

Was bedeutet der Dropbox IPO für Corporate Innovation?

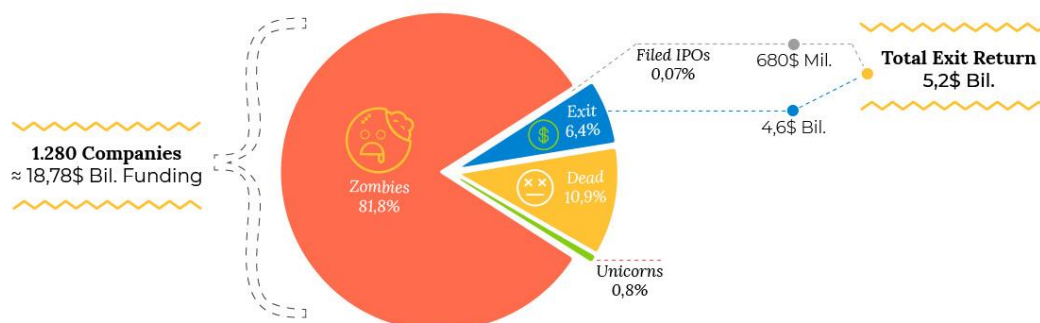
Die Recherche für diesen Artikel wurde in Kooperation mit GERMANTECH DIGITAL durchgeführt.

- Der erste Börsengang für Y Combinator in den 13 Jahren seines Bestehens zeigt, wie schwer es für Inkubatoren und Acceleratoren ist, im Riskokapital-Business profitabel zu sein.
- Durch die Adaption des Accelerator- und Inkubatormodelle haben deutsche Firmen gemeinsam mehr als 100 Initiativen zur Förderung von Startups ins Leben gerufen, mit wahrscheinlich mehr als der fünffachen Anzahl von Startups im gleichen Zeitraum wie Y Combinator.
- Dennoch haben die deutschen Innovationsprogramme weder einen Börsengang noch ein einziges Einhorn hervorgebracht.
- Startups zu screenen und sie in Inkubatoren und Accelerator zu stecken, ohne eine Mehrheitsbeteiligung zu besitzen, ist keine Lösung für das Innovationsproblem der etablierten Unternehmen.
- Es gibt einen Mittelweg zwischen "Lucky Shots" und jahrelangen Millioneninvestments in Accelerator und Inkubatoren - ein Company Builder könnte die Antwort sein.

Vor zwei Wochen kündigte Dropbox seinen bevorstehenden Börsengang an, ein längst überfälliger Schritt für eines der berühmtesten, von Y Combinator unterstützten Startups. Was für viele als absoluter Erfolg gewertet wird, gilt für andere als Vorwarnung für Inkubatoren und Accelerator rund um den Globus.

Ein paar Fakten (siehe Graphik): Y Combinator ist rund 13 Jahre alt und hat rund 10 Einhörner unterstützt, darunter Airbnb, Dropbox, Docker, Stripe, Instacart, Zenefits, Twitch, Machine Zone, Quora und Coinbase. Aber innerhalb des Pools ihrer mehr als 1.500 finanzierten Startups ist Dropbox der erste von ihnen, der an die Börse geht. Bislang generierten 231 dieser Start-ups 4,6 Mrd. USD in Exits, aber sie sammelten auf dem Weg dahin rund 18 Mrd. USD ein.

Status of Y Combinator Startups 2005 - Q1 / 2018



GERMANTECH
DIGITAL

Datasource: YClist.com, seed-db.com



Während die Zahlen schwindelerregend sind, zeigt eine schnelle Rechnung, dass die durchschnittliche Finanzierung jedes Startups bei über 12 Mio. USD liegt.

Das bedeutet, dass das "Best in Breed" AAA-Programm, das die meisten Accelerator und Inkubatoren weltweit geprägt hat und zu dem jeder aufschaut, weit davon entfernt ist, als Investitionsgelegenheit profitabel zu sein.

Übernacht-Erfolge gibt es nicht, wenn man sieht, dass der erste Börsengang für Y Combinator nach 13 Jahren der Starthilfe kommt. Was diese Tatsache zeigt, ist, dass sich das Acceleratorprogramm als Vorbild für innovative Unternehmen als zu teuer und zu langsam erwiesen hat.

Y Combinator ist nicht nur der Maßstab für Startup-Hubs auf der ganzen Welt: Die meisten Inkubatoren und Accelerator sind unbestreitbar Nachahmer ihres Modells. Das Versprechen, viele Start-ups und ein inspirierendes Netzwerk zusammenzubringen, Millionen in sie zu pumpen, damit sie in ein paar Monaten von der Idee zum skalierbaren Wachstumsunternehmen werden können und so ein glänzendes Portfolio von Start-ups schaffen, hat sich rumgesprochen.

Unternehmen sahen in dieser Strategie eine Kardinalslösung, innovativ und relevant zu bleiben und öffneten ihre Türen für Start-ups und Presse.

Wenn dieser Ansatz jedoch schon wie oben gezeigt nicht einmal bei Y Combinator in Bezug auf die investierten Mittel funktioniert, so erscheint dies auch nicht für seine Klone auf der ganzen Welt lohnenswert. Wenn die Sponsoren dieser Lawine von Innovationsprogrammen ihre KPIs nicht nur in Bezug auf PR und Marketing messen, sind die wirtschaftlichen Vorteile und die Unternehmensinnovationen nämlich eher gering.

Wir konnten in einer Recherche derzeit mehr als 100 Inkubatoren und Accelerator identifizieren, die von deutschen Unternehmen eingerichtet wurden. Zurückgehend auf die Anfangsphase von Y Combinator bis heute, wurden in den letzten 13 Jahren rund 400 Programme durchgeführt. Angenommen, jedes Programm hat 2 Batches pro Jahr mit durchschnittlich 5 Start-ups, dann müssen mindestens 4.000 Start-ups durch Unternehmensprogramme in Deutschland unterstützt worden sein. Allerdings konnten wir in dieser riesigen Anzahl von Start-ups keinen einzigen Börsengang oder Einhorn finden.

Und das merken die Unternehmen: 2017 haben etliche Konzerne das Vorgehen verändert und ihre Wette auf eigene Accelerator und Inkubatoren neu formuliert. Größtes Beispiel in Deutschland war das Plug'n'Play-Programm von Axel Springer, das sich nach fünf Jahren der Fokussierung auf die Finanzierung von Unternehmen für eine Zusammenarbeit mit Porsche Digital entschieden hat. Während Axel Springer in der deutschen Inkubator- und Acceleratorszene oft als Best Practice bezeichnet wird - mit Runtastic und N26 als ehemalige Teilnehmer ihres Programms - gibt es bisher kaum bedeutende Erfolgsgeschichten von anderen Unternehmen.

In dieser gemeinsamen Neuformulierung von Plug'n'Play und Porsche Digital wurden die wirtschaftlichen Erwartungen gesenkt und der Fokus auf die Unterstützung digitaler Innovationen verlagert.

Das sollte uns alle zu denken geben. Die 12 Mio. USD Finanzierung pro Unternehmen, die das Y Combinator Modell hervorgebracht hat, scheint nicht zu funktionieren. Sicherlich könnte man das Geld leichter und sinnvoller ausgeben: Was wäre, wenn man diese Summe nicht in Startup-Batches investieren würde, sondern in ein Angebot investieren würde, das Unternehmer dazu anlockt, neue digitale Assets für Unternehmen aufzubauen? Wie viel mehr

könnte man dann noch erreichen? Durch die Investition des Geldes in Köpfe mit einem bewährten Track-Record und indem man unternehmerische Talente zur Lösung der eigenen strategischen Herausforderungen einsetzt.

Die Logik ist simpel: Anstatt in ein riesiges Portfolio von über 100 Start-ups zu investieren, die über die Jahre hinweg keine finanziellen Erträge erwirtschaften, wären Unternehmen besser dran, die gleiche Menge an Finanzmitteln bereitzustellen und jemand anderen ihr Portfolio an digitalem Geschäft aufbauen zu lassen und die Start-ups mit zukünftigen Renditen danach vollständig zu besitzen.

Eine solche alternative Lösung sind z.B. Company-Builder wie GERMANTECH DIGITAL, die mit Hilfe eines Netzwerks erfolgreicher Unternehmer aus aller Welt Unternehmen für Unternehmen gründen. Das Versprechen: Ein neues Unternehmen in 100 Tagen. Konkret wurden so z.B. drei Ideen für EWE, einen großen deutschen Energieversorger, entwickelt. Wenngleich auch hier der nachhaltige Track-Record noch nachzuweisen ist, so ist dieses Vorgehen mit deutlich greifbareren Outputs versehen. Wenn man also den Blick über den Tellerrand schweifen lässt, sollten alle, die sich mit echter digitaler Transformation und Unternehmensinnovation beschäftigen, erkennen, dass PR und Marketing die langfristigen Probleme großer Unternehmen nicht lösen können.

Die Inkubator- und Acceleratormodelle sind wohl nicht das, was Unternehmen dazu bringen wird, das nächste Jahrzehnt zu überleben, und es ist an der Zeit, sich dieser harten Realität zu stellen. Konzerne können Millionen ausgeben und versuchen, Inkubator- und Acceleratorprogramme zum Laufen zu bringen, aber vielleicht ist es klüger, dieses Modell zu überdenken und nicht das zu tun, was alle anderen tun, ohne zuerst die Zahlen zu überprüfen.