

# Erfolgsmodell Mittelstand – Fakten und Irrtümer

## I. Einleitung

Beiträge über den deutschen Mittelstand haben eines gemeinsam: Sie heben zu Beginn stets seine besondere wirtschaftliche Bedeutung für den Standort Deutschland hervor. Vielfach werden die Einleitungsworte geschmückt mit wohlthuenden Wendungen wie „Rückgrat der deutschen Wirtschaft“ oder „Motor der Wirtschaft“. Dies jedoch zu Recht. Denn 99,7% aller deutschen Unternehmen sind Mittelständler, die zugleich knapp 70% aller Arbeitsplätze stellen. Richtig ist auch, dass keine Volkswirtschaft auf diesem Globus so eng mit Familienunternehmen verbunden ist wie die deutsche. Auf der anderen Seite erweisen sich andere Thesen oft als unzutreffend. Sie klingen eingängig, können aber nicht hinreichend konkret begründet werden und stimmen oftmals so gar nicht.

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit Fakten und populären Irrtümern<sup>1)</sup>. Er gibt einen komprimierten Überblick über die Strukturen und Entwicklungen im deutschen Mittelstand und beleuchtet seine Stärken und Schwächen. Hierzu werden die Begriffspaare Familienunternehmen und Mittelstand, Familienunternehmen und Erfolgsmerkmale, Familienunternehmen und Kapitalmärkte, Familienunternehmen und Nachfolgelücke sowie Familienunternehmen und ihre Rolle als Innovationsmotor analysiert.

## II. Analyse

### 1. Familienunternehmen und Mittelstand

In der öffentlichen Diskussion wird mit allgemeinen Aussagen über den Mittelstand oft suggeriert, dass es sich hierbei um ein homogenes Gefüge handelt. Richtig ist das Gegenteil. Der Begriff „Mittelstand“ ist unscharf und beschreibt eine äußerst heterogene Gruppe. Er besteht zwar mehrheitlich aus kleinen Unternehmen, aber *den* Mittelstand gibt es nicht. Beispiel Unternehmensgrößenstruktur: Etwa die Hälfte aller Mittelständler erwirtschaftet weniger als 100.000 € Jahresumsatz. Und: 90,1% erzielen weniger als 1 Mio. € Umsatz im Jahr. 9,6% realisieren zwischen 1 und 50 Mio. €.

Das Problem ist, dass es für den Begriff des Mittelstands keine allgemein gültige Definition gibt. Deshalb greift man in der Praxis häufig auf quantitative Größen wie Beschäftigtenzahl und/oder Umsatz zurück, um die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Mittelstands zu quantifizieren. Das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) in Bonn zählt z.B. Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigten bzw. 50 Mio. € Jahresumsatz zum Mittelstand. Die EU fasst den Begriff enger. Sie rechnet alle Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten dem Mittelstand zu. Nach IfM-Definition beträgt der Anteil des Mittelstands am Gesamtbestand deutscher Unternehmen 99,7%. Anders ausgedrückt: 99 von 100 deutschen Unternehmen gehören zum Mittelstand.

Die eigentliche Bedeutung des Mittelstands liegt aber nicht in der quantitativen Dimension. Es ist offenkundig, dass diese zu kurz greift. Denn über die Frage, ob ein Unternehmen seinem Wesen und Verhalten nach mittelständisch geprägt ist, kann keine (Beschäftigten-)Zahl Auskunft geben. Im Zentrum der (qualitativen) Begriffsbestimmung steht vielmehr die Person des Unternehmers, der so eng mit dem Unternehmen verbunden ist, dass zuweilen auch von einer Identität zwischen Unternehmen und Unternehmer gesprochen wird. Typischerweise befindet sich das Unternehmen mehrheitlich im Besitz der Familie, der direkte Einfluss des Familienunternehmers wird in allen Unternehmensbereichen spürbar.

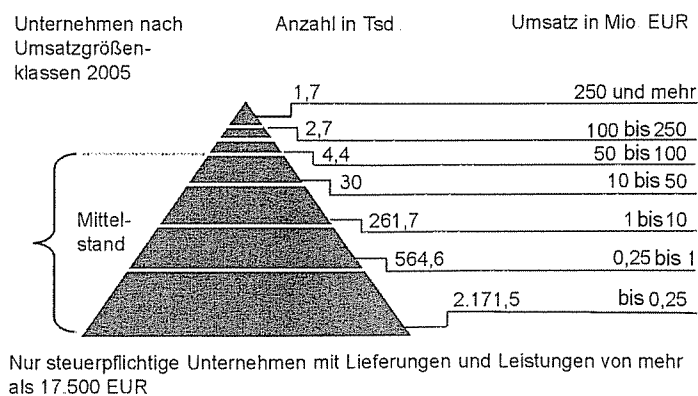
Ob dieses Befunds kann man beide Begriffe – mittelständische Unternehmen und Familienunternehmen – grundsätzlich synonym verwenden<sup>2)</sup>. Das IfM gibt Evidenz für diese These und konstatiert, dass von allen Mittelständlern in Deutschland ca. 95% eignergeführt sind.

### 2. Familienunternehmen und Erfolgsmerkmale

Die Erforschung charakteristischer Merkmale von Familienunternehmen erfreut sich in jüngster Zeit steigender Beliebtheit. Man beschränkt sich hierbei i.d.R. jedoch auf traditionelle „Erfolgs“-Merkmale wie Kundennähe, flache Hierarchien oder schnelle Entscheidungsabläufe. Die Probleme dieses Unternehmenstypus werden indessen kaum themati-

**Barbara Böttcher, Deutsche Bank Research, ist Leiterin des Teams Wirtschafts- und Europa-politik.**  
**Dr. Carsten Linnemann, IKB Deutsche Industriebank AG, ist im Bereich Volkswirtschaft für Kapitalmarktfragen zuständig.**

### Aktuelle Unternehmensgrößenstruktur



Quelle: Statistisches Bundesamt

Abb. 1: Aktuelle Unternehmensgrößenstruktur

- 1) Der Beitrag basiert auf einer Studie von Deutsche Bank Research, *Deutscher Mittelstand vom Aussterben bedroht?*, Aktuelle Themen 387, 2007.
- 2) Familienunternehmen werden i.w.S. häufig auch als Eigentümerunternehmen bezeichnet. Dieser Ansatz zielt ausschließlich auf die Eigentumsverhältnisse ab. Ob fremd- oder inhabergeführt. Die mehrheitliche Kontrolle des Unternehmens (mehr als 50% der Unternehmensanteile) wird – unabhängig von der Rechtsform – durch eine Familie ausgeübt

siert. Ein differenzierter Blick ist daher geboten, will man Familienunternehmen richtig bewerten. Jeder charakteristischen Stärke steht dabei oftmals eine – mittelstandstypische – Schwäche gegenüber<sup>3)</sup>.

Familienunternehmen zeichnen sich im Allgemeinen durch ihre enge Anbindung zur jeweiligen Region aus. Infolge ihrer Standortgebundenheit unterliegen sie faktisch der sozialen Kontrolle, die sie zu unmittelbarer Verantwortung für das Gemeinwohl veranlasst. Richtig ist, dass die Werteorientierung von Familienunternehmen hier offenkundig wird. Richtig ist aber auch, dass diese Orientierung auch im Eigeninteresse des Unternehmers liegt – etwa wenn er durch das Engagement für öffentliche Einrichtungen die Reputation seines Unternehmens vorantreiben will.

Familienunternehmen sind gleichzeitig Familie und Unternehmen. Sie haben typischerweise großes Interesse daran, das Unternehmen an ihre Nachkommen weiterzugeben. Untersuchungen zeigen, dass dafür in Krisenzeiten ggf. auch eine geringere Rendite von den Eigentümern in Kauf genommen wird. Familienunternehmen sind also vor allem deshalb erfolgreich, weil sie oftmals ihrer Linie treu bleiben, fremde Empfehlungen häufig keinen Platz haben. Kritisch kann diese Haltung allerdings bei – möglicherweise überraschend eintretenden – Krisensituationen werden, nämlich genau dann, wenn Anpassungen bei der strategischen Unternehmensausrichtung erforderlich sind. Ändern sich die Grundlagen, auf der die Tradition aufbaut, kann das Festhalten an Bewährtem zum Problem werden. Der Spagat zwischen Kontinuität und Neuausrichtung ist eine der schwierigsten Herausforderungen, die es für diese Unternehmen zu bewältigen gilt.

Familienunternehmen übertragen familiäre Beziehungsmuster auf ihre Mitarbeiter. Der Mitarbeiter erfährt eine höhere Sinnstiftung, die zu einer höheren Identifikation mit dem Unternehmen führt. Freilich kann der Familiensinn für die Karriere von Mitarbeitern – und auch die Unternehmensentwicklung ganz generell – auch negative Auswirkungen haben, etwa wenn Familienmitglieder ohne Berücksichtigung der fachlichen Eignung in Führungspositionen eingesetzt werden.

Familienunternehmen setzen häufig auf flache Hierarchien, die kurze und schnelle Entscheidungswege ermöglichen. Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter profitieren davon gleichermaßen. Aber: Auch diese Alleinstellungsmerkmale können sich ins Gegenteil verkehren, wenn die Grundsätze unternehmerischen Handelns nicht frühzeitig an die nächste Generation weitergegeben werden. Wenn diese z.B. infolge eines nicht vorhersehbaren Ausfalls des Inhabers (z.B. wegen Krankheit) überraschend die Nachfolge antreten muss und die Unternehmensphilosophie (noch) nicht verinnerlicht hat, können die flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswege vergleichsweise rasch zum Verhängnis werden. Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter werden enttäuscht.

### 3. Familienunternehmen und Kapitalmärkte

Im Allgemeinen wird Kapitalmärkten nachgesagt, dass sie sich ausschließlich auf kurzfristige (Quartals-)Ziele wie Gewinne fokussieren. Diese These klingt eingängig, erweist sich aber in dieser allgemeinen Aussage als Irrtum. Beispiel Familienunternehmen: Die Deutsche Börse berechnet ein eigenes Barometer für Familien-AGs. Sie führte am 03.01.2005 den Börsenindex GEX (German Entrepreneurial Index) für junge Unternehmen mit familiärem Großaktionär ein. Der GEX legte seit seinem Start 2005 um rund 110% zu – der DAX hingegen nur um rund 70% (Stand: Juli 2007)<sup>4)</sup>. Ergebnis: Die internationalen Kapitalmärkte honorierten in den vergangenen zweieinhalb Jahren gerade den Unternehmenstypus Familienunternehmen in eindrucksvoller Weise. Selbst wenn man den GEX bis 2002 zurückrechnet, zeigt sich, dass im Zeitraum bis zu seiner Einführung eigentümergeleitete Unternehmen besser abschnitten als eben DAX-Unternehmen<sup>5)</sup>.

Andere Untersuchungen zeigen zudem, dass selbst nicht-börsennotierte Familienunternehmen i.d.R. eine bessere Umsatz- und Beschäftigtenentwicklung aufweisen als börsennotierte Konzerne<sup>6)</sup>. So schnitten die 50 größten familiengeführten Unternehmen in den vergangenen 15 Jahren um durchschnittlich 6,8% p.a. besser ab als der Leitindex DAX<sup>7)</sup>. Und: Eine jüngste Untersuchung weist nach, dass die 500 größten Familienunternehmen von 2003 bis 2005 ihre Belegschaft um gut 10% erhöhten, während die Dax-Unternehmen Beschäftigung abbauten<sup>8)</sup>.

### 4. Familienunternehmen und Nachfolgelücke

Auch das Thema Unternehmensnachfolge gewinnt in der öffentlichen Debatte zunehmend an Dynamik. Nicht ohne Grund: Denn die fami-

3) Vgl. dazu auch von Schlippe et al., *Wirtschaftsbericht NRW 2007 S. 12-23*; Domayer et al., *Familienunternehmen – Auslaufmodell oder Erfolgstyp?*, 2005

4) Der GEX enthält eigentümergeleitete Unternehmen, die seit max. zehn Jahren börsennotiert sind und im Prime Standard gelistet sind. Eigentümergeleitet bedeutet hier, dass Vorstände, Aufsichtsratsmitglieder oder deren Familien mindestens 25% der Stimmrechte besitzen. Die Anzahl der Unternehmen im GEX ist variabel und nicht a priori festgelegt. Jedes Unternehmen, das die Kriterien erfüllt, wird aufgenommen. Aktuell sind dies etwa 120 Titel.

5) Vgl. Deutsche Börse, GEX, 2004. Beleuchtet man die GEX-Entwicklung vor dem Hintergrund der modernen Kapitalmarkttheorie, fehlen freilich Daten zur Volatilität, sodass man nicht ersehen kann, ob die Familienunternehmen tatsächlich ein superiores Risiko-Ertragsprofil aufweisen.

6) Die Analyse der Performance von Familienunternehmen ist von zahlreichen Datenproblemen gekennzeichnet. Die verwendeten Quellen beziehen sich auf Statistiken, die nicht die gesamte Bandbreite an Familienunternehmen dokumentieren. Für kleinere und mittlere Familienunternehmen fehlt belastbares Datenmaterial. Gleichwohl reichen die Daten aus, um zu zeigen, dass große Familienunternehmen i.d.R. eine bessere Performance aufweisen als börsennotierte Konzerne.

7) HypoVereinsbank, *Die Performance familiengeführter Unternehmen*, 2004. Die Analysten betrachteten in ihrer Studie Familienunternehmen, die (1) zu mind. 25% im Eigentum der Gründerfamilie stehen, sodass sie über eine Sperrminorität verfügen, und (2) deren Gründer im Vorstand bzw. Aufsichtsrat maßgeblichen Einfluss auf die Unternehmensführung haben.

8) Vgl. Stiftung Familienunternehmen, *Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Familienunternehmen*, 2007.

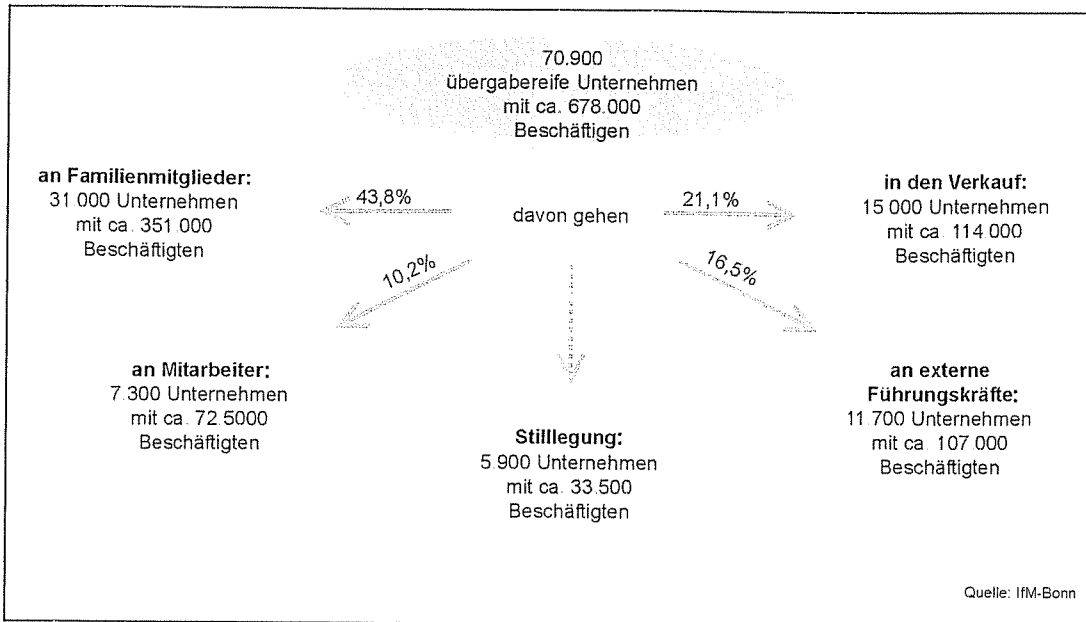


Abb. 2: Nachfolgelösungen in deutschen Familienunternehmen

lieninterne Nachfolge ist in Deutschland nicht mehr die Regel<sup>9)</sup>. Nicht einmal mehr jedes zweite übergabereife Unternehmen dürfte familienintern übergeben werden<sup>10)</sup>.

Im Irrtum ist jedoch, wer als Konsequenz das Vorliegen einer Nachfolgelücke konstatiert. Die oft kolportierte Behauptung einer heute schon vorliegenden Nachfolgelücke ist eine Schimäre. Denn insgesamt werden etwa 92% der Betriebe familienintern oder -extern weitergeführt, ob durch Mitarbeiter (ca. 10%), externe Führungskräfte (ca. 17%), den Verkauf (ca. 21%) oder eben Familienmitglieder (ca. 44%)<sup>11)</sup>. Auch können die rund 6.000 Unternehmen, die nach Ausscheiden des Eigentümers jährlich nicht weitergegeben werden, kaum als Beweis für eine Nachfolgelücke dienen. Hier handelt es sich typischerweise um wirtschaftlich weniger rentable Unternehmen, die im Zuge des natürlichen Ausleseprozesses vom Markt verschwinden.

Der mögliche quantitative Rückgang der Familienunternehmen in Deutschland stellt also in volkswirtschaftlicher Dimension keine unmittelbare Gefahr dar. Allerdings droht infolge der zunehmend außerfamiliären Nachfolgelösungen die typisch deutsche und zumindest in der Vergangenheit äußerst erfolgreiche Ausprägung der (Familien-)Unternehmensstruktur verloren zu gehen. Dies hätte auch gesellschaftliche Folgen, da die Alleinstellungsmerkmale des Mittelstands wie Nachhaltigkeit und regionale Standorttreue sukzessive an Bedeutung verlieren dürften. Die vielfach in der Öffentlichkeit zitierte Nachfolgelücke trifft also nicht die Unternehmenslandschaft an sich, sondern ihre charakteristische Ausprägung mit starken Familienunternehmen.

Angesichts des skizzierten Befunds wäre hier also eher ein Verweis auf eine „innerfamiliäre Nachfolgelücke“ angebracht. Denn mehr als die Hälfte der deutschen Familienunternehmen verfügt heute über kein zur Unternehmensübernahme motiviertes bzw. von der Qualifikation her geeignetes Familienmitglied. Dabei wird die Weiterführung des Unternehmens durch ein Fa-

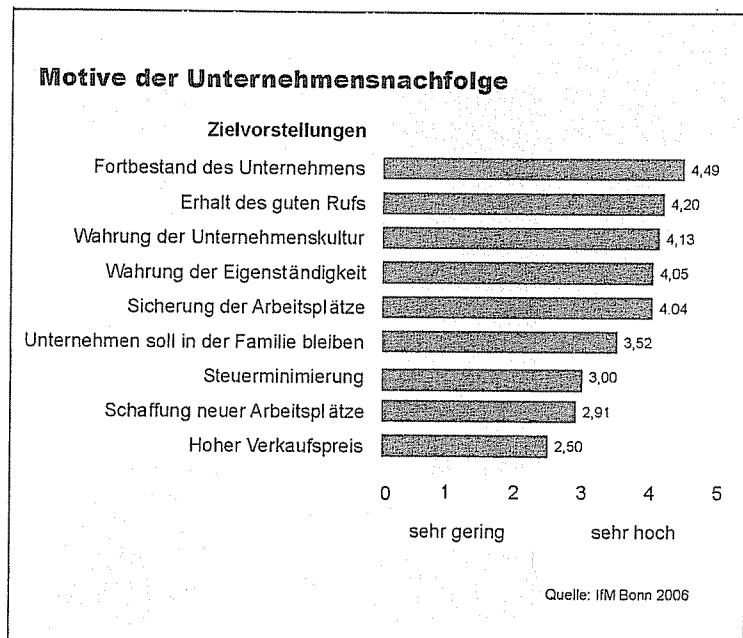


Abb. 3: Motive der Unternehmensnachfolge

milienmitglied von den Unternehmern grundsätzlich höher bewertet als z.B. die Erzielung eines hohen Verkaufspreises. Generell stehen bei der Übertragung des Unternehmens ethische Überlegungen wie der eigenständige Fortbestand des Unternehmens, der Erhalt des guten

9) Vgl. z.B. IW, Unternehmensnachfolge, 2006; Institut für Mittelstandsforschung Mannheim, Generationswechsel in mittelständischen Unternehmen, 2004, S. 31.

10) Vgl. IfM, Nachfolgelösungen in deutschen Familienunternehmen, 2006. Hochrechnung des IfM auf Basis der aktuellen Umsatzsteuerstatistik 2002 sowie weiterer Datenquellen, nur Unternehmen mit einem Umsatz von über 50.000 €.

11) Im Nachfolgekanal „Verkauf“ wird die Bedeutung von Private-Equity-Fonds im Allgemeinen überzeichnet. Buyouts zählen zu den typischen Übergabemodellen, wenngleich ihre Bedeutung im Nachfolgemarkt relativ gering ist. In 2006 wurden 3,6 Mrd. € in 970 Unternehmen investiert, wobei hierbei gerade einmal 60 (!) als Nachfolgelösung organisiert waren – im Vergleich zu 70.000 Firmen, die jährlich zur Übernahme anstehen. Vgl. BVK, Jahresstatistik 2006, 2007.

Rufs oder auch die Sicherung vorhandener Arbeitsplätze im Vordergrund.

### 5. Familienunternehmen und Innovationsmotor

Die Bedeutung der Innovationskraft des Mittelstands wird (fast) ausnahmslos hoch geschätzt. Mittelständler gelten im Allgemeinen als Innovationsmotor der deutschen Wirtschaft. Richtig ist, dass vor allem global aufgestellte Mittelständler vergleichsweise hohe Innovationsaktivitäten aufweisen und sich mit großer Geschwindigkeit und vielversprechenden Aussichten immer tiefer in die globalisierte Welt einklinken<sup>12)</sup>. Sie haben sich auf dynamische Wachstumsmärkte ausgerichtet und profitieren vor allem von der Qualität ihrer Produkte. Viele Mittelständler haben es sogar geschafft, in ihren Bereichen die technologische Führerschaft zu übernehmen. Sie erreichen als „hidden champions“ zum Teil Weltmarktanteile von nicht selten 70 bis 80%<sup>13)</sup>.

Trotz der guten Nachrichten vor allem exportorientierter Mittelständler: Generell vom mittelständischen Innovationsmotor zu sprechen, der die deutsche Wirtschaft antreibt, wird durch die vorliegenden Fakten nicht gedeckt. Vielmehr gibt es immer deutlichere Hinweise, dass der Mittelstand seit Ende der 90er-Jahre an Innovationskraft verliert. Großunternehmen sind heute forschungsaktiver als kleine und mittlere Unternehmen<sup>14)</sup>.

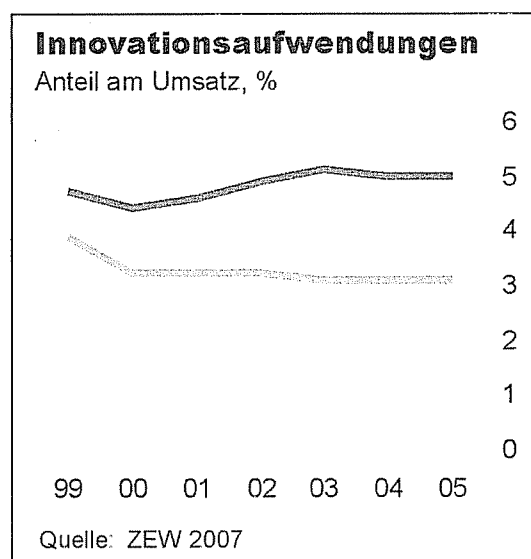


Abb. 4: Innovationsaufwendungen

Seit 1999 sinkt die Innovationsintensität der mittelständischen Unternehmen. Gab der Mittelstand im Verarbeitenden Gewerbe 1999 noch 3,9% seines Umsatzes für Innovationsprojekte aus, waren es in 2005 nur noch 3,1%. Bei Großunternehmen stieg der Anteil von 4,7% (1999) auf 5,0% (2005). Für die wissensintensiven Dienstleistungen wird ein ähnlicher Trend deutlich. Sicher war daran die schwache Ertragsentwicklung vieler Mittelständler zu Beginn dieses Jahrzehnts nicht ganz schuldlos. Andererseits blieben selbst in den vergangenen Jahren die Ausgaben mit rund 3% vom Umsatz gleich, während der Umsatzanteil mit Marktneuheiten sank.

Betrug der Umsatzanteil mit Marktneuheiten im Verarbeitenden Gewerbe in 2001 noch 5,8%

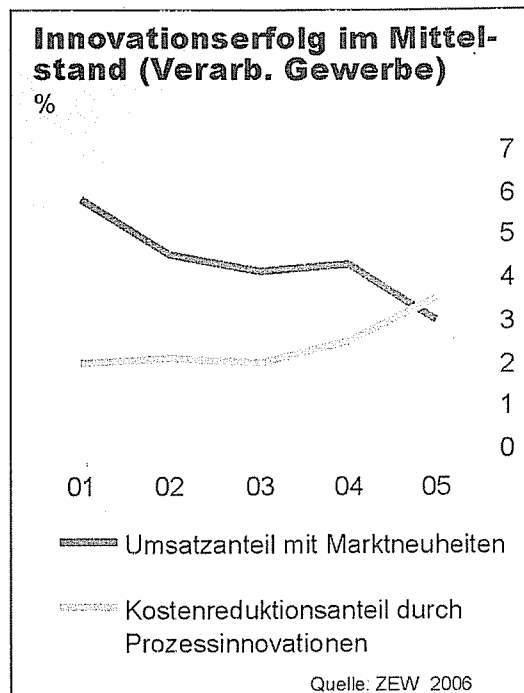


Abb. 5: Innovationserfolg im Mittelstand

(Großunternehmen: 4,6%), sind es nunmehr nur noch 3,1% (2005) – gegenüber 5% bei Großunternehmen. Der Innovationserfolg mit Prozessinnovationen (Kostenreduktionsanteil durch Prozessinnovationen) stieg indessen an – von 2% (2001) auf 3,5% (2005). Aber auch hier kann der Mittelstand trotz seiner jüngsten Erfolge den Großunternehmen (2005: 5%) kaum Paroli bieten.

Fazit: Der Mittelstand gibt deutlich weniger Geld für Innovationen aus als Großunternehmen. Und: Bei gleich bleibenden Ausgaben sinkt der messbare Erfolg. Viele Mittelständler können ihre Ideen nicht mehr in Produkte verwerten. Diese Umsetzungslücke zwischen Ideen und Markterfolgen hängt sicherlich auch mit den gestiegenen Anforderungen ihres Umfelds zusammen. Die Wissensentwicklung beschleunigt sich zusehends, die für Innovationen erforderlichen Aufwendungen werden immer höher und die Zeitspanne zum Erwirtschaften der für die Entwicklung notwendigen Mittel wird immer kürzer. Um in diesem veränderten Umfeld weiter erfolgreich agieren zu können, sollten mittelständische Unternehmen ihre zuweilen kritische Haltung hinsichtlich punktueller, projektbezogener Unternehmenskooperation überdenken.

Die schnell wachsende Komplexität und Konvergenz von Wissensfeldern macht Kooperationen besonders in Forschung und Entwicklung und anderen Innovationsprozessen unentbehrlich. Das Erzeugen und erfolgreiche Vermarkten innovativer Produkte wird eine Kompetenz- und Wissensbreite erfordern, die von einem Unternehmen kaum mehr allein bereitgestellt werden kann – zumal nicht in der Geschwindigkeit, mit

12) Vgl. dazu z.B. KfW/Creditreform/IfM/RWI/ZEW, *Mittelstandsmonitor 2007, 2007*.

13) Vgl. dazu auch BDI/Ernst & Young/IKB, *BDI-Mittelstandspanel, 2006*.

14) Vgl. ZEW, *Innovationsverhalten der deutschen Wirtschaft, 2007*.

der die Märkte die nächste Produktgeneration verlangen. In diesem Umfeld wird auch die Bedeutung des Bankkredits weiter abnehmen, da die – insbesondere in Deutschland beliebte – Fremdkapitalfinanzierung für riskante (Innovations-)Projekte kaum geeignet ist. Mittelständler, die bereits heute ihre Finanzierungsgewohnheiten in Richtung moderner Finanzierungsformen (u.a. Private Equity, Mezzanine) anpassen, sind daher besonders gut aufgestellt.

### III. Zusammenfassung

Der deutsche Mittelstand nimmt in Deutschland nach wie vor als Motor der Wirtschaft eine

herausragende Position ein. Diese (fast) schon zementierte Wendung verhindert jedoch allzu leicht einen differenzierten Blick auf diese vielfältige Unternehmenslandschaft. Die Analyse zeigt, dass sich (auch) der deutsche Mittelstand in mancher Hinsicht verändern muss, wenn er sich im Wandel der globalisierten Welt weiter behaupten will. Ohne ein beharrliches Hinterfragen von Traditionen und gleichzeitig dem nachhaltigen Fokus auf bewährte Stärken wird dies nicht gehen. Eine Bewährungsprobe erfolgreicher Unternehmensstrategie wird der Umgang mit dem Nachfolgeprozess sein.

## Gründungs-Report

### Internationaler Venture Capital Index 2008

Venture Capital oder Wagniskapital genannt – wird entweder in Form von vollhaftendem Eigenkapital oder eigenkapitalähnlichen Finanzierungsinstrumenten (z. B. Mezzanine-Kapital) ins Unternehmen eingebracht. Es wird hauptsächlich in junge, nicht börsennotierte, technologieorientierte Unternehmen (Startups genannt) investiert. Für neugegründete Unternehmen dieser Art, die sich noch in der Konzeptphase befinden, wird das bereitgestellte Risikokapital Seed-Kapital genannt. Risikokapital kann aber auch für schon länger bestehende Unternehmen (Wachstumsunternehmen) eine Finanzierungsmöglichkeit darstellen.

Risikokapital organisiert sich außerhalb des regulierten Kapitalmarktes, es gibt also keine Börsen für Venture Capital. Damit ist Risikokapital Teil des Private Equity-Bereiches. Dieser Begriff wird üblicherweise dem Public Equity gegenübergestellt, d. h. der Beteiligung an bereits börsennotierten Unternehmen. Der Kapitalgeber von Risikokapital investiert direkt in das Eigenkapital des Unternehmens, bleibt aber i.d.R. Minderheitsgesellschafter (Anteil unter 50%). Venture Capital ist meist zinslos überlassenes Geld, der Gewinn des Kapitalgebers entsteht durch Partizipation am gegebenenfalls gestiegenen Unternehmenswert des Unternehmens.

Der Venture Capitalist (VC) und Unternehmenseigner (oder Manager) gehen eine strategische Partnerschaft ein. Der Kapitalgeber stellt folglich neben der rein monetären Komponente auch sein Wissen und Können dem Unternehmen zur Verfügung und greift teilweise aktiv in die unternehmerischen Tätigkeiten ein (Managementunterstützung). Der Gründer hat somit einen erfahrenen Helfer an seiner Seite und der Venture Capitalist fördert das Wachstum des Unternehmenswertes aktiv.

Nach zwei bis fünf Jahren (je nach Strategie des VC auch später) wird der Exit (auch Desinvestition) angestrebt; das heißt der Kapitalgeber zieht sich aus dem Unternehmen zurück. Er verkauft seine Anteile an der Börse, an andere Unternehmen, Venture-Capital-Gesellschaften oder

bietet sie dem Unternehmenseigner zum Rückkauf an. Die angestrebten, durchschnittlich zu erzielenden Renditen liegen mit 15 bis 25% jährlich überdurchschnittlich hoch – dafür trägt der Kapitalgeber jedoch auch die erhöhten Risiken des jungen Unternehmens mit. In einer wissenschaftlichen Untersuchung von europäischen Venture-Capital-Fonds konnte eine durchschnittliche Rendite (IRR) von 10% für den Investitionszeitraum 1980 bis 2003 ermittelt werden. Werden nur die Fonds, die im Jahr 1989 und später gegründet wurden, berücksichtigt, können in der Tat Renditen in Höhe von ca. 20% erwirtschaftet werden. Allerdings sind diese Jahre durch Phasen von Überbewertungen von Eigenkapitaltiteln und Euphorie an den Wachstumsbörsen (z.B. dem Neuen Markt), insbesondere während der Dotcom-Blase, geprägt. Bei einer Investition in einen VC-Fonds reduziert sich das Risiko bei einer durchschnittlichen Haltedauer von 7 Jahren.

### VentureMed 2008 in Essen: Präsentationschance für Medizinunternehmen vor Investoren

Nach dem großen Erfolg in 2007 findet es in diesem Jahr zum zweiten Mal statt: VentureMed, das branchenspezifische, deutschlandweite Investorenforum der Medizinwirtschaft findet am Mittwoch, 27.02.2008 in Essen, HAUS DER TECHNIK e.V., Hollestraße 1 (gegenüber Hauptbahnhof Essen) statt. VentureMed 2008 ist eine Veranstaltung der Business Angels Agentur Ruhr e.V. (BAAR) in Kooperation mit der Startbahn MedEcon Ruhr GmbH.

VentureMed bietet Investoren das, was nach allen Umfragen, wie dem Business Angels Panel und dem Venture Capital Panel besonders begehrt ist, nämlich Kapital suchende Unternehmen der Zukunftsbranche Medizinwirtschaft. Die Auswahl der präsentierenden Unternehmen der Medizinwirtschaft nimmt ein Screeningkomitee aus Experten der Medizinwirtschaft und des Beteiligungskapitalmarkts vor.

Unternehmen auf der Suche nach Beteiligungskapital bietet sich die einmalige Chance, kostenlos vor den Teilnehmern der VentureMed zu prä-