch einmal ganz unmissverständlich: Wenn Deutschland und Europa die Digitalwirtschaft jetzt nicht mit aller Kraft vorantreiben, stehen wir bald vor unlösbaren Problemen. Zugleich eröffnet sich für uns jetzt die ein-

malige Chance, digitale Ökosysteme gedeihen zu lassen, die sozialer, demokratischer, transparenter und vielfältiger sind als die der Amerikaner und Asiaten. Dieser positiv konnotierte Aufbruch in die Zukunft wird uns ja längst vorgelebt – von vielen unserer jungen Gründer, die für ihre Ideen brennen und mit ihren Startups einen Unterschied machen wollen. Nicht zuletzt, um Wirtschaft und Gesellschaft auf Basis unseres europäischen Wertesystems digital zu modernisieren.

SO TICKT DIE NEUE GRÜNDERGENERATION

Wer sind diese Gründer? Wo kommen sie her, was treibt sie an? Wie denken sie? Wollen sie einfach nur schnell reich werden, Millionen machen, eine schicke Villa am Mittelmeer kaufen? Oder wollen sie alte Mauern einreißen, den übermächtigen Konzernen Paroli bieten, alternative Karriere- und Lebenswege erkunden und die Welt verändern?

Der deutsche Startup-Monitor beschäftigt sich regelmäßig mit der Struktur und den Motiven der Gründerszene und kommt zu folgenden Ergebnissen: Die meisten Jungunternehmer sind vom Wunsch getrieben, etwas völlig Neues zu erschaffen. Sie streben mit ihren digitalen Geschäftsmodellen weniger nach fetter monetärer Beute als vielmehr nach sozialen, demokratischen und nachhaltigen Problemlösungen für die Gesellschaft.

Viele gründen ihr Unternehmen, weil sie selbstbestimmt arbeiten wollen, und klemmen sich mit voller Energie hinter ihre Geschäftsidee. Ein Großteil der Gründer war schon als Schüler leistungsstark und innerhalb oder außerhalb der Schule engagiert. Allerdings kassierten nicht wenige auch Klassenbucheinträge und Verweise. Damit entspra-

chen sie eher dem Bild des aufmüpfigen Rebellen als dem des angepassten Strebers.

Statt auf Einzelgängertum setzen viele Gründer lieber auf Zusammenarbeit und Vernetzung. Drei von vier Start-ups werden im Team gegründet, und über die Hälfte der Gründer kooperiert häufig mit etablierten Unternehmen oder wissenschaftlichen Einrichtungen. Die meisten Gründer haben keine Angst vor dem Scheitern, ein Drittel von ihnen hat bereits ein Unternehmen in den Sand gesetzt und trotzdem mit neuen Ideen weitergemacht.

Offenbar ticken die Leistungsträger der neuen Gründergeneration anders als die Wirtschaftselite der analogen Businesswelt. Dort geht es eher um Abschottung und Eitelkeit, um Machtspiele und den Erhalt eines hierarchischen Kastensystems, das mithilfe von Statussymbolen zur Schau gestellt wird. Im digitalen Ökosystem der Plattformökonomie sind diese Werte überholt und ökonomisch kontraproduktiv. Gefragt sind Offenheit, Mitgestaltung, Flexibilität und Überzeugungskraft.

Die neuen Gründer definieren sich über das, was sie unternehmen, und nicht, aus welcher Familie sie stammen. Ihnen geht es um Inhalte, Relevanz und Sinn. Die Gründer sind nicht Kinder eines mächtigen Dax-Vorstands und sie kommen üblicherweise nicht von Eliteunis oder aus Unternehmensberatungen. Meist stammen sie aus dem Mittelstand, ihre Eltern sind Lehrer oder Polizisten. Dennoch wirkt in ihnen oft schon in jungen Jahren ein Unternehmergen, sie wollen ihr eigenes Geschäft zum Erfolg bringen, selbstständig und frei bleiben und sich keinesfalls alten Strukturen unterordnen.

Herkunft zählt in der digitalen Welt kaum mehr. Viel wichtiger als Bewahren ist der Blick nach vorn. Die neue Gründergeneration fragt nicht: »Was hast du gemacht?«,

sondern »Was hast du vor, was sind deine Ziele?« Die jungen Unternehmer gehen die Dinge pragmatisch und ohne Vorurteile an, weil sie gerne testen, verifizieren. Sie wollen keine ausgefeilten Pläne schmieden, sondern experimentieren und aus Fehlern lernen. Die neuen Gründer wollen ausprobieren, ob ihre Idee wirklich funktioniert. Dabei agieren sie gleichermaßen spielerisch wie effizient.

Auf der Suche nach dem passenden Geschäftsmodell beschäftigen sich die jungen Firmen intensiv mit den Wünschen und Vorlieben ihrer potenziellen Kunden. Die Informationen darüber erhalten sie über Websites oder Apps. Diesen Datenstrom werten sie akribisch aus und passen ihre Angebote entsprechend an. Bemerkenswert ist, wie effizient Startups diese komplexen Big-Data-Prozesse managen und die richtigen Rückschlüsse für ihre Strategie ziehen. Auch damit beweist die neue Gründergeneration, dass sie den unternehmerischen Sandkastenspielen entwachsen ist und Geschäftsideen verwirklicht, die substanziell, skalierbar und nicht selten auch in großem Stil marktfähig sind. Geschäftsideen, mit denen die Digitalisierung in Deutschland maßgeblich vorangetrieben wird.

Zu den beliebtesten Geschäftsideen der Gründer zählen die Bereitstellung von Software in der Cloud (Software as a Service), Softwareentwicklung und andere digitale Dienstleistungen. Auch Künstliche Intelligenz, Virtual Reality oder Blockchain spielen bei den Geschäftsmodellen der neuen Gründergeneration eine immer wichtigere Rolle. Gut möglich, dass es Deutschland dank dieser jungen Unternehmer doch noch gelingt, an den Weltmarkt für innovative Schlüsseltechnologien aufzuschließen.

Vielleicht erleben wir gerade eine historische Zeitenwende: Eine neue Gründerzeit, eine Aufbauphase der Wirtschaft, der Unternehmen und des demokratischen Systems – ähnlich der Gründerjahre nach dem Zweiten Weltkrieg. Eine neue Welt könnte sich öffnen, in der wachstumsstarke Märkte entstehen, digitale Geschäftsmodelle neue Werte für Millionen Menschen hervorbringen und überkommene Strukturen disruptiert werden.

Diese Zukunft allerdings wird nur dann näher rücken, wenn die Startups hierzulande leichter an jenes Kapital kommen, das sie für ihre ambitionierten Expansionspläne brauchen.

OHNE MOOS NIX LOS – DIE VENTURE-KAPITALISTEN

Große Konzerne finanzieren sich über die Börse, der Mittelstand über die Banken. Junge Internetfirmen mit neuen Geschäftsmodellen müssen bei der Finanzierung hingegen andere Wege gehen. Sie verfügen kaum über Assets wie etwa Maschinen oder Bürogebäude, haben also keine Sicherheiten und können daher die traditionellen Finanzierungsvoraussetzungen nicht erfüllen. Deshalb werden Startups in der Regel durch Venture Capital – also Risikokapital – finanziert.

Venture-Capital-Gesellschaften sammeln Geld bei Investoren ein und legen damit Fonds auf, aus denen die Startups finanziert werden. Im Gegenzug erhalten die Kapitalgeber Anteile an den Jungunternehmen. Außerdem unterstützen sie diese mit ihrer Managementenerfahrung und helfen mit ihren Netzwerken beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen.

Die Finanzierung mit Risikokapital beginnt sich hierzulande allerdings erst zu etablieren – bei relativ schlech-

ten Ausgangsbedingungen. Aus regulatorischen Gründen ist es Banken in Deutschland bisher nicht möglich, entsprechende Finanzierungsinstrumente für innovative Startup-Firmen anzubieten. Auch große Anleger wie Versicherungen, Pensionskassen oder Stiftungen können nicht ohne Weiteres in Startups investieren, weil sie ihr Geld mündelsicher anlegen müssen.

Wie wichtig aber die umfassende Verfügbarkeit von Risikokapital für eine Volkswirtschaft ist, zeigt der Erfolg von Weltkonzernen wie Apple, Google oder Microsoft, die anfangs alle mit Venture Capital finanziert wurden. Die Summen, die weltweit in Startups fließen, sprechen für sich: Während in den USA 2019, also vor der Corona-Krise, insgesamt 100 000 Milliarden US-Dollar Risikokapital investiert wurden und in China knapp 50 Milliarden US-Dollar, waren es in Europa insgesamt 25 Milliarden US-Dollar, davon in Deutschland 6,89 Milliarden US-Dollar. Das war immerhin rund ein Drittel mehr als im Jahr zuvor, aber viel zu wenig, um im globalen Wettstreit der aufstrebenden Gründer vorne mitspielen zu können.

Dass Deutschland in Sachen Risikokapital im internationalen Vergleich noch viel Luft nach oben hat, zeigt besonders die Zahl der sogenannten Unicorns. So werden Startups genannt, die ohne vorherigen Börsengang einen Marktwert von einer Milliarde US-Dollar überschreiten. Weltweit errangen 2019 insgesamt 110 Startups diesen Titel, zwei Drittel davon US-Unternehmen. Deutschland zählte in diesem Jahr insgesamt nur neun Einhörner.

Zwei Gründer, die es dank üppiger Finanzierung mit Risikokapital oder Finanzierung aus der etablierten Industrie in diesen Olymp der Startups geschafft haben, werden wir in diesem Buch vorstellen – Tim Sievers und sein Unternehmen Deposit Solutions sowie Tarek Müller,

Gründer der Modeplattform About You. Doch die große Mehrheit der Gründer finanziert das Wachstum ihres Startups nach wie vor mit eigenen Ersparnissen, staatlichen Fördermitteln oder dem Geld ihrer Familien und Freunde (»Fools, Friends and Family«).

Wir müssen ehrlich sein: Mitunter hängt dem Begriff Risikokapital immer noch der schlechte Ruf nach, den sich die Branche während des New-Economy-Booms um die Jahrtausendwende eingehandelt hat. Zu Unrecht, auch wenn in der damaligen Euphorie der eine oder andere Venture-Kapitalist etwas leichtfertig investiert hat. Doch diese Zeiten sind vorbei. Heute fließt Risikokapital nur, nachdem die Zukunftsfähigkeit oder zumindest das Entwicklungspotenzial eines Startups umfangreich geprüft wurde. Dabei setzen die Kapitalgeber weniger auf die Geschäftsidee als vielmehr auf die Menschen. Sie interessiert vor allem die Durchsetzungs- und Innovationskraft der Gründer und die scharfsichtige Umsetzung ihrer Idee. Startups müssen wie Schnellboote agieren, die Klippen umschiffen und ständig den Kurs dem Markt anpassen. Hier haben Teams gegenüber Solo-Gründern den Vorteil, dass unterschiedliche Fähigkeiten aufeinandertreffen und mehr Schlagkraft erzeugen. Die Venture-Kapitalisten sehen daher sehr gerne Gründerteams mit komplementären Fähigkeiten – etwa Betriebswirtschaft, Kommunikationsfertigkeiten und profundem Technologieverständnis.

Doch selbst bei optimalen Ausgangsbedingungen bleiben die Erfolgsaussichten der Gründer schwer kalkulierbar. In einem Startup gibt es unzählige Risikofaktoren. Das Gründerteam kann sich zerstreiten, die Finanzierung platzen, das Produkt zum Ladenhüter werden, ein neuer Konkurrent das eigene Projekt verdrängen oder, wie jüngst, ein Virus komplette Märkte kollabieren lassen. Jedes

Startup ist ein Experiment mit ungewissem Ausgang. Für die Geldgeber kann sich der Einsatz trotzdem lohnen, denn sie gleichen das große Ausfallrisiko mit hohen Gewinnchancen aus. Die Aussicht auf Rendite ist aber nicht der einzige Grund, warum sich Investoren für Startups interessieren. Durch ihr Investment erhalten sie wichtige Einblicke in die digitale Wirtschaft und Kontakte zu jungen Gründern und Innovatoren. Diesen Weg nutzen etablierte Unternehmen wie die Otto Group, Porsche oder Oetker, um rechtzeitig zu erkennen, was in der digitalen Welt passiert und welche neuen Geschäftsmodelle oder Konkurrenten in ihren Märkten entstehen.

Unterm Strich ist es also zwingend, dem Thema Risikokapital mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Umkehr ausgeschlossen! Die digitale Erneuerung der Wirtschaft wird sich enorm beschleunigen, wenn unsere Gründer genügend finanziellen Treibstoff für die Zündung ihrer Ideen bekommen. Und Venture-Kapitalisten sorgen mit ihrer Professionalität dafür, dass diese Mittel in die aussichtsreichsten Unternehmungen fließen. Sie investieren bevorzugt in Startups, die disruptive Geschäftsmodelle für globale Märkte verfolgen, Geschäftsprozesse oder Produkte optimieren und intelligente Services für den Kunden schaffen. In Gründer also, die das Potenzial haben, die Welt, in der wir leben, positiv zu verändern, von traditionellen Geldgebern aber kein Kapital erhalten.

FÜR EIN GRÜNDERFREUNDLICHERES DEUTSCHLAND

Traurig, aber wahr: Laut einer Untersuchung der Weltbank zu den Bedingungen für Gründer landet Deutschland auf Platz 114 von 190 Volkswirtschaften. Auch bei einer Studie der OECD und der Bertelsmann Stiftung, die weltweit die

Anziehungskraft von Ländern für Hochqualifizierte vergleicht, steht Deutschland nur auf Platz 12. Die attraktivsten OECD-Länder für Toptalente sind Australien, Schweden, Schweiz, Neuseeland und Kanada, dicht gefolgt von Irland, USA, Niederlande, Slowenien und Norwegen. Das sind die Top 10. Ein Grund für das schlechte Abschneiden Deutschlands besteht übrigens darin, dass Abschlüsse auf dem Arbeitsmarkt häufig nicht richtig anerkannt werden.

Die Ergebnisse müssen beunruhigen, hängt die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Deutschland doch maßgeblich von jungen Gründern ab, die mit ihren Ideen die digitale Transformation des Landes vorantreiben. Ihre Prosperität sichert unseren künftigen Wohlstand und unsere europäischen Werte. Damit verteidigen sie uns gegen amerikanischen Turbokapitalismus und asiatischen Überwachungscentralismus. Wir sollten nicht tatenlos zusehen, wie uns die digitalen Megakonzerne aus Übersee die Spielregeln diktieren, sondern jene Gründer tatkräftig unterstützen, die faire und nachhaltige Geschäftsmodelle aufbauen. Daher sollten Gesellschaft und Politik sagen: Ja, wir verbessern unseren Standort für Gründer und bieten ihnen mehr Möglichkeiten und Ressourcen. Was wir konkret dafür brauchen:

- Die beste digitale Ausbildung an Schulen und Universitäten sowie eine frühzeitige Förderung der Unternehmer- und Gründermentalität, außerdem eine Kultur des lebenslangen Lernens, die fest in der Kultur der Unternehmen und der Gesellschaft verankert ist.
- Mehr Zusammenarbeit auf Augenhöhe zwischen etablierten Unternehmen und Startups: inklusive der

Etablierung eines leistungsfähigen und branchenübergreifenden Plattformökosystems für Innovation.

- Weniger Kapitalrestriktionen, etwa durch die Möglichkeit für Versicherungen, auch in Venture Capital zu investieren, zudem die Förderung der Aktien- und Beteiligungskultur innerhalb der Bevölkerung.
- Innovative Mitarbeiterbeteiligungsmodelle, die nicht an Steuerhürden scheitern, sondern diejenigen am Erfolg teilhaben lassen, die an der digitalen Transformation mitwirken.
- Gründergeist als gesellschaftliches Leitbild verankern und unternehmerischen Erfolg wohlwollend anerkennen, diesbezüglich müssen wir die gesellschaftliche Wahrnehmung von Scheitern als Erfolgsfaktor fördern.
- Mehr Aufklärung zur digitalen Transformation, damit die Menschen ihre Angst und ihr Misstrauen überwinden.
- Städte bauen, in denen die digitale Elite und die Gründer gerne wohnen wollen, mit Co-Working-Spaces, Fahrradwegen, schnellem WLAN, vielfältigem Kulturangebot und guten Kneipen.
- Mehr Pragmatismus und weniger Verzagtheit in der Politik.
- Bewegungsräume mutig ausnutzen und groß denken.
- Bürokratie abbauen und die Verwaltung digitalisieren.

→ Das beste Zuwanderungsgesetz, damit der Standort Deutschland für Toptalente unter den Migranten mit Masterabschluss oder Dokortitel interessanter wird.

Wenn wir nicht fremdbestimmt sein wollen, haben Deutschland und Europa nur eine Option: die neuen, digitalen Gesetzmäßigkeiten begrüßen und ein gründerfreundliches Klima schaffen, das Chancendenken und Tatendrang auf allen Ebenen fördert. Die Corona-Krise spielt uns dabei unerwartet in die Karten. Überall bieten sich neue Chancen, europaweit wieder Anschluss an die digitale Elite zu finden und weltweit vorne mitzuspielen. Noch liegen wir auf dem Spielfeld 2:0 zurück, doch die zweite Halbzeit der digitalen Transformationsweltmeisterschaft hat gerade erst begonnen. Wir schöpfen wieder Hoffnung, Kraft und Kreativität kehren zurück, unsere Spielzüge werden schneller und die Stürmer lauern vor dem Tor auf ihre Chance.

Die wichtigste Ressource für die zweite Phase der digitalen Revolution ist eine Gründergeneration, die nicht vom großen Geld und von schillernden Exit-Fantasien angetrieben ist, sondern vom Drang, etwas Sinnvolles für die Menschen zu bewirken. Mit ihnen können sich Deutschland und Europa als beste Standorte für eine neue, digitale und zugleich soziale Marktordnung etablieren. Unsere europäischen Werte sind ein Alleinstellungsmerkmal, das wir Asien und Amerika voraushaben. Das sollte uns stolz und mutig machen.

In diesem Buch stellen wir Ihnen acht Gründer vor, die mit ihren verschiedenartigen Persönlichkeiten, Werdegängen und Denkweisen die große Bandbreite an Unternehmergeist abbilden, die Deutschland und Europa im internationalen Wettbewerb einzigartig machen. Bei allen

Unterschieden eint diese jungen Menschen allerdings ein gemeinsamer Antrieb: Sie alle wollen die Welt mit ihren Geschäftsideen ein Stück weit sozialer, demokratischer und lebenswerter machen.

1. Tarek Müller, das Unternehmergenie mit Dreadlocks und »krassem Willen«, der Onlinehandel und Shopping gewinnbringend für alle neu denkt.
2. Simon Brunke, das Verkaufstalent, der die klassische Immobilienwelt mit seiner Geschäftsidee auch für weniger Vermögende zugänglich macht.
3. Tim Sievers, der stille Analytiker, der den globalen Multi-Billionen-Markt für Spareinlagen sanft und nachhaltig revolutioniert.
4. Chris Bartz, der überzeugte Europäer und engagierte Verfechter einer kooperativen Digitaltransformation, der die traditionelle Bankenwelt mit technischem Hochglanz veredelt und kundenfreundlicher macht.
5. Max Michels, der unermüdliche Kämpfer, der die deutsche Reha-Expertise digitalisiert und medizinische Nachsorge für alle ermöglicht.
6. Mareike Wächter und Michael Dreimann, die Pioniere des digitalen Handwerks, die den Kunden mit ihrem Geschäftsmodell Zeit und Geld bei der Badsanierung sparen.

7. Christian Gaiser, der ehrgeizige Mehrfachgründer, der mit großer Gründlichkeit und Qualitätsliebe eine der größten digitalen Hotelketten der Welt aufbaut.
8. Und schließlich Tobias Lütke, einst Azubi bei Siemens Nixdorf, der Unternehmen mit seiner Software hilft, erfolgreiche Onlinehändler zu werden, und damit zum Shootingstar der internationalen Digitalwirtschaft aufsteigt.

Zu Wort kommen auch die Geldgeber der Gründer und ihre Unterstützer aus der traditionellen Unternehmenswelt, die die digitale Transformation sehr mutig, aber mit Augenmaß gemeinsam mit den Startups vorantreiben. Zudem geben wir Einblicke in das hierzulande wenig bekannte Geschäft der Risikokapitalgeber. Mit ihrer Erfahrung und Expertise gelingt es ihnen, jungen Menschen zu helfen, ihre Ideen in die Welt zu bringen und ihre Unternehmen wachsen zu lassen.

Im Ausblick schließlich zeigen wir mit konkreten Ideen und Forderungen auf, wie Deutschland und Europa die digitale Plattformökonomie nach eigenen Wertmaßstäben auf- und ausbauen können, wie wir die nötigen Ressourcen dafür aktivieren und wie wir alle von einem digitalen Ökosystem profitieren werden, das von Kooperation, Transparenz, sozialen Werten und Menschlichkeit geprägt ist.

Anmerkung: Die Tatsache, dass in diesem Buch überwiegend nur männliche Startup-Helden porträtiert werden, heißt nicht, dass nur sie alleinverantwortlich für Entwicklung und Erfolg sind. Im Gegenteil: Wir hätten die zahlreichen Frauen, die entscheidend mitwirken und federführend mitgestalten, ebenso porträtieren können. Sie sind natürlich

stellvertretend miteinbezogen in die Einzigartigkeit der jeweiligen Startups. Es kommt uns aber nicht primär darauf an, Mann oder Frau als entscheidende Antreiber exklusiv auf den Sockel zu heben. Wenn's ums Ganze gehen soll, spielt das Geschlecht nicht mehr die entscheidende Rolle. Dies ist übrigens auch der Grund, warum wir auf eine genderisierte Sprache im Text verzichtet haben. Wir hoffen, liebe Leser und Leserinnen, auf Ihr Verständnis.

DIE NEUEN DIGITALEN ANGREIFER