

MOBICAP: GELD UND GUTER RAT FÜR MOBILE GEOANWENDUNGEN



Mobile Geoanwendungen gelten nicht nur als Wachstumsmarkt, sie dürften auch Geschäftsprozesse verändern. Anders als in der Vergangenheit sickern die Innovationen allerdings aus dem Massenmarkt in das Businessumfeld. Bislang konnte man eher das umgekehrte Modell. Das eröffnet Start-ups und kleinen Unternehmen zwar Chancen, verlangt aber auch nach gezielter Förderung. Vor allem die Anschubfinanzierung gilt als Hürde. Hier setzt die EU-Initiative Mobicap an.

Die aktuell entstehende Mobilwirtschaft berührt viele große Industriebereiche, denn durch mobile Basistechnologien oder den daraus resultierenden neuen Geschäftsmodellen werden derzeit vielfältige Innovationen angestoßen. Der Sektor ist stark umkämpft, weil sich etablierte Unternehmen aus der Informationstechnik und langjährige Hardwarelieferanten plötzlich neuer Konkurrenz ausgesetzt sehen. Die Umsetzung schnellen LTE Mobilfunks wird zudem die existierenden Einschränkungen bei der Bandbreite weiter reduzieren, so dass Anwendungen mit hohem Datenverbrauch möglich werden. Zeitgleich entstehen roaming-unabhängige SIM-Karten-Modelle, mit denen sich ein Millionenheer von Sensoren vernetzen lässt. Dafür genügt der gelegentliche Schmalspurverkehr, auf den diese Technik zugeschnitten ist. Die Auswirkungen weiterer neuer Technologien wie HTML5 werden ebenfalls noch zu spüren sein. Auch die Anbieter professioneller B2B-Lösungen müssen vor diesem Hintergrund bereit sein, über veränderte Geschäftsmodelle nachzudenken, wie sie durch die App-Stores im Consumer-Umfeld angefangen wurden. Smartphone-geprägte Nutzer erwarten inzwischen hohe Funktionalität und intuitive Nutzerführung selbst für Nischen- und Spezialanwendungen.

Quelle: alexmillas - Fotolia.com

NEUE IDEEN VERSCHIEBEN BRANCHENGRENZEN

Europäische Unternehmen haben dabei beste Voraussetzungen, um als wichtige Akteure in der Mobilwirtschaft zu agieren. Nach plausiblen Schätzungen

liegt der Weltmarktanteil mobiler Anwendungen europäischen Ursprungs bei etwa 30 Prozent. Gleichzeitig ist der europäische Markt – gemessen an der Zahl der Downloads – etwas größer als der nordamerikanische, obwohl dort Smartphones weiter verbreitet sind und zusätzlich die Heterogenität der Länder und Sprachen wegfällt, die man aus Europa kennt. Insbesondere Umsätze aus mobilen ortsbezogenen Diensten (Location Based Service – LBS) werden Prognosen zufolge in Europa von 325 Millionen Euro im Jahr 2012 bis zum Jahr 2017 auf 825 Millionen Euro steigen. Es sind innovative und effizientere Mobilitätslösungen zu erwarten, die bislang feststehende Branchengrenzen infrage stellen.

Während der Markt auf Seiten der Privatkonsumenten dabei zunehmend von wenigen Internet-Giganten wie Facebook und Apple bestimmt wird, steht die Innovationsoffensive im Business-zu-Business-Bereich (B2B) noch bevor. Mit zunehmender Marktreife wird die Professionalisierung zunehmen und die Unternehmen wollen wachsen, häufig um den lukrativeren B2B-Markt anzugehen. Das wahrscheinliche Szenario ist ja schon in Ansätzen zu sehen: Unternehmen erneuern ihre App-Landschaft mit integrierten Business-Apps, die enger mit den Geschäftsprozessen verzahnt werden. Interne Prozesse werden zunehmend mit mobilen Geräten abgebildet beziehungsweise mit ihrer Hilfe wird eine Automatisierung ermöglicht. Maschinen und Sensoren kommunizieren selbsttätig miteinander.

KNOW-HOW DER GEOBRANCHE GEFRAGT

Die wachsende mobile Wirtschaft bietet darum ein wichtiges Innovationsfeld mit hohem Wachstumspotenzial. Offene Datenpolitik und die freie Verfügbarkeit von neuen Technologien werden vor allem im Geo-Bereich Innovationen entstehen lassen. Das Know-how der Geobranche in Bereichen wie Datenverarbeitung, Sensor-integration ist gefragt. Auf die situationsgerechte

Bereitstellung der Daten wird es ankommen. Viele dieser Entwicklungen werden von innovativen kleinen Unternehmen ausgehen, oder gar von neu gegründeten Start-ups, die ihr gesamtes Angebot auf einen einzelnen, wichtigen Technologiebausteins, ein Workflow-Instrument oder spezielle Auswertgorithmen gründen. Die gesamte Geobranche steht dabei vor einem Umbruch – sei es zum Beispiel durch integrierte mobile Datenerfassung, lokale Workflowunterstützung oder verbesserte Sensorik vor Ort, aus der Luft und aus dem All. Das mobile Internet gewinnt an Bedeutung. In vielen Sektoren werden gesamte Datenbestände durch Crowdsourcing aktualisiert. Wer hätte beispielsweise vor fünf Jahren geahnt, dass das Vektorkartenduopol von Navteq und Teleatlas im Jahr 2013 schon Geschichte sein würde?

Die EU unterstützt vor diesem Hintergrund im Rahmen ihrer „Mobile & Mobility Industry Alliance“ zahlreiche Aktivitäten. Dieser Beitrag stellt die europäische Mobicap Initiative (www.mobicap.eu) vor. Sie hat das Ziel, durch neue Instrumente die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Finanzierung von Innovationen im Wachstumsfeld der mobilen Anwendungen zu verbessern. Bislang bestehende unternehmerische Hürden in diesem Sektor sollen besser überwunden werden. Mobicap hat daher die jetzigen Wege der Finanzierung der jungen Mobilwirtschaft untersucht. Eine Umfrage mit mehreren Hundert Start-ups und kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) der Mobilwirtschaft analysierte deren Finanzierungsbedürfnisse und die vorhandenen Engpässe junger Unternehmensgründungen.

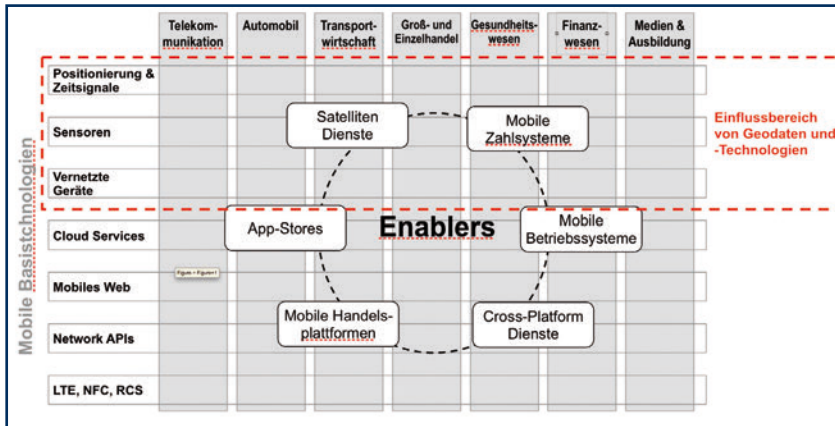
Im Ergebnis bevorzugt die Mehrheit privates Kapital gegenüber allen anderen Finanzierungsformen, vor allem wegen angeblich kürzerer Entscheidungsprozesse und der als „Smart Capital“ mitgelieferten Komponenten. Dazu zählen Kontakte und Marktzugang im Netzwerk des jeweiligen Investors. Start-ups und KMU wollen das Kapital vor allem einsetzen, um auf pan-europäischer Ebene und darü-

ber hinaus zu helfen, das Geschäft zu skalieren.

RISIKOKAPITAL FÜR MOBILE ANWENDUNGEN GESUCHT

Die Start-ups wurden auch befragt, in welchen Bereichen sie sich Coaching und Unterstützung erhofften: Unterstützung in der Finanzbeschaffung, Markt-orientiertes Business-Coaching und pragmatische Unterstützung in der Personalbeschaffung waren hier die Schwerpunkte. Weiterhin hat Mobicap die Angebotsseite und verschiedenen Anbieter von Risikokapital im Mobilsektor eingehend untersucht. Der Mobilsektor passt aus strategischer Sicht eigentlich perfekt in die so genannte Venture-Capital-Branche. Entscheiden dafür: Es werden in kurzer Zeit oft große Geldmittel benötigt, um schnell Fortschritte zu erzielen. Venture Capital ist genau darauf angelegt, solche skalierbaren Geschäftsmodelle zu unterstützen. Doch auch wenn das Geschäft mit Risiko-Kapital sich nach der Finanzkrise in Europa langsam erholt hat, ist es lange nicht so stark ausgeprägt wie in den USA. Viele Fonds haben einen breiten Technologieradar; meist sind die Sektoren sehr allgemein ICT, Biotech und Cleantech. Nur sehr wenige dieser Fonds sind auf die Mobilwirtschaft ausgerichtet, geschweige denn darauf sogar spezialisiert.

Nationale oder regionale öffentliche Fonds springen bisweilen in die Bresche und engagieren sich in der risikointensiven Frühphase. In Deutschland sind beispielsweise der HighTech-Gründerfonds oder BayernKapital bestens etabliert. Ähnliche Instrumente sind in anderen EU-Staaten am Start, oftmals mit weit geringerem Investitionsvolumen. Gleichwohl bedarf es in der Regel eines privaten Ankerinvestors, der durch sein Engagement den öffentlichen Fond überzeugt, die Investitionsentscheidung validiert und idealerweise dem Unternehmen auch als Coach mit Rat und Tat zur Seite steht. Aktuell erleben Corporate-Venture-Fonds dabei eine Renaissance – vor



Wichtige mobile Basistechnologien hängen direkt von den verfügbaren Geodaten und den zugehörigen Verarbeitungssystemen ab. Zusammen wiederum beeinflussen Geotechnologien und mobile Technologien zahlreiche Branchen. Es sind daher innovative und effizientere Mobilitätslösungen zu erwarten, die bislang feststehende Branchengrenzen infrage stellen werden.

allem Telekommunikations-, Automobil- und Energieriesen legen eigene Fonds oder Beteiligungsgesellschaften auf. In Frankreich haben SNCF, Orange und Total sogar einen Multi-Corporate Fund „Ecomobilité Ventures“ gegründet. Andere Anbieter agieren als so genannte Business Angels. Das sind Personen, die ihr persönliches Geld in Start-ups investieren, meist innerhalb ihres unternehmerischen Erfahrungsbereichs. Sie sind oft sehr regional aktiv und gelten als interessante Partner in der Frühphase, weil sie potenziell den höchsten Grad an „smarts“ zusammen mit ihrem Kapital bieten. Einige kürzlich entstandene Accelerator-Programme haben einen Fokus auf mobile Anwendungen und werden häufig von Großunternehmen der Mobil- oder In-

ternetbranche finanziert, zum Beispiel Wayra von Telefonica, AppCampus von Nokia/Microsoft. Hier werden die in intensiven Selektionsrunden ausgewählten Start-ups durch ein drei- bis sechsmonatiges Turbo-Unternehmerprogramm geschleust – bisweilen mit vielversprechenden Ergebnissen, aber oft um den Preis einer engen Abhängigkeit vom Sponsor. Diese neuen Programme könnten ähnlich wie Crowdfunding als Plattformen dienen, um Business Angels auf breiterer geographischer Basis zu engagieren und/oder Investitionsmöglichkeiten für andere Risikokapitalgeber vorzufiltern.

Eine Vielzahl nationaler und internationaler Forschungsprogramme sowie Ideenwettbewerbe auf regionaler, nationaler und internationaler

Ebene liefern neue Ideen. Inkubationsprogramme sind darauf angelegt, Unternehmern ein Umfeld für Ihre Geschäftsentwicklung zu liefern. In der Praxis bieten Inkubationszentren allerdings selten mehr als eine Büroheimat auf Zeit und nur sehr selten die Coaching-Elemente, die in der dynamischen Mobilwirtschaft für den Erfolg entscheidend sind.

Auf der Angebotsseite zeichnet sich vor allem ab, dass in der Frühphase eine Finanzierungslücke zu überwinden ist und Sektor-gerechte Unterstützung kaum verfügbar ist. Die Finanzierungslücke (siehe Abbildung 2) zeigt sich darin, dass die Gründer häufig noch gar nicht für Finanzierungsrunden gerüstet sind, private Investoren mangels Sektor-erfahrung ein Engagement scheuen oder von Investitionsmöglichkeiten erst gar nicht erfahren. Potente Privatinvestoren im übersichtlichen europäischen Venture-Capital-Markt konzentrieren sich auf größere Engagements mit Finanzierungsrunden in der Größenordnung von einer Million Euro aufwärts.

FINANZIERUNGSLÜCKE IN DER FRÜHPHASE

Mobicap will durch seine Instrumente genau diese Lücke schließen: Ein thematisch angelegter Mobicap-Fond wird Ankerinvestments in der Frühphase übernehmen können und lokale Privatinvestoren oder öffentliche Fonds zu Co-Investitionen animieren. Spezielle Investmentforen für die Mobilwirtschaft bringen Investoren und Technologieunternehmen zusammen. Ein qualifiziertes Mobicap-Coaching-Netzwerk wird die Unternehmen vor und während einer Investitionsphase unterstützen können. Während die Risikokapitalfinanzierung dabei mit Sicherheit im Vordergrund steht, sieht sich Mobicap dennoch auch als Partner für Start-ups und lokale Wirtschaftsförderer, um den Unternehmen frühzeitig die infrage kommenden Finanzierungspfade aufzuzeigen und die Schnittstelle zwischen Finanzierungswelt und Un-

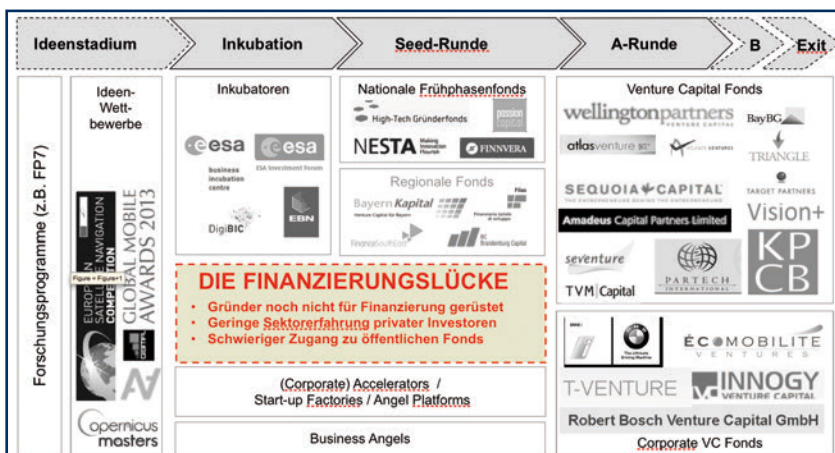


Abbildung 2: Die Finanzierungslücke für Startups in der sich rasant entwickelnden Mobilbranche im Business-Umfeld liegt vor allem zwischen der Phase der Ideenfindung und der ersten kommerziellen Risikokapitalfinanzierung von professionellen Venture-Capital-Anbietern. In dieser Inkubations- und Frühphase der Unternehmensentwicklung will sich Mobicap engagieren.

Quellen: SpaceTec Capital

ternehmen möglichst effizient zu gestalten.

Mit an Bord im Mobicap-Team sind daher Partner, die sich ganz der Mobilwirtschaft verschrieben haben. Die global operierende Agentur WIP organisiert Entwicklersymposien in Zusammenarbeit mit Anbietern von Entwicklerwerkzeugen, Software-Plattformen, APIs und SDKs. Für industrielle Kunden werden Programmiermarathons, sogenannte „Hackathons“, durchgeführt. Großunternehmen können dabei direkt erfahren, wie ihre Geschäftsprobleme im Turbotakt mit Methoden der mobilen Wirtschaft angegangen werden. Durch den Fokus auf Lösungen können kulturelle Unterschiede zwischen Großunternehmen und Entwicklern überwunden werden. Im vorigen Jahr haben bereits Großunternehmen wie La Poste, SNCF und Auchan damit gute Erfolge erzielt und einige Geschäftsprozesse erfolgreich „mobiliert“. Im Rahmen solcher Entwicklerkonferenzen identifiziert das Mobicap Democamp vielversprechende Unternehmerteams, die mit Coaching für eine Finanzierung fit gemacht werden.

Die in Italien ansässige Großbank Intesa Sanpaolo bietet eine einzigartige Fundraising- und Business-Development-Gelegenheit für Frühphasen-Start-ups in der Mobilwirtschaft. Die Mobicap-Start-Up-Initiative ist eine internationale Accelerator-Plattform, die vielversprechende High-Tech-Start-ups auswählt und in einer Coaching- und Auswahlphase betreut. Die vielversprechendsten Teams dürfen dann vor Investoren an verschiedenen Finanzplätzen Europas präsentieren. Das Programm läuft erfolgreich seit 2009, im Rahmen von Mobicap wurde es 2012 auf die Mobilwirtschaft ausgedehnt.

INVESTMENTFORUM FÜR GEO-ANWENDUNGEN

Im Rahmen der von europäischen Institutionen geplanten Anwenderkonferenz für Geospatial Solutions im November in München „European Space Solu-

tions“ wird Mobicap ein Investment Forum mitgestalten, auf dem von Mobicap vorqualifizierte Start-ups und KMUs sich interessierten Investoren stellen können. Während derselben Konferenz stehen den Finalisten der zeitgleich endenden geo-relevanten Ideenwettbewerbe Galileo Masters und Copernicus Masters die Mobicap-Coaches in einem Unternehmertag zur Verfügung.

Das Mobicap Coaching wird über eine Webplattform koordiniert und steht auch für bereits finanzierte Unternehmen bereit. Wie dies in der Praxis funktioniert, zeigt ein Beispiel von SpaceTec Capital: Ein führender Frühphasenfonds sah für eines seiner Unternehmen aus dem Mobilsektor die Notwendigkeit, die Geschäftsentwicklung schneller und konzentrierter voranzutreiben, denn ein Automobilzulieferer hatte Interesse an den Produkten bekundet. Coaches von Mobicap unterstützten die Gründer daher über mehrere Wochen in Workshops, um eine pragmatische Automobil-Strategie und einen Zugang zum Kunden zu erarbeiten. Ein Jahr später wurde der Weltmarktführer der Automobilzuliefererbranche zum wichtigsten Investor in dem jungen Unternehmen. Inzwischen arbeitet man mit verschiedenen Zulieferern und Autoherstellern zusammen.

EIN ÖKOLOGISCHES FÜR FINANZIERUNGEN

Das ganze Verfahren generiert mit seiner Kombination aus gezieltem Coaching und einer Anschubfinanzierung durch den eigenen Mobicap-Fond eine attraktive Pipeline für Investitionen durch weitere Risikokapitalgeber. Die Vorstellung ist, ein regelrechtes Finanzierungs-Ökosystem für Start-ups anzubieten, in dem diese besonders gut und schnell gedeihen können. Der Mobicap Fond soll sich im Markt durch seine Ausrichtung auf Seedfinanzierung in der Mobilwirtschaft und seinen Fokus auf Skalierung von Geschäftsmodellen im europäischen Rahmen differenzieren. Der primäre Fokus gilt allerdings

bereits identifizierten Investitions-Hotspots, das heißt den Regionen Europas in denen bereits Partner für Co-Investment-Modelle von Mobicap gefunden wurden – das angestrebte Ökosystem also schon sichtbar geworden ist. Auf diese Weise wird Mobicap das Bestreben der EU-Institutionen unterstützen, mit dedizierten Investmentinstrumenten in diesem thematischen Schwerpunkt klein- und mittelgroße Unternehmen (KMUs) und Start-ups als Innovationstreiber voranzubringen. Unternehmenscoaches mit Erfahrung und Referenzen in der Mobilwirtschaft sind dabei eingeladen, sich auf der Coach-Plattform www.mobicap.eu zu informieren und gegebenenfalls ihr Know-how einzubringen. ◀

AUTOR UND KONTAKT:

Rainer Horn

SpaceTec Partners
Sendlingerstrasse 22
D-80331 München

I: www.spaceteccapitalpartners.eu

T: +49 89 45 16 09 80

M: +49 171 377 5555

E: horn@spaceteccapitalpartners.eu

Rainer Horn ist seit 2007 Geschäftsführer der SpaceTec Capital Partners GmbH. Die Firmengruppe mit Büros in München und Brüssel unterstützt Klienten in den Bereichen Raumfahrt, Geo-Wirtschaft, Mobilität und Sicherheit in Strategie-, Markt-, Organisations- und Finanzfragen. Zuvor hat Horn bei Booz Allen Hamilton den Bereich „Space Services und Telematik“ aufgebaut und verantwortete als Finanzdirektor den Bereich Business Operations. Als Mitglied des Galileo Advisory Board (MEAG) der Europäischen Kommission trägt er zur zukünftigen Ausrichtung der Satellitennavigation in Europa bei.