



Zwischen Theorie und Praxis

David Amis im FINANCE-Portrait

David Amis ist mit 36 Jahren schon 16facher Business Angel. Der Amerikaner aus Nebraska/USA sucht immer wieder nach neuen Herausforderungen. Er war Unternehmer und Investor und ist jetzt Business Angel und Autor zugleich. Seit einem Jahr lebt er in München und recherchiert über deutsche Business Angels.

Von Christine Haupt •
Fotos: Gerhard Blank

„Erfahrene Business Angels wissen, dass bei Early-Stage-Investments Geduld, ein langer Zeithorizont und viel Arbeit notwendig sind und dass mit Rückschlägen zu rechnen ist.“

Die kahle Wand seines Büros bei der Deutschen Venture Capital in München hat Business Angel David Amis mit seinem neuesten Deal geschmückt. Eine Art überdimensionaler, blau gemusterter Scheck – notdürftig mit Tesafilm angebracht. Fast zwei Meter hoch hängt das gute Stück etwas verloren, aber in Augenhöhe des hoch gewachsenen Amerikaners, der auf einem Football-Feld sicherlich eine gute Figur machen würde. 25.000 Dollar hat Amis in das amerikanische Startup-Unternehmen „Applied Risk Management“ (ARM) aus Boston, USA, investiert, das Sicherheitsdienste von der Beratung bis zur technischen Umsetzung anbietet. 25.000 Dollar sind für einen Business Angel eigentlich nicht viel. Doch amerikanische Business Angels investieren anders.

(K)ein Deal fürs Leben

Lange wird der Tesafilm vielleicht nicht halten müssen, denn amerikanische Business Angels betrachten ein Angel-Investment nicht als Bund fürs Leben: „Die Amerikaner haben eine Turn & burn-Haltung. Sie sagen: Entweder gewinne oder verliere ich mit meiner Investition. Warum sollte ich dann nachfinanzieren?“, erklärt Amis, der mit ARM sein 16. Investment getätigt hat. Investi-

tionen in einer zweiten Finanzierungsrunde seien in den USA eher selten. Dagegen seien die deutschen Business Angels eher bereit, in „ihre“ Unternehmen mehrfach zu investieren. Amis bringt den Mentalitätsunterschied auf den Punkt: „Deutsche sind stärker beziehungsorientiert. Sie erwarten bei einem Deal, dass er das ganze Leben hält.“ Das überrascht nicht. Denn „deutsche Business Angels konzentrieren ihre Investments nur auf ein bis drei Unternehmen und steigen dann aber gleich mit Summen zwischen 250.000 und 1 Million Euro ein.“ Amerikanische Business Angels sorgen dagegen für eine hohe Risikostreuung in ihrem Portfolio. Sie investieren eher kleinere Beträge von jeweils 25.000 bis 50.000 Dollar in zehn bis 15 verschiedene Unternehmen. Verluste lassen sich so leichter verschmerzen.

Amerikaner knüpfen andere Erwartungen an die finanzielle Entwicklung ihrer Investments als Deutsche: „Amerikanische Business Angels rechnen nur mit einer Gewinnchance von 10 Prozent. In Deutschland dagegen erhofft man sich Gewinne aus allen oder mindestens einem von drei Deals.“ Auch die Engagements von Amis waren nicht alle mit Erfolg gesegnet. Doch der Umgang mit Verlusten zeigt, wie unter-

schiedlich die amerikanische und die deutsche Mentalität sind.

Verlust ist Gewinn

Von 1999 bis Ende 2001 versuchte sich Amis mit der Gründung eines Venture-Capital-Fonds, der in Early-Stage-Unternehmen investierte. Doch zwei Jahre später löste er den Fonds wieder auf. Der Zeitpunkt war schlecht gewählt: Die Preise waren zu hoch für Investitionen, und als sie endlich auf ein realistisches Niveau fielen, war das Vermögen potenzieller Investoren schmerzlich geschrumpft. Eigentlich ein Misserfolg, doch Amerikaner gehen leichter mit Verlusten und finanziellen Niederlagen um. „In den USA bedeutet Scheitern, dass man wertvolle Erfahrungen gesammelt hat“, erklärt Amis, und man nimmt ihm ab, dass er diese Erfahrung nicht als persönliche Niederlage betrachtet. In den USA erhalte man schnell eine nächste Chance. Sechs seiner Investoren hätten ihm zugesagt,

dass sie sofort wieder in einen Fonds von ihm investieren würden. Nur ein Schweizer gab ihm zu verstehen, dass die Geschäftsbeziehung damit zu Ende sei.

Seine Investments finanziert er mit den Gewinnen aus früheren Investitionen. Die Erträge daraus seien insgesamt noch nicht positiv, da er jeden Gewinn sofort in das nächste Investment stecke. Zuversicht und Unbeschwertheit strahlt Amis aus, wenn er den graphischen Verlauf seiner positiven Gewinnerwartung in die Luft malt. Lässig sitzt er in seinem Bürostuhl, einen Arm über die Rückenlehne gelegt und mit dem anderen seine Aussagen unterstreichend. Neben seinen eigenen finanziellen Engagements investiert Amis auch das Kapital anderer privater Investoren.

Den positiven Unternehmergeist hat Amis von Kindesbeinen an mitbekommen. Sein Großvater führte in Nebraska eine Ranch mit 400 Rindern und



ANZEIGE

Anzeige

Seite 59

Kirchhoff Consult

4C



„Business Angels wollen Sicherheit. Sie befürchten, dass der Unternehmer mit dem Geld nach Bermuda auswandert.“

gleichzeitig den Militärflugzeughersteller Aero Design & Engineer. Dann gründeten Großvater und Vater von Amis zusammen ein Raupenschlepper-Handelsunternehmen und machten einige Angel-Investments, von denen „zwei bis drei eine Katastrophe waren, ein anderes dagegen unglaublich erfolgreich“. Geprägt von der Gründermentalität und dem Unternehmergeist seiner Familie, gründete Amis als 22-jähriger Collegeabsolvent – mit dem entsprechenden Selbstvertrauen und ein paar neuen dunklen Anzügen ausgestattet – eine Unternehmensberatung. Mitten im weiten Land der Cowboys. Schon mit 19 Jahren setzte er sich zum Ziel, Unternehmen zum Erfolg zu führen.

Über seine achtmonatige Durststrecke zu Beginn der Unternehmung, in der er keinen einzigen Kunden gewinnen konnte, spricht Amis überaus selbstbewusst, beinahe stolz. „Es gab rund 100 Leute, die mein Angebot abgelehnt hatten. Dadurch habe ich gelernt, wie man verkauft und diese Erfahrungen weitervermittelt.“ Am Ende hatte er insgesamt 25 unterschiedliche Kunden gewonnen. Und die waren in der Regel älter als er selbst. Er vertrat Geschäftsleute bei Steuerberatern, schrieb Business-Pläne, entwickelte Marketingstrategien und kalkulierte Unternehmensmodelle. „Im Alter von 22 hatte ich ehrlich keine Ahnung von diesen Dingen, aber ich suchte mir die entsprechenden Leute, die es mir erklären konnten.“

Mit einer gesunden Portion Selbstironie erzählt Amis, dass er nach drei Jahren einsah, „dass ich als Berater die Welt nicht aus den Engeln heben könnte“. Er wollte weiterkommen und landete in der Harvard Business School. Er witzelt: „Ich hatte bestimmt die niedrigste Punktzahl beim Eintrittstest (GPA) erreicht, aber sicherlich war ich der erste Bewerber aus dem Mittleren Westen. Sie sagten, sie hätten noch nie einen Unternehmer aus Nebraska gesehen. Das war wohl interessant für sie.“

Das Tagesgeschäft

Ein bis drei Stunden Arbeit pro Woche investiert der jugendlich wirkende Business Angel in das Startup ARM, kümmernt sich um Co-Investoren, unterstützt den Vertrieb und jettet daher häufig zwischen München und Boston hin und her. Der zeitliche Aufwand für das Investment klingt gering. Doch im Unterschied zu Deutschland, wo mit meist hohen Beträgen eher wenige Business Angels in einer Investorengruppe sitzen, sind an amerikanischen Unternehmen oft bis zu fünf Business Angels gleichzeitig beteiligt. Sicherlich nicht einfach, so viele Interessen auf einen Nenner zu bringen.

Der Absolvent der Harvard Business School selektiert weniger nach bestimmten Branchen, sondern danach, wie schnell sich das Unternehmen im Markt durchsetzt: „Mir geht es nicht darum, die Branche oder das Produkt zu

verstehen, mir geht es um das Wesen der Early-Stage-Deals.“ „Value-Events“ wie schnelle Vertragsabschlüsse und Verkäufe zeigten das Potenzial der Early-Stage-Unternehmen. Und das sei für ihn entscheidender als innovative technologische Entwicklungen.

Ein dreifacher Gewinn gelang Amis mit seiner ersten Investition in ein Unternehmen, das er gerne selbst gegründet hätte: Venture Capital Report aus London. Das Unternehmen publiziert Business-Pläne junger Firmen in einem Monatsmagazin, das von potenziellen Investoren abonniert wird. Zuerst erwarb er 1996 zusammen mit einem Co-Investor die internationalen Rechte des Unternehmens. Die Transaktionskosten einschließlich der Rechte beliefen sich auf rund 50.000 Dollar. Fünf Monate später übernahm er für rund 480.000 Dollar 90 Prozent des Unternehmens und machte sich zum Geschäftsführer. Ein Business Angel finanzierte rund drei Viertel des Investments, Amis finanzierte das verbleibende Viertel aus eigenen Mitteln. Das Unternehmen lief gut, doch Amis sah das Potenzial des „Vermittlungsdienstes“ bald erreicht und damit den Reiz der Herausforderung schwinden. Nach insgesamt 15 Monaten verkaufte Amis das Unternehmen für den dreifachen Preis seines Investments. Heute erinnert nur eine in einen Plastikblock gefasste Sterling-Münze an seinen ersten großen Deal. Ein persönliches Andenken auf seinem Schreibtisch im Münchener Büro.

Amis ist aber nicht nur aktiver Business Angel, sondern befasst sich auch theoretisch mit dem Thema „Business Angels“. Ein Stipendium der Bosch-Stiftung für amerikanische Experten und Führungskräfte hat Amis nach München geführt. Zusammen mit Harvard-Professor Howard Stevenson und Heinrich von Liechtenstein schreibt er – unterstützt von der Boston Consulting Group und der Deutschen Venture Capital – sein zweites Buch über die Erfolgskriterien der „Winning Angels“. Nach der amerikanischen Perspektive legt er jetzt den Fokus auf den deutschen Markt.

Die auffälligsten Unterschiede zwischen der deutschen Business-Angel-Kultur und der amerikanischen liegen laut Amis in der Herkunft des Vermögens und im Umfang der Investitionen. „So wie es in den USA vor 50 bis 60 Jahren noch üblich war, stammen die deutschen Business Angels hauptsächlich aus Unternehmerfamilien. Sie investieren das Familienvermögen.“ Der amerikanische Markt für Unternehmenskäufe und -verkäufe sei wesentlich aktiver als der deutsche, der eher dem Niveau der USA vor 30 Jahren entspreche. Doch mit der Internationalisierung der Weltwirtschaft gebe es heute für deutsche Finanzinvestoren deutlich mehr Exit-Möglichkeiten über den Verkauf an ausländische Gesellschaften oder die Platzierung an ausländischen Börsen.

Tipps fürs Netzwerk

Heute weiß Amis, wie Business Angels und Unternehmer aufeinander zugehen sollten. Wer einen Business Angel

gewinnen will, sollte ihn früh kontaktieren: zwei bis fünf Jahre vor der Unternehmensgründung, aber mindestens sechs Monate vorab. Von da an sollte der Unternehmensgründer alle ein oder zwei Monate eine kurze Info über den Stand der Dinge verschicken. „Business Angels wollen Sicherheit. Sie befürchten, dass der Unternehmer mit dem Geld nach Bermuda auswandert.“ Die

„Deutsche Business Angels erwarten bei einem Deal, dass er das ganze Leben hält.“

besten Angels seien jene, die die Branche kennen oder einen besonderen „Mehrwert“ haben (z.B. wenn sie Kapital beschaffen können oder ein gutes Netzwerk haben – so wie er selbst, der offen zugibt, keine Branchenkenntnis zu haben). Wichtig sei auch, dass die

Business Angels schon Erfahrung mit Angel-Investments gemacht haben und über Unternehmensexpertise verfügen, insbesondere über junge Firmen: „Sie wissen dann, dass bei Early-Stage-Investments Geduld, ein langer Zeithorizont und viel Arbeit notwendig sind und dass mit Rückschlägen zu rechnen ist.“ Unerfahrene Investoren dagegen hätten unrealistische Erwartungen, riefen ständig an und fragten, wann ihr Geld käme. „Als Unternehmer sollte ich mit solchen Leuten keine Zeit verlieren.“

David Amis hat sich neue Ziele gesetzt. Im Jahr 2003 oder 2004 will er einen neuen Venture-Capital-Fonds auflegen. Mut, Beharrlichkeit und ein bisschen Rastlosigkeit charakterisieren den fröhlichen Business Angel, der neben seinen Investments gerne die Nähe zur Theorie sucht und mit Büchern, Seminaren und Vorträgen das Modell „Business Angel“ exportieren will. ←

christine.haupt@finance-magazin.de

ANZEIGE

Anzeige

Seite 61

WSF

4C