

Die drei Quellen der Finanzierung

Chris West & Mike Southon
Mai 2006

Die drei Quellen der Finanzierung

Wenn Sie einen Business-Plan erstellen, um an Investitionskapital zu gelangen, sollte er die Erwartungen Ihres potenziellen Finanzierers widerspiegeln. Das ist doch klar, sagen Sie jetzt. Doch die meisten Ratschläge für Business-Pläne vernachlässigen diesen Punkt und umreißen nur allgemeine Gestaltungsprinzipien für einen ‚guten‘ Business-Plan. Die erste Lektion in jedem guten Kommunikationskurs lautet: Denken Sie an das Publikum. Und genau das ist auch für einen guten Business-Plan entscheidend.

Die drei klassischen Geldgeber sind: Banken, Investoren oder Venture Kapital-Geber (VCs) - jeder von ihnen setzt unterschiedliche Schwerpunkte.

Banken wollen einen Gewinn bei der Vergabe eines Kredits machen. Obwohl man Sie dort gerne als nächsten Microsoft-Gründer sehen würde, bleibt der Schutz ihres Kapitals das Hauptziel einer Bank. Daher befassen sie sich am meisten mit Kennzahlen und Sicherheiten.

Investoren und VCs sind hingegen mehr an Kapitalzuwachs interessiert. Aber auch sie verfolgen unterschiedliche Ansätze. Investoren wollen oft das Geschäft, in das sie investieren, mitbeeinflussen, während VCs diese Mitwirkung als Kostenfaktor sehen. Investoren wollen im gleichen Maße Spaß wie Geld; VCs engagieren sich dagegen bekanntlich weder aus Spaß noch aus Verschobenheit für ein Unternehmen.

Anfragen bei Banken gehen oft schief, wenn der Unternehmer zu enthusiastisch über sein Produkt spricht und seine Kompetenz herausstellt. Die Bank dagegen will vor allem Zahlen sehen. Ziehen Sie so früh wie möglich einen finanziellen Experten zu Rate. Stellen Sie sicher, dass dieser sowohl bei den Zahlen im Business-Plan als auch bei der Präsentation bei der Bank eine wichtige Rolle spielt.

Ein leidenschaftlicher Unternehmer wird vor allem bei Investoren Anklang finden, die Entscheidungen aufgrund ihres Bauchgefühls treffen. Die persönliche Chemie spielt bei Investoren eine große Rolle. Stellen Sie die Persönlichkeit und die Errungenschaften des Unternehmers und der Teammitglieder heraus. Personalisieren Sie den Business-Plan, so weit dies möglich ist. Welche Fähigkeiten steuert der Investor, den Sie angehen wollen, bei? Seien Sie ehrlich und sagen Sie ihm offen, in welchem Bereich Sie schwächer aufgestellt sind, weshalb Sie seine Expertise, Kontakte, etc., benötigen. Finanzzahlen? Stellen Sie sie so gut als möglich dar, aber Investoren stehen Zahlen im Business-Plan oft skeptisch gegenüber.

VCs erwarten solide Finanzfakten – Unternehmen, die eine VC-Finanzierung anstreben sollten bereits seit einiger Zeit einen Finanzexperten im Team haben. VCs bevorzugen ein ausgewogenes Managementteam anstelle eines ‚Star‘-Entrepreneurs. Vor allem wünschen sie sich schnelles Wachstum und werden mit Adleraugen nach diesem Potenzial Ausschau halten. Sie wollen eine starke Idee und eine klare Strategie, um schnell einen großen, globalen und expandierenden Markt erobern zu können.

Wir sind kürzlich auf einen sehr interessanten Artikel gestoßen, der von Professor Colin Mason von der Strathclyde Universität und Matthew Stark von der Tenon Group stammt. Auch sie haben sich im Sinne der vorangegangenen Ausführungen geäußert, nachdem sie verschiedene Kapitalgeber und Unternehmern untersucht hatten. Dabei fanden sie zum Beispiel heraus, wieviel Zeit der Gründer für unterschiedliche Themen aufgewendet hatte. Ihre Ergebnisse beweisen keine der oben angeführten Beobachtungen, aber sie unterstreichen sie eindrucksvoll.

Banken haben 55 % der Gesprächszeit über die Finanzzahlen diskutiert. Investoren und VCs redeten darüber nur halb so lange. Auf der andere Seite waren Banken weniger an der Persönlichkeit des Unternehmers oder der Unternehmerin interessiert. Mit diesem Aspekt beschäftigten sie sich weniger als zehn Prozent der Zeit. Investoren hingegen besprachen diesen Punkt doppelt so lange. Investoren waren anscheinend weniger an der Strategie interessiert (zwei Prozent der Zeit). Für VCs schien dies hingegen geradezu eine Herzensangelegenheit zu sein (elf Prozent). Banken interessierten sich weniger für den Markt als Investoren oder VCs, die rund ein Fünftel der Zeit über dieses Thema diskutierten. Das Frappierendste war aber wohl das bei allen gering ausgeprägte Interesse am aktuellen Produkt. Banken widmeten dem, was der Unternehmer macht oder gemacht hat, weniger als drei Prozent der Zeit gewidmet. Investoren und VCs sprachen etwa sechs Prozent der Zeit darüber.

Die Banken waren zudem sehr einheitlich in ihren Entscheidungen, während Investoren und VC unterschiedliche Entscheidungen trafen. Was lässt sich daraus folgern? Wenn eine Bank Nein sagt, dann brauchen Sie es nicht mit dem gleichen Business-Plan bei anderen zu versuchen. Gehen Sie nach Hause und arbeiten Sie daran: Weniger Produkt, mehr Zahlen. Das macht vielleicht nicht so viel Spaß, sollte aber erfolgreicher sein.

Artikel mit freundlicher Genehmigung von „Director“ - The IOD Magazine – www.iod.com