

Einblick

Schlechtes Netz bremst Digitalisierung

Die mittelständischen Unternehmen in Deutschland holen in Sachen Digitalisierung auf. Dieser Trend zeichnet sich in der Studie „Digitalisierung im deutschen Mittelstand“ ab, die die Unternehmensberatung EY in diesen Tagen veröffentlicht. Befragt wurden dabei 1500 nicht kapitalmarkt-orientierte Unternehmen mit 30 bis 2000 Mitarbeitern und mindestens 20 Millionen Euro Umsatz. Der Studie zufolge spielen inzwischen bei zwei von drei mittelständigen

ANZEIGE

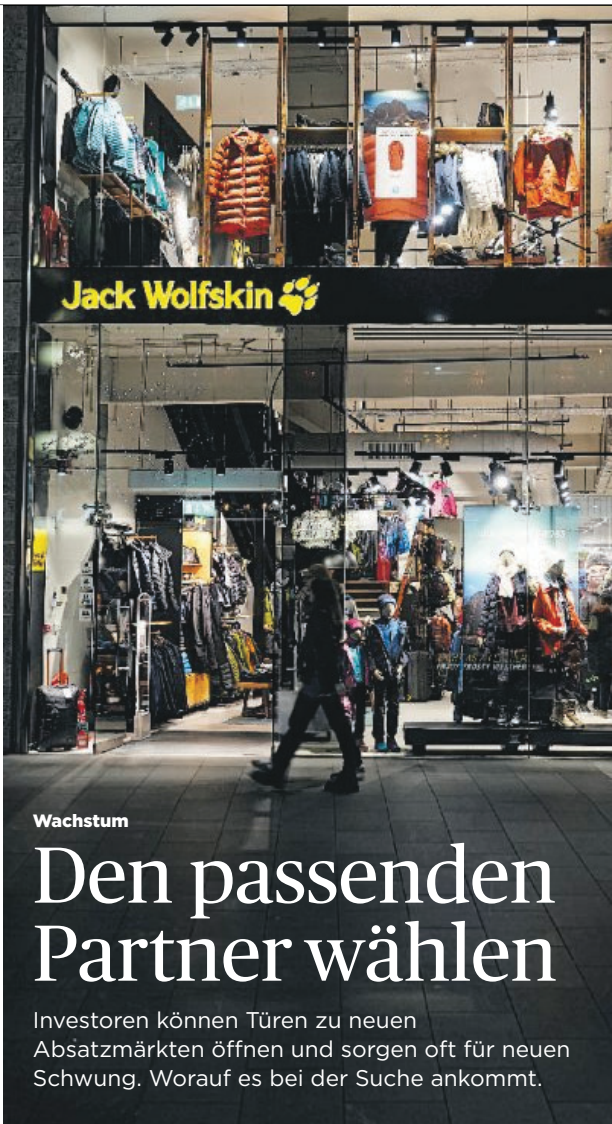
Ihre Ideen
machen Ihr
Unternehmen
erfolgreich.

schon Firmen in Deutschland (66 Prozent) digitale Technologien für das eigene Geschäftsmodell eine mittelgroße bis sehr große Rolle. Bei der Befragung im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 60 Prozent. Auffallend dabei ist allerdings die Schere zwischen neuen und alten Bundesländern. Während die Quote bei ostdeutschen Betrieben bei 55 Prozent liegt, erreicht sie bei Unternehmen in Westdeutschland 70 Prozent. Nach Branchen betrachtet bauen vor allem Firmen aus den Bereichen Elektrotechnik, Finanzdienstleistung und Maschinenbau ihr Geschäftsmodell digital um.

Nach Einschätzung von Martin Neuhold, Partner bei EY, könnten sowohl die Quote als auch die Dynamik deutlich höher liegen. Viele Mittelständler haben ihren Sitz abseits der Metropolen und damit oftmals keinen Anschluss an schnelle Datenetze. Dies bremst ihre Digitalisierung aus. „Deutschland hinkt etwa zehn bis fünfzehn Jahre zurück beim Ausbau einer leistungsfähigen Netzinfrastruktur in der Fläche - und diese Unzufriedenheit zeigt sich auch in den einzelnen Ergebnissen unserer Umfrage“, sagt Neuhold.

„Dabei wollen Firmen ihren digitalen Wandel vorantreiben, innovative Technologien wie Künstliche Intelligenz oder Cloud-Anwendungen unbedingt nutzen und ihre digitalen Services in Masse in den Markt bringen.“ Wenn es in Sachen Netzausbau nicht bald zu einer Erfolg versprechenden Initiative komme, sieht Unternehmensexperte Neuhold schwarz für den Standort Deutschland. „Deutschlands Unternehmen laufen dann Gefahr, international den Anschluss zu verpassen.“ Thomas Luther

IMPRESSUM
Redaktion: Florian Flicke (planet c), Dirk Wohleb



Wachstum

Den passenden Partner wählen

Investoren können Türen zu neuen Absatzmärkten öffnen und sorgen oft für neuen Schwung. Worauf es bei der Suche ankommt.

Jürgen Hoffmann Hamburg

Im Ebling hat keinen Zweifel: „Die ersten Stufen einer Finanzierungstreppe geht ein Unternehmer am besten mit Investoren, die er persönlich gut kennt.“ Genauso hat er das gemacht.

Als Ebling 2012 zusammen mit Christoph Burseg und Izabela Kloth die Firma Pickawood gründete, setzte das Trio ausschließlich auf privat erspartes Geld. Die Firma vertreibt maßgefertigte Möbel, die die Kunden online konfigurieren können. 2017 holte Ebling dann drei deutsche Geldgeber dazu. Dabei handelte es sich um Ex-Unternehmer, die er seit Jahren kannte. Er überließ ihnen Anteile von 13,5 Prozent. „Die haben aus Vertrauen in uns investiert“, ist er sicher. Eine Beteiligung ausländischer Geldgeber kam für den Mittelständler mit 25 Mitarbeitern und 6,8 Millionen Euro Umsatz damals noch nicht infrage: „Fehlende Netzwerke, rechtliche Unterschiede und sprachliche Barrieren machen Kontaktauf-

ANZEIGE

www.datev.de/
steuerberater

DATEV

nahme und Einstieg internationaler Partner kompliziert und teuer.“

Dabei stehen deutsche Mittelständler auf den Einkaufslisten ausländischer Investoren ganz oben. Der Anteil von Amerikanern, Briten, Schweizern oder Chinesen an M&A-Transaktionen im Mittelstand liegt laut der KfW-Bankenerhebung bei

50 Prozent. Die Beratungsgesellschaft PwC zählte im vergangenen Jahr 850 Beteiligungen und Übernahmen durch Ausländer. Beispiele dafür sind Tele München, Outdoor-Ausrüster Jack Wolfskin und Online-Spieleanbieter Playa Games. Leuchtmittelhersteller Osram und Immobilienportal Scout24 sprechen seit Monaten intensiv mit Interessenten aus dem Ausland. Besonders begehrt bei internationalen Investoren sind kleine und mittlere Betriebe im verarbeitenden Gewerbe. Für KfW-Chefvolkswirt Jörg Zeuner ist das „ein Beleg für die Attraktivität“ deutscher Unternehmen.

„Ein Firmenchef sollte die Antwort auf die Frage, welcher Investor der richtige für ihn ist, davon abhängig machen, welchen Mehrwert er braucht“, sagt der Berliner Corporate-Finance-Berater Christian Sachsenhammer. Viele deutsche Mittelständler setzen darauf, dass sie durch die Ehe mit einem Ausländer leichteren Zugang zu neuen Absatzmärkten bekommen. Deswegen schiele manches Start-up, das gerne über den Großen

ANZEIGE

Ihr
Steuerberater
macht, dass es
auch so bleibt.

Teich möchte, auf US-Investoren: „Andere Unternehmen erhoffen sich günstigere Produktionsbedingungen oder leichtere Rohstoffbeschaffung.“

Ein Möbelproduzent könnte via Co-Investor die riesigen Wälder Osteuropas ins Visier nehmen. „Ein ausländischer Investor kann auch helfen, neue strategische Partnerschaften zu schmieden, Türen zu öffnen, die für deutsche Mittelständler eigentlich verschlossen sind“, sagt Robert Jividen, Chef der Finanzierungsberatung Beit Capital Advisors. Weil sich Verfügbarkeit und Kosten von Kapital weltweit deutlich unterscheiden, sollten sich Unternehmen bei ihrer Finanzierung „international diversifizieren und die sich daraus ergebenden Vorteile nutzen“, rät Jividen.

Die Kehrseite der Medaille: Unternehmensanteile an einen ausländischen Investor abzugeben ist komplizierter, wirft mehr Fragen auf, verlangt mehr Klärungsbedarf als ein innerdeutscher Deal. Und oft stimmt die Chemie der Partner auch nicht - nach Erfahrungen von Sachsenhammer vor allem bei Engagements russischer oder indischer Kapitalgeber.

Auch mit Besitzern aus China läuft es nicht immer glatt. Beispiel dafür ist der Maschinenbauer Schiess. Der Mittelständler hat im Februar beim Amtsgericht Magdeburg Insolvenz angemeldet. Er war 2004 vom chinesischen Werkzeugmaschinen-Konzern Shenyang Machine Tool übernommen worden. „Der aber hat sich zu wenig ums Geschäft gekümmert“, so Sachsenhammer.

Möbelproduzent Tim Ebling ist seine unternehmerische Freiheit wich-

tig: „Unsere deutschen Investorenfreunde lassen uns operativ freie Hand, wir sind weiter die Chefs im Haus.“ Um den Umsatz wie geplant zu verdoppeln, braucht Pickawood Wachstumsfinanzierung. Dafür öffnet er sich auch gegenüber Geldgebern, die er nicht kennt: Im vergangenen Jahr sammelte der Mittelständler 760 000 Euro Schwarmgeld ein, 2019 ist eine weitere Eigenkapitalerhöhung geplant, möglicherweise auch mit neuen Gesellschaftern.

Langfristig können sich die Hamburger Möbelbauer selbst ausländische Anteilseigner vorstellen. „In zwei bis drei Jahren wollen wir in allen wichtigen europäischen Märkten vertreten sein“, begründet Ebling das. „Dann stehen wir ein paar Treppeinstufen höher und sind auch für Private-Equity-Gesellschaften groß genug.“

Heiko Bross und Henning Jüchter waren vor wenigen Wochen beim Notar. Die Gründer der Life-Science-Firma Procanis haben die Andreas-Franke-Unternehmensgruppe mit 41 Prozent beteiligt. Beide Firmen sitzen in Hamburg. „Wir haben die gleiche hanseatische Unternehmenskultur und kurze Wege für schnelle, persönliche Abstimmung“, begründet Bross seine Entscheidung für den als Immobilienunternehmer erfolgreichen Investor.

Franke bringt mit Hubertus Sprungala, der Ende der 1990er Jahre unter dem Namen „Kfee“ erstmals Kaffee der Firma Pokka nach Deutschland importierte, einen erfahrenen kaufmännischen Geschäftsführer mit. Von ihm und dem Kapitalzufluss erhoffen sich die Procanis-Gründer einen kräftigen Professionalisierungs- und Wachstumschub. „Ein Neuer von außen sorgt für frische Ideen und Impulse“, sagt Jüchter. Das Geld von Franke wollen er und Bross nutzen, um den Umsatz mit ihrem Produkt, Hyaluron zum Trinken, bis zum Jahresende „auf 2,5 Millionen Euro zu verdoppeln“.

Swyx Solutions, Anbieter von IP-Kommunikationslösungen für den Mittelstand, hat als Partner die niederländische Private-Equity-Investment-Gesellschaft Waterland gewählt. „Unser Fokus liegt auf dem europäischen Markt“, erläutert Swyx-Geschäftsführer Ralf Ebbinghaus. „Deshalb war ein europäischer Investor die erste Wahl, denn der ist mit den hiesigen Marktbedingungen vertraut.“

Einen Schritt weiter geht Frank Jorga, CEO der WebID Solutions, die Personen-Identifikationen automatisiert oder per Video-Chat über PC oder Smartphone ermöglicht. Jorga hat Anfang 2016 den Privatinvestor Goetz Hertz-Eichenrode und den Business-Angel Patrick Jacob mit je fünf Prozent an seinem Unternehmen beteiligt. Die übrigen 90 Prozent halten die WebID-Gründer.

„Die Finanzierung hat uns Ruhe beim Firmenaufbau gegeben“, sagt Jorga. Die 2019 geplante zweite Runde will er mit internationalen Investoren angehen, „die Türen weltweit öffnen und globale Netzwerke zur Verfügung stellen können“. WebID soll in Asien und den USA wachsen und 2020 mehr als 24 Millionen Euro Umsatz machen: „Dafür brauchen wir anstelle unserer ruhigen deutschen Geldgeber nun international agierende Investoren, die uns helfen, den Weltmarkt aufzurollen.“