

„E-Commerce kann auch an der Börse erfolgreich sein“

Interview mit Christoph Gerlinger, CEO German Startups Group

Im Gespräch mit dem GoingPublic Magazin spricht German Startups Group-CEO Christoph Gerlinger über den Wachstumsmarkt E-Commerce, den eigenen Börsengang im November und wie sich die Branche künftig entwickeln wird.

GoingPublic: Herr Gerlinger, die Börsennotierung der German Startups Group liegt nun knapp vier Monate zurück. Was hat sich bislang für Sie als börsennotiertes Unternehmen geändert?

Gerlinger: Die mit dem Kapitalmarkt zusammenhängenden Aufgaben sind hinzugekommen, d.h. wir beobachten den Aktienkurs, sprechen mit Banken und Analysten und befassen uns mit Investor Relations. Das war vorher nicht der Fall. An unserem eigentlichen Kerngeschäft hat sich aber nichts geändert. Zudem merken wir, dass wir für manche Investoren noch interessanter geworden sind. Zum einen, weil uns durch den Kapitalmarktzugang eine langfristige Finanzkraft zugebilligt wird. Zum anderen ist die damit verbundene Öffentlichkeit für manche Start-ups ein Vorteil. Ein Wachstumsunternehmen, das Teil eines börsennotierten Unternehmens ist, wird stärker wahrgenommen, als ein Start-up, das „nur“ in einem Fonds beheimatet ist.

Das Geschäftsjahr 2015 haben Sie mit fünf neuen Beteiligungen abgeschlossen. Nach welchen Kriterien suchen Sie neue Start-ups für Ihr Portfolio aus?

Wir suchen alle Start-ups nach den gleichen Kriterien aus. Dabei schauen wir uns alle Reifephasen, egal ob Seed-Stage, Early-Stage oder Growth-Stage, an. Wichtig für uns ist, dass ein Unternehmen innovativ ist. Diese Innovation kann im Produkt selbst oder im Geschäftsmodell liegen. Als zweiten wichtigen Aspekt beurteilen wir, ob ein Geschäftsmodell skalierbar ist, also ob man es schnell und international ausweiten kann. Am Schluss schauen wir uns letztlich die Gründer und Geschäftsführer an und prüfen, ob sie die nötigen Kenntnisse, Fertigkeiten und Talente mit-

”

Wichtig für uns ist, dass ein Unternehmen innovativ ist.

bringen. Hier zählt vor allem, was sie in der Vergangenheit aufgebaut haben und welche Erfahrungen sie dabei gesammelt haben.

Ein paar Ihrer Portfoliounternehmen stammen aus dem Bereich E-Commerce.

Wie wird sich dieser Trend künftig entwickeln?

Wir glauben grundsätzlich, dass sich immer mehr Handel ins Internet verlagern wird. Für viele bedeutet Internetsopping in erster Linie Zeitersparnis. So vermeidet man lästiges Anfahren, Anstehen an der Kasse oder überfüllte Kaufhäuser. Stattdessen können die Konsumenten bequem von zu Hause aus shoppen. Insgesamt schätzen wir, dass der Anteil von E-Commerce am gesamten Einzelhandel zunehmen wird. Und da wird es auch immer wieder einzelne Felder geben, die ganz neu vom E-Commerce-Bereich erobert werden. Das sind dann die Unternehmen, an denen wir uns idealerweise früh beteiligen wollen.

Gibt es ein Erfolgsrezept für E-Commerce-Unternehmen?

Wir prüfen erst einmal, ob das Geschäftsmodell überhaupt für den Onlinehandel geeignet ist. Bei Mister Spex zum Beispiel gab es im Vorfeld viele Skeptiker, die dachten, dass sich Brillen nur schlecht über das Internet verkaufen lassen. So wurde bemängelt, dass das Anprobieren und die

Beratung wegfallen. Mister Spex hat aber schnell bewiesen, dass das Brillengeschäft durchaus E-Commerce-tauglich ist. Von Vorteil war, dass das Unternehmen ein unbeackertes Feld vorgefunden hat und deshalb mit wenig Konkurrenz durchstarten konnten. Amorelie war auch ein gutes Beispiel für ein Thema, an das sich zunächst keiner herangewagt hat, da Erotikshops eher mit dem schmutzigen Rotlicht-Milieu verbunden waren. Durch den Online-Shop ist es Amorelie gelungen, Erotikartikel aus der „Schmuddelecke“ herauszuholen und ästhetisch als Teil des modernen Lifestyle zu präsentieren.

Werden wir künftig mehr Unternehmen aus der E-Commerce-Branche an der Börse sehen? Es gibt ja viele Skeptiker...

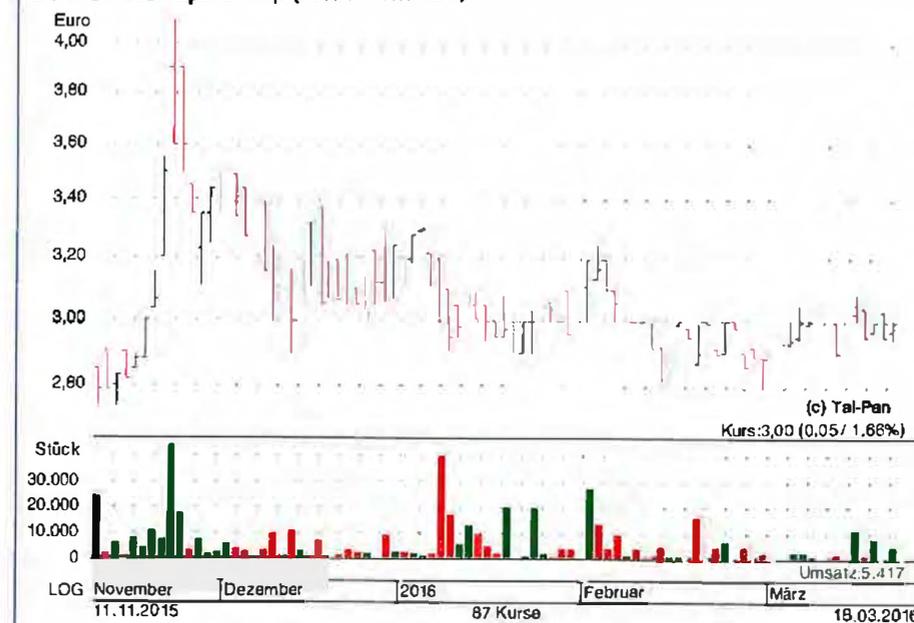
Es gibt überhaupt keinen Grund zu glauben, dass E-Commerce- oder Internetunternehmen an der Börse weniger zu suchen hätten als z.B. klassische Industrie-Unternehmen. Deutschland ist noch viel zu stark von dem Platzen der Tech-Blase



ZUM INTERVIEWPARTNER

Christoph Gerlinger ist CEO, CIO und Gründer der German Startups Group. Zuvor war er unter anderem als Gründer und CEO bei Frogster Interactive Pictures tätig und brachte das Unternehmen 2006 an die Börse.

German Startups Group (WKN A1MMEV)



im Jahr 2000 traumatisiert. E-Commerce kann durchaus auch an der Börse erfolgreich sein, das sehen wir am Beispiel Zalando. Hier haben viele im Vorfeld bemängelt, dass der Onlinehändler zu viele Retouren aufweist und zu hohe Verluste schreibt. Letztendlich hat sich Zalando aber sehr gut entwickelt. Daran wird deutlich, dass der Börsengang auch gewagt werden kann, wenn gute Aussichten bestehen, aus der Verlustzone in die Profitabilität zu wachsen. Bei Internet-Start-ups wird es künftig noch viele positive Entwicklungen geben, die das lange Gedächtnis der Deutschen an das Platzen der Tech-Blase vor 16 Jahren nach und nach ausradieren und durch große Erfolgsgeschichten ersetzen werden.

Könnten Sie sich vorstellen, in Zukunft einige Beteiligungen von Ihnen an die Börse zu bringen?

Auch wenn diese einen großen Anteil an unserem Beteiligungsportfolio haben, besitzen wir bei dem Großteil der börsenreifen Unternehmen in unserem Portfolio kleinere Minderheitsbeteiligungen. Somit können wir die Entscheidung über deren etwaige Börsengänge nicht treffen, können ihnen aber bei möglichen Börsenplänen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Ich habe immerhin drei Börsengänge gemacht, was

in Deutschland Seltenheitswert besitzt. Börsengänge unserer Portfoliounternehmen sind aber gar nicht so wichtig für uns, da es für uns als Beteiligungsgesellschaft keine große Rolle spielt, ob die Portfoliounternehmen irgendwann an die Börse gehen oder an einen Finanz- oder strategischen Investor verkauft werden. Wichtig für uns ist vielmehr, dass wir überhaupt verkaufen und den realisierten Gewinn mittelfristig auch an unsere Aktionäre ausschütten können.

Welche Pläne haben Sie für 2016?

Wir wollen das Portfolio weiter ausbauen, und zwar in allen Reifegraden. Zudem hoffen wir, dass wir 2016 auch Exits erzielen werden. Unsere Aktie wollen wir als festen Bestandteil des Anlageuniversums im Small-Cap-Bereich platzieren. Das Besondere an unserer Aktie ist, dass man mit ihr schnell und einfach an dem unermüdlichen, systematischen und kenntnisreichen kreativen Wirken deutscher Gründer und Software-Ingenieure partizipieren kann – dafür gibt es hierzulande nur wenige Möglichkeiten.

Herr Gerlinger, vielen Dank für das spannende Gespräch.

Das Interview führte Svenja Liebig