



Pascal Döring stellt Safari-Teilnehmern Bettzeit vor

PHOTO: M. KUNZ

Das Netz spannen

Die Start-up Safari Frankfurt/Rhein-Main geht in die zweite Runde

Von Lina Weber

Viel Spaß beim Netzwerken! Nutzt die Chance“, begrüßt Carolin Wagner, Eventmanagerin bei Candy Labs, die zahlreich erschienenen Teilnehmer, die zur Begrüßung der zweiten Start-up Safari Frankfurt/Rhein-Main ins Tech Quartier nahe der Frankfurter Messe gekommen sind. Netzwerken – eine Aufforderung, die wir den ganzen Tag über immer wieder hören. Denn Netzwerken – das wird mir schnell klar – ist das A und O in der Gründerszene.

Für das Eventformat, das Wagner organisiert hat, öffnen junge Unternehmen im Rhein-Main-Gebiet ihre Türen: für andere Unternehmen, für Gründer und solche, die es werden wollen, für Investoren, Vermittler, Interessierte und alle dazwischen. Konzipiert als buchstäbliche Safari quer durchs Rhein-Main-Gebiet werden Vorträge, Workshops und sogar Beispiel-Pitches von Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Organisationen in ihren eigenen Büros oder den mitwirkenden Co-Working-Spaces veranstaltet. Alles ganz locker und zwanglos, wie es in der Branche eben so üblich ist.

Die Region hat es schwer, gegen das Gründer-Mekka Berlin anzukommen: „Das einst durch den Neuen Markt entfachte Interesse an Start-ups ist seit seinem Zusammenbruch 2001 ins Bröckeln geraten. Kapital- und Finanzakteure waren bereit, doch es war noch keine Infrastruktur für Start-ups vorhanden“, erklärt mir Frank Müller, geschäftsführen-

des Mitglied des Vorstandes der Business Angels Frankfurt/Rhein-Main. Kapital, das in der Bankenstadt zwar vorhanden wäre, werde seitdem eher gehütet anstatt in neue Unternehmen investiert. Mit Erfolg: Durch die konsequente Zusammenarbeit von Wirtschaft, Vereinen und privaten Initiativen holt der Standort auf. „Heute sind Start-ups kontinuierlich im Gespräch. Fintechs sind mittlerweile bei den Banken angekommen, Kapital kann mobilisiert werden“, beschreibt Müller.

Für mich geht es nach der Eröffnung zum ersten der 51 teilnehmenden Start-ups. Für die Bettzeit-Gruppe beziehungsweise Emma, eine Matratzenfirma, hat Frankfurt den Vorteil einer geringeren Mitarbeiterfluktuation. „Weniger Start-ups bedeuten weniger Konkurrenz und Abwerber“, sagt Pascal Döring, Recruiter der Bettzeit GmbH. Das 2015 gegründete Business fühlt sich noch aus einem anderen Grund wohl im regionalen Ökosystem: „Frankfurt ist bodenständig, und das passt zu uns.“ Trotz seines inzwischen riesigen Erfolgs in mittlerweile 14 internationalen Märkten ist Emma seiner Start-up-Philosophie treu geblieben: Im Open-Space-Büro sitzen CEO und Praktikant, Entwickler und Marketingstrategie zusammen – Hierarchien sind kein Thema.

In jedem Unternehmen treffe ich neue Menschen – Netzwerken eben. Von Bankern und Investoren über Co-Working-Space-Betreiber bis hin zu Jung- und zukünftigen Gründern mit spannenden Ideen: Kontakte knüpfen steht hier auf dem Plan für alle – und das

macht die Safari aus. Die Erfolgsstorys, die wir bei jedem Vortrag zu hören bekommen, inspirieren, und zwar nicht nur die der ganz Großen wie Emma, Clark, Zühlke oder Fincite, sondern auch derjenigen, die auf dem besten Weg nach oben sind.

Hilfreich beim Aufstieg sind regelmäßige Aktivitäten, beispielsweise Gründertreffen oder die Teilnahme an Businessplan-Wettbewerben. Auch die Infrastruktur der Region, bestehend aus Hubs, Accelerators, Investoren und Gründern, kann sich mittlerweile sehen lassen: „Der Bruch, den die spätere Finanzkrise von 2008 hinterlassen hat, ist überwunden. Angebote wie das Tech Quartier bringen Speed in die Szene“, analysiert Müller.

Das junge Unternehmen BidX ist ein Beispiel der gelungenen Kooperation in Rhein-Main. Die Gründer Nadine Schöpfer und Max Hofmann wurden als Studenten der TU Darmstadt vom Innovations- und Gründungszentrum Highest unterstützt, das vor allem Start-ups im Hightech- und Digitalisierungsbereich fördert. Sie beschäftigen sich mit dem „Problem der unoptimierten Werbeanzeigen bei Amazon“, so Schöpfer im Vortrag.

Frankfurt mit der höchsten Dichte an Fintechs bietet für BidX einige Vorteile: „Die Stadt ist unglaublich kapitalstark und eben der größte Internetknoten Deutschlands“, erklärt Hofmann. Für die jungen Unternehmer also der perfekte Standort. Sie zeigen, wie Netzwerken und das Ökosystem erfolgreich dabei helfen können, eine Idee als Start-up zu verwirklichen. Neben Highest wurde den

beiden über die Frankfurter Business Angels ein Investor vermittelt. Der Verein, der sich als Bindeglied zwischen Gründern und Investoren versteht, lädt am späten Nachmittag im Mindspace, einem der an der Safari mitwirkenden Co-Working-Spaces, ein. Hier stellt er sich und seine Aktivitäten als Vermittler von Privatinvestoren vor.

Die zweitägige Safari führt die Teilnehmer auch nach Wiesbaden, Darmstadt und Mainz. „Jedes Nebenzentrum bildet sein eigenes Ökosystem, begleitet von den etablierten Förderern“, sagt Müller. Ziel ist es, diese Nebenzentren zu vernetzen, um noch effektiver zu werden.

Die neue Online-Plattform Station, die am zweiten Abend im Rahmen der Safari gelauncht wird, soll dazu ihren Beitrag leisten. Gemeinsam wollen Start-up Safari und das Newsportal Rhein-Main-Start-ups die persönliche Kommunikation ins Netz verlängern: „Mit Station möchten wir unser fragmentiertes Ökosystem für Start-ups und Innovation zusammenführen und zentrale Anlaufstelle für alle Themen in diesem Segment sein“, erklärt Daniel Putsche, der als Geschäftsführer von Candy Labs die Start-up Safari Frankfurt/Rhein-Main initiiert hat. „Förderer und Infrastruktur sind immens wichtig“, bestätigt auch Müller, der die Safari als wichtiges Element in diesem Zusammenspiel sieht. Aus lauter Einzelkämpfern ein großes Ganzes zu machen, damit sich der Standort gegen die Konkurrenz behaupten kann, ist das Ziel.

Veranstaltung wird fortgesetzt

Vernetzen im regionalen und lokalen Raum – das ist auch eines der Ansinnen, die die Veranstaltungsreihe „Regionale Kommunikation“ von HORIZONT und der dfv Conference Group im Sinn hat. Nach einem erfolgreichen Start in diesem Jahr wird die Reihe ab Frühjahr 2019 fortgesetzt. Sie richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen, die mit wenig Werbebudget viel erreichen wollen. Infos in Kürze auf www.conferencegroup.de



Schon bei der Begrüßung wird klar: Das Interesse an der Safari ist groß



Auf der Couch ist Zeit, junge Unternehmen kennenzulernen

PHOTO: M. KUNZ