

# Gutes Timing entscheidet

Allgemeinhin steht Venture Capital zu Recht für mitunter schwer abschätzbares Wagniskapital, bei der die Chance auf überdurchschnittliche Rendite unmittelbar mit erhöhter Verlustwahrscheinlichkeit bis hin zu Totalverlust korrespondiert. Insofern erscheint es nur logisch, bei Interesse seine Investitionsvorhaben in diesem Segment möglichst nicht nur auf eine einzelne Karte zu setzen, sondern idealerweise gleich in ein ganzes Portfolio von aussichtsreichen Produktinnovationen wie erfolgversprechenden Unternehmungen und Start-ups. In diesem Zusammenhang gaben die beiden Fondsmanager und Geschäftsführer der BENEDUS Holding AG, **Martin Wolf** und **Dany Lütolf**, gegenüber finanzwelt Auskunft über ihr neues Venture Capital Vorhaben.



Martin Wolf (links) und Dany Lütolf (rechts), Fondsmanager und Geschäftsführer, BENEDUS Holding AG

**finanzwelt:** BENEDUS plant nach eigenen Angaben, einen innovativen Venture Capital Fonds (VCF) aufzulegen und spricht dabei von einem neuartigen Konzept. Was können sich unsere Leser im Konkreten darunter vorstellen?

**Wolf»** Wir sind aktuell dabei, einen ersten SCS-Fonds nach luxemburgischem Recht aufzulegen, der erst im Mai dieses Jahres gegründet wurde und seinen Fokus auf aussichtsreiche Start-ups richtet. Naturgemäß liegt das Hauptproblem bei Firmengründungen allerdings darin, dass sich nur wenige von ihnen im Markt wirklich erfolgreich durchzusetzen vermögen. So schaffen nur etwa 5 bis 10 % aller ambitionierten Start-ups den „Break-even“. Die wenigen, denen

dies jedoch gelingt, warten im Gegenzug mit satten, überdurchschnittlich hohen Wachstumszahlen und Renditen auf. Exakt diese Tatsache übt nun entscheidenden Einfluss auf unser neues Fondskonzept aus.

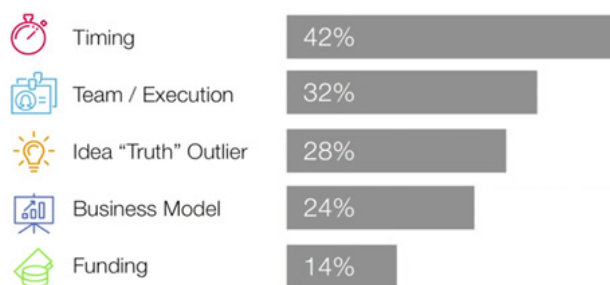
**Lütolf»** Richtig. Denn bei allen profunden Selektionskriterien, die bezüglich Einsatz von Wagniskapital bei der Vorauswahl von Start-ups zum Einsatz kommen, ähnelt das gängige Auswahlprozedere nichtsdestotrotz ein wenig dem Blick des Wahrsagers in eine Glaskugel. Insofern macht es an dieser Stelle für uns Sinn, die unterschiedlich zu bewertenden Risiken gleich mehrerer aussichtsreicher Aspiranten zusammenzuführen und in einem schlüssigen

Fondskonstrukt zu bündeln. Und exakt diese risikominimierende Philosophie verfolgen wir bei BENEDUS mit dem angesprochenen VCF.

**finanzwelt:** Und mit welcher Konzeptidee wollen Sie für den Fonds werben?

**Lütolf»** Bill Gross, ein weit über die Landesgrenzen hinaus renommierter Start-up-Inkubator aus den USA, hat eine Analyse über die Erfolgs- bzw. Misserfolgskriterien von Start-up-Unternehmen vorgelegt. Als vorrangige Einflussgröße entpuppte sich dabei der Aspekt „Timing“. Darunter ist u. a. zu verstehen, dass ein Startup alleine schon deshalb zum Scheitern verurteilt sein kann, wenn es zu früh oder zu

### Top 5 Factors in Success Across More Than 200 Companies



Bill Gross, 5 Key Success Factors (<https://www.youtube.com/watch?v=QR6YgWOan8Q>)

spät am Markt erscheint. Wir wollen an dieser Stelle nichts dem Zufall überlassen, sondern dafür Sorge tragen, dass ein innovatives Produkt oder eine aussichtsreiche Dienstleistung immer zum idealen Zeitpunkt am Markt zum Durchbruch verholfen wird. Und dies mithilfe prominenter Influencer.

**finanzwelt:** Können Sie zur besseren Vorstellung ein konkretes Beispiel benennen?

**Wolf»** Gerne. Nehmen wir Christian Audigier, den Ed Hardy-Designer. Popkone Madonna trug 2005 erstmals ein T-Shirt von Ed Hardy. Dem folgten weitere wie z. B. Hollywoodstar Nicole Kidman. Dies verhalf der Marke eindeutig zum Durchbruch und sie entwickelte sich fortan im Eiltempo zum angesagten Modelabel. Nur 6 Jahre darauf, im Jahr 2011, wurde das Modelabel letztlich mit Riesengewinn verkauft, nachdem es zuvor dreistellige Millionenumsätze erzielt hatte.

**Lütolf»** Oder nehmen wir das Beispiel von US-Star Dr. Dre, der 2006 zusammen mit Jimmy Iovine Beats Electronics gründete. 2008 kam der 1. Kopfhörer auf den Markt. Beats Electronics arbeitete von Beginn an mit mehreren Influencern wie Lady Gaga oder LeBron James zusammen. Das Konzept schlug ein, wie eine Bombe. 2014 gab der Computergigant Apple einer erstaunten Öffentlichkeit bekannt, dass sie das Unternehmen für 3,2 Mrd. US-Dollar übernommen haben.

**finanzwelt:** In der von Ihnen erwähnten Analyse von Bill Gross folgt nach dem Einflussfaktor „Timing“ an 2. Stelle mit immerhin 32 % Einflussanteil der Faktor „Team/Execution“. Was hat es damit auf sich und wie behandelt man bei BENEDUS diesen Aspekt?

**Lütolf»** Beim zweitwichtigsten Faktor „Team/Execution“ geht es darum, das Management-Team als Ganzes hinsichtlich seiner Stärken und Schwächen zu bewerten und die untereinander handelnden Personen, bzw. deren Interaktion zueinander, einer kritischen Analyse zu unterziehen. Wir bei BENEDUS schenken diesem Aspekt ebenfalls besondere Aufmerksamkeit. So vertrauen wir im hauseigenen Analyseprozess mit Klaus Eisenblätter auf einen der international renommiertesten Wirtschafts- und Sportprofiler. Mithilfe seiner ausgewiesenen Expertise kommen modernste Profilingmethoden zum Einsatz und ermöglichen so die treffsichere Antizipation zukünftig wahrscheinlicher Verhaltensweisen.

**Wolf»** Insgesamt ist unser Ansatz darauf ausgelegt, dass wir einem Startup nicht nur Geld und Managementunterstützung zukommen lassen wollen, sondern dem Produkt oder der Dienstleistung mittels unseres ausgewählten Influencer-Pools zum Durchbruch und somit zum Erfolg verhelfen können.

**finanzwelt:** Nun ist mediale Produktwerbung mithilfe prominenter Persönlichkeiten ja ein altbewährtes wie umsatz-

förderliches Konzept. Wie gedenkt man bei BENEDUS, das Thema Venture Capital mit bekannten Persönlichkeiten zu kombinieren?

**Wolf»** Durch unser internationales Netzwerk im Sportbereich (u. a. Deutscher Fußballbotschafter) wissen wir, dass viele Prominente immer wieder gerne auch von Start-ups angefragt werden. Allerdings sehen sich nur die wenigsten von ihnen in der Lage, die ihnen vorgestellten Geschäftsideen, Business- bzw. Finanzierungsmodelle und Managementcharaktere des jeweiligen Start-ups ernsthaft beurteilen zu können. Die Gefahr, sich in Unkenntnis dessen da nur allzu schnell aufs Glatteis führen zu lassen, ist an dieser Stelle besonders groß. Und das wissen auch die meisten Prominenten. Deshalb begegnen wir dem mit unserer ausgewiesenen Fachexpertise und sehen uns als professionelle Schnittstelle zwischen potenziellen Investoren, Kapitalsuchenden und Influencern. So kann z. B. ein Prominenter in seiner originären Funktion als Influencer sowohl in den Fonds investieren und dabei gleichzeitig das Produkt bewerben oder die Dienstleistung wirkungsvoll in Szene setzen.

**finanzwelt:** Es können oder sollen aber sicher auch „Nicht-Influencer“ in den Fonds investieren?

**Lütolf»** Natürlich ist der Fonds für potenzielle Investoren jeder Art offen. Dabei liegt das Minimuminvestment bei 100.000 Euro.

**finanzwelt:** Apropos Start-up-Potenzial: Wohin richtet sich da der Blick beim BENEDUS Venture Capital?

**Wolf»** Natürlich halten wir verstärkt nach Investments in Europa Ausschau. Jedoch gibt es einige globale Themen, denen wir uns nicht per se verschließen werden. So wird „All content goes to internet, all internet goes mobile“ sicherlich ein global zu behandelndes Thema für uns sein. Bei BENEDUS ist man für diesen Fall in der vorteilhaften Lage, betreffend globalen „Big Picture“ Themen auf ein engmaschiges, weltweites Netzwerk zurückgreifen zu können. (sf)