

Peter Brors Berlin

Niklas Zennström ist Schwede, Mitte 50, und hat die Welt vor allem als Gründer des Internettelefondienstes Skype beeindruckt, einer Firma, die der Multiunternehmer vor Jahren für mehr als vier Milliarden Dollar an Ebay verkauft hat, und der sich seither an Start-ups beteiligt. Zennström sagt: „Bei meinen Beteiligungen bin ich stark an der Persönlichkeit des jeweiligen Gründers interessiert, weil ich nicht nur Geld investieren, sondern auch bei der Geschäftsentwicklung helfen will.“

Johannes Freiherr von Salmuth, 53, lebt im Berliner Umland und kontrolliert von Mannheim aus als Aufsichtsratschef die geschäftlichen Aktivitäten der Familie Röchling, einer der traditionsreichsten deutschen Unternehmerdynastien. Von Salmuth meint: „Die Eitelkeit eines Unternehmers kann auch bei einem ansonsten herausragenden Managementtalent zu einem negativen Ergebnis für das Unternehmen führen.“

Nicole Junkermann, Anfang 40, hat in Frankreich im Sportrechtbusiness an der Seite von Managergrößen wie Robert Louis-Dreyfus gearbeitet, berät heute den britischen Gesundheitsminister und investiert von London aus in technologiegetriebene Start-ups, vorwiegend im Medizinssektor. Junkermann mahnt: „Wir müssen die Möglichkeiten der Innovation nutzen. Neue Technologien wie Künstliche Intelligenz sollten dabei dienend wirken.“

Zennström, von Salmuth, Junkermann – das Trio bildet mit Blick auf Herkunft, Lebensweg und Karriere sicher keine homogene Gruppe. Und doch gehören alle drei einer neuen Generation von Gründern an, die den ökonomischen Sturm, ausgelöst durch die Digitalisierung, ohne Verzagtsein als Chance begreift. Und deshalb kraftvoll in junge Firmen investiert – und das mitunter gemeinsam in einem Investmentfonds namens La Famiglia, der wie eine Art sozioökonomisches Netzwerk funktioniert.

Dessen vordringliches Ziel ist neben dem Streben nach einer überdurchschnittlichen Rendite die Verknüpfung von alter und neuer, respektive digitaler Welt. Anders ausgedrückt geht es bei dem Fonds um die Zusammenführung höchst unterschiedlicher Kulturen, um einen Brückenschlag zwischen agiler Gründerszene und etablierter Industrie. „La Famiglia versteht sich als Plattform, die Kapital, Kontakte und Kooperationen zwischen beiden Welten bietet“, sagt Jeannette zu Fürstenberg, 34, die als Managing Partner den Fonds 2016 gegründet hat und seither auch leitet: „Die zumeist familiengeführten Mittelstandsunternehmen erhalten auf diese Weise schnell und frühen Zugriff auf neue Technologien und digitale Geschäftsmodelle und die Start-ups mehr Reichweite über den Zugang zu den bestehenden Kundennetzwerken der Investoren.“

Als Investor bei La Famiglia kommt für Fonds-Initiatorin zu Fürstenberg entsprechend nur infrage, wer neben Investitionskapital auch Interesse am Austausch, ein belastbares Beziehungsgeflecht zu relevanten Märkten und Kundengruppen mitbringt.

Die Liste der Investoren des ersten Fonds liest sich wie ein Who's Who bekannter Familienunternehmer und Gründer. Neben Zennström, von Sal-

Venture Capital

Sozioökonomisches Netzwerk

Mit dem Beteiligungsfonds La Famiglia 1 hat Jeannette zu Fürstenberg die digitale Gründerszene mit dem etablierten Mittelstand verknüpft. Jetzt legt die Initiatorin einen zweiten Venture-Capital-Frühphasenfonds auf, der künftig von einer weiblichen Doppelspitze geführt wird.



Jeannette zu Fürstenberg (links) und Judith Dada:

„Wir wollen das Neue in die Welt tragen.“

moth und Junkermann sind Mitglieder der Unternehmerfamilien Mohn, Siemens, Swarovski, Mittal und Solvay dabei, aber auch erfolgreiche Gründer wie Hakan Koc (Auto1). Allen gemein ist die Hoffnung auf einen überdurchschnittlich verzinsten Kapitaleinsatz und einen frühen Zugang zu neuen Technologien. Im Gegenzug investieren sie frisches Geld in die Start-up-Szene und setzen – quasi als Referenzkunden – die neu entwickelten Produkte und Dienstleistungen möglichst auch in den eigenen Unternehmen und Beteiligungen ein.

Zu Fürstenberg, die selbst aus einer Industriellenfamilie (Krohne Messtechnik in Duisburg, rund 500 Millionen Euro Umsatz) stammt, ist in diesen Wochen dabei, den ersten Fonds mit 30 Firmenbeteiligungen und einem Gesamtvolumen von 35 Millionen Euro zu schließen und einen zweiten, mit 50 Millionen Euro umfassenderen Fonds aufzulegen. Mit Verweis auf die Statistiken führender Analytics-Anbieter wie Cambridge Associates und Pitchbook umschreibt die Initiatorin die Performance des ersten Fonds mit „überdurchschnittlich“.

Keine frühen Ausfälle im Portfolio

Genaue Zahlen will zu Fürstenberg, die sich von den renommierten Frühphaseninvestoren Elad Gil (Airbnb und Pinterest) und Joe Lonsdale (Palantir) beraten lässt, nicht nennen. Stattdessen sagt sie: „Mit Blick auf unser Portfolio blieb unsere Fondsperspektive durch schnelle Werterhöhung aufgrund vieler Folgefinanzierungen bisher auf einem positiven Pfad und wurde nicht durch frühe Ausfälle einzelner Start-ups nach unten gezogen.“ Dennoch sei es für eine Aussage zur abschließenden Performance noch zu früh, räumt sie ein, und La Famiglia müsse wie alle Venture-Capital-Fonds in der Zukunft auch mit Abschreibungen rechnen. Wobei die Ausfallquote derzeit noch bei null liege.

Zu den Beteiligungen aus dem ersten Fonds, die sich aus Sicht zu Fürstenbergs besonders erfreulich entwickelten, gehört das digitale Versicherungs-Start-up Coya. Im vergangenen Jahr erhielt das Berliner Unternehmen die Lizenz von der Bafin, um fortan online zunächst Hausratsversicherungen anbieten zu können. Als bald sollen weitere Policen im Haftpflichtbereich folgen. Inzwischen hat Coya weitere 25 Millionen Euro von Investoren für die Geschäftsentwicklung erhalten, darunter Valar Ventures von Peter Thiel und e.ventures, ein international tätiger Frühphaseninvestor mit der Otto-Gruppe als größtem Geldgeber.

Die bislang jüngste Beteiligung ist La Famiglia beim französischen Start-up Spacefill eingegangen, einem Unternehmen, das den stark fragmentierten Markt an Lagerhäusern mittels einer digitalen Plattform bündeln will und verspricht, auf diesem Weg kurzfristige Kapazitätsschwankungen rasch ausgleichen zu können.

Auch im Beschaffungs- und Logistikbereich sollen neue Plattformen die intelligente Auswertung von Lieferantenbeziehungen ermöglichen, wodurch Waren preisgünstiger beschafft und transportiert werden könnten. Dabei bieten junge Firmen wie FreightHub und OnTruck die gesamte Wertschöpfungskette an, indem die Unternehmen ihren Kunden auch Modalitäten wie die Zollabfertigung



Johannes v. Salmuth:
Hält für die Röchling-Gruppe nach neuen Technologien Ausschau.



Nicole Junkermann:
Ist als Investorin vorwiegend im Gesundheitssektor engagiert.



Hakan Koc:
Hat mit Auto1 inzwischen eine Milliardenbewertung erreicht.



Niklas Zennström:
Ist seit dem Verkauf von Skype auf der Suche nach Geschäftsideen.



Joe Lonsdale:
War früh beim US-Datenkonzern Palantir als Investor dabei.

gung abnehmen. Jeannette zu Fürstenberg sagt: „Beide Start-ups wurden 2016 Teil des Fonds, inzwischen haben die Unternehmen größere Wachstumsfinanzierungen etwa mit Northzone abgeschlossen und beschäftigen gemeinsam mehr als 200 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, Berlin, Madrid, Paris, Porto und Hongkong.“ Die La-Famiglia-Investoren Viessmann und Franke nutzen die Technologie in Teilen für die Logistik im eigenen Konzern.

Zum aktuellen Portfolio gehören auch BigFinite und CloudNC. Das in Kalifornien ansässige Unternehmen BigFinite wurde von zwei Spaniern gegründet und entwickelt eine Softwaretechnologie, die Daten aus verschiedensten Schnittstellen der Prozessindustrie sammelt, in Echtzeit analysiert und durch maschinelles Lernen Optimierungsschritte in der Produktion, etwa von Medikamenten, empfiehlt. CloudNC automatisiert die Steuerung von Werkzeugmaschinen mittels einer auf Künstlicher Intelligenz basierenden Technologie, die verspricht, die Preise für CNC-Bauteile erheblich zu senken.

Dass sich Geschäftsideen und Themen anders entwickeln können, als initial angenommen, gehört für Jeannette zu Fürstenberg zum allgemeinen Geschäft der Venture-Capital-Szene. Beim spanischen Start-up Rollbox etwa, dessen Kernstück eine Technologie zur automatisierten Lohnkostenabrechnung ist, hat sich gezeigt, dass es betriebswirtschaftlich vernünftiger sein kann, das geplante Wachstum in einem Verbund anzugehen. Und so hat sich Rollbox entschlossen, die eigene junge Firma mit der Münchener Personio zu verschmelzen.

Fortschritte bei Künstlicher Intelligenz

Aus den generellen Erfahrungen mit den Beteiligungen des ersten Fonds will Jeannette zu Fürstenberg jetzt bei Auflage des zweiten Fonds gewinnbringende Schlüsse ziehen. Und sie verstärkt sich in der Führung des Fonds mit Judith Dada, 27, einer ehemaligen Facebook-Managerin, die als Expertin für datengetriebenes Marketing, Nutzerforschung E-Commerce und Künstliche Intelligenz gilt und zuvor einen Abschluss der Universität Oxford erhielt, wo sie sich mit den Themen Big Data und Netzwerkwissenschaft befasste.

Judith Dada sagt: „Was die Entwicklung von Künstlicher Intelligenz angeht, glauben wir, dass es 2019 deutliche Fortschritte geben wird, nicht nur in der Forschung, sondern für kommerziell tragfähige Anwendungsfälle zum Beispiel auf dem Gebiet der digitalen Sprachverarbeitung.“ Gemeinsam mit dem KI-Unternehmen Luminovo leitet Dada Forschungsprojekte in diesem Bereich und hält für La Famiglia 2 nach passenden Investitionsmöglichkeiten Ausschau.

Dass die weibliche Doppelspitze beim Einsatz von KI nicht nur Chancen sieht, sondern auch Risiken, die dazu geeignet sind, „die Demokratie zu gefährden“, wie es Jeannette zu Fürstenberg ausdrückt, ist beiden Managerinnen sehr bewusst. Einerseits.

Andererseits, im weitesten Sinne in Anlehnung an den großen Philosophen Arthur Schopenhauer und dessen Lehre von der Erkenntnistheorie, Metaphysik und Ethik, sagen zu Fürstenberg und Dada: „Wir wollen das Neue, ethisch durchdacht und hinterfragt, in die Welt tragen.“

Verleger: Dieter von Holtzbrinck

Redaktion

Chefredakteur: Sven Affhüppe
Stv. d. Chefredakteurs: Peter Brors, Sebastian Matthes (Head of Digital), Thomas Tuma

Autor: Hans-Jürgen Jakobs

Chefökonom: Prof. Dr. Dr. h. c. Bert Rürup

Chefreporterin: Tanja Kewes

Creative Director: Regina Baierl (Ltg.), Saskia Ballhausen (Stv. Ltg.)

Ressortleiter: Thomas Sigmund (Politik), Andrea Rexer (Unternehmen), Daniel Schäfer (Finanzen), Christian Rickens (Agenda), Nicole Bastian, Dr. Jens Münchath (Ausland), Sönke Iwersen (Investigative Recherche)

Chef vom Dienst: Stefan Kaufmann (Leiter Newsdesk), Tobias Döring, Stefan Kaufmann, Désirée Linde, Marc Renner, Peter Pfister (News am Abend)

Deskchefs: Claus Baumann (Unternehmen), Julian Traut-hig (Finanzen), Christoph Herwartz (Politik)

International Correspondents: Mathias Brüggmann, Torsten Riecke

Verantwortlich im Sinne des Presserechts sind die jeweiligen Leiter für ihren Bereich. Im Übrigen die Chefredaktion.

Handelsblatt Research Institute

Tel.: 0211 - 887-11 00, Telefax: 0211 - 887-97 11 00,
E-Mail: info@handelsblatt-research.com
Prof. Dr. Dr. h.c. Bert Rürup (Präsident),
Dr. Christian Sellmann (Managing Director)

Verlag

Handelsblatt GmbH (Verleger im Sinne des Presserechts).

Geschäftsführung: Frank Dopheide, Gerrit Schumann, Oliver Voigt

Anzeigenleitung: Andreas Wallenborn
Verantwortlich für Anzeigen: Peter Diesner

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf.
Anschrift von Redaktion, Verlag und Anzeigenleitung:
Toulouser Allee 27, D-40211 Düsseldorf, Tel. 0211 - 887-0
Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte, Unterlagen und Fotos.
Axel Springer SE, Offsetdruckerei Kettwig, Im Teelbruch 100, 45219 Essen; Pressedruck Potsdam GmbH, Friedrich-Engels-Str. 24, 14473 Potsdam; Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH, Zamdorfer St. 40, 81677 München

Vertrieb Einzelverkauf:
Verlag Der Tagesspiegel GmbH, www.tagesspiegel.de

Kundenservice:
Postfach 103345, 40024 Düsseldorf,
Telefon: 0800 - 2233110,
Aus dem Ausland: 0049 211 887-3602
E-Mail: kundenservice@handelsblatt.com
Ihre Daten werden zum Zweck der Zeitungszustellung übermittelt an Zustellpartner und an die Medienservice GmbH & Co. KG, Hellerhofstraße 2-4, 60327 Frankfurt am Main.

Anzeigen:
Anzeigenverkauf Handelsblatt
Tel.: 0211 - 887-24 84, Fax: 0211 - 887-33 59
E-Mail: info@iqm.de
Internet: www.iqm.de
Anzeigenverkauf Handelsblatt.com
Tel.: 0211 - 887-26 26, Fax: 0211 - 887-97 26 56
E-Mail: info@iqdigital.de
Internet: www.iqdigital.de
Anzeigenverkauf Handelsblatt Personalanzeigen
Tel.: 040 - 32 80 229, Fax: 040 - 32 80 472
E-Mail: rosar@chancenundkarriere.de
Internet: www.chancenundkarriere.de
Anzeigen disposition Handelsblatt
Tel.: 0211 - 887 - 26 60, Fax: 0211 - 887 - 97 26 60
E-Mail: dispo.hb@iqm.de

Redaktion:
Telefax: 0211 - 887-97 12 40
E-Mail: handelsblatt@vhb.de
Politik
Tel.: 030 - 61 68 61 92, Fax: 0211 - 887-97 80 27
E-Mail: hb.berlin@vhb.de
Unternehmen
Tel.: 0211 - 8 87-13 65, Fax: 0211 - 8 87-97 12 40
E-Mail: hb.um@vhb.de
Finanzen
Tel.: 0211 - 887-4002, Fax: 0211 - 887-97 41 90
E-Mail: hb.fz@vhb.de
Agenda
Tel.: 0211 - 887-13 88, Fax: 0211 - 887-97 13 88
E-Mail: hb.agenda@vhb.de

Handelsblatt Veranstaltungen
Tel.: 0211 - 887 0, Fax: 0211 - 887 43-40 00
E-Mail: info@euroforum.com
www.handelsblatt.com/veranstaltungen

Das Handelsblatt wird ganz oder in Teilen im Print und digital vertrieben. Alle Rechte vorbehalten.
Kein Teil dieser Zeitung darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere auch die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM.

Artikelanfragen: Club-Mitglieder erhalten einen Artikel kostenlos, Telefon: 0800-2233110
E-Mail: artikelanfragen@vhb.de

Nutzungsrechte:
Telefon: +49 (0) 69/7591-29 30
(Dieser Service steht Ihnen Mo-Fr zu den üblichen Bürozeiten zur Verfügung) E-Mail: nutzungsrechte@vhb.de
Sonderdrucke:
Tel.: 0211 - 887-1748, Fax: 0211 - 887-97-1748
E-Mail: sonderdrucke@vhb.de

Bezugspreise Inland und EU:
monatlich € 66,70 (Inland inkl. € 4,36 MwSt./EU zzgl. der jeweiligen MwSt.). Jahresvorzugspreis: € 799,- (Inland inkl. € 52,27 MwSt./EU zzgl. der jeweiligen MwSt.). Vorzugspreis für Studenten (gegen Vorlage einer gültigen Bescheinigung): monatlich € 33,30 (Inland inkl. € 2,18 MwSt. / EU zzgl. der jeweiligen MwSt.). Jahresvorzugspreis € 399,- (Inland inkl. € 26,10 MwSt. / EU zzgl. der jeweiligen MwSt.). Lieferung jeweils frei Haus. Bezugspreise übriges Ausland: auf Anfrage. Bezugspreise übriges Ausland: auf Anfrage.

Abonnementkündigungen sind nur schriftlich mit einer Frist von 21 Tagen zum Ende des berechneten Bezugszeitraumes möglich, solange keine andere Regelung vorgesehen ist. Im Falle höherer Gewalt (Streik oder Aussperrungen) besteht kein Belieferungs- oder Entschädigungsanspruch. Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte, Unterlagen und Fotos. Für die Übernahme von Artikeln in interne elektronische Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte über die PMG Presse-Monitor GmbH. Telefon: 030/284930 oder www.presse-monitor.de. Die ISSN-Nummer für das Handelsblatt lautet: 0017-7296