



Foto: bluesource

Ade FH Hagenberg! Ade Kundenkarten! Roland Sprengseis, Martin Sprengseis, Wolfgang Stockner (v. li.) sind mit „mobile-pocket“ auf dem Weg ins Silicon Valley



Foto: Michael Helmmsseider

NOUS macht das eigene Smartphone zum multimedialen Museumsguide. Im Bild: Alexander Stickelberger, CEO und erfolgreicher GEWINN-Jungunternehmer

Österreicher im Web 2.0

Viele gute Ideen für das neue Internet und Mobile Apps sind made in Austria. Ein paar davon haben es sogar schon bis ins Silicon Valley geschafft.

VON FRIEDRICH RUHM

Sie waren wahrscheinlich die Ersten, die auf den losbrausenden Internet-Zug aufsprangen: Roman Scharf und Daniel Mattes hatten irgendwann Anfang dieses Jahrtausends die Idee, eine Software zu entwickeln, die Internet-Telefonie über Handy und Festnetz ermöglicht. Im Unterschied zu Skype sollte man dabei die Internet-Verbindung nur brauchen, um das Telefonat im Web zu aktivieren – etwa indem man eine Nummer über Google sucht. Telefonieren selbst tut man mit dem Handy oder sogar mit dem Festnetztelefon, also ohne Computer, ohne eigene Software und ohne Headset. 2005 stieß Sequoia Capital – die mit ihrem Geld auch schon Apple, Google oder YouTube groß gemacht hatte – auf die Idee der beiden Österreicher und investierte zwei Millionen Dollar in jajah, wo die beiden ihr Unternehmen taufte.

Gleichzeitig übersiedelten Scharf und Mattes ins Silicon Valley, wo man einfach hin muss, um im globalen Internet-Business erfolgreich zu werden. Das Silicon Valley gilt als Mekka der IT-Branche und ist nicht nur deswegen interessant, weil dort Firmen

wie Apple, ebay, facebook, Google, Intel oder Yahoo gegründet wurden, sondern weil es auch beliebtes Reiseziel der wichtigsten Venture-Capital-Geber für Start-ups in diesem Bereich ist. 40 Prozent der amerikanischen Venture-Capital-Investitionen finden in Kalifornien statt.

In der Folge entstanden für jajah im Silicon Valley Kooperationen mit Yahoo, Intel und der Deutschen Telekom, die sich auch finanziell beteiligten. Im Dezember 2009 verkauften Scharf und Mattes ihr Start-up, das längst zu einer großen Company mit 25 Millionen Kunden geworden war, um 145 Millionen Euro an die spanische Telefónica.

Heimische Start-ups sagen „Go Silicon Valley“!

Mit guten Ideen fürs Web 2.0 made in A sind Scharf und Mattes aber nicht allein geblieben. Nicht zuletzt bei den Einreichungen für den GEWINN-Jungunternehmer-Wettbewerb nimmt die Dichte an Internet-Start-ups von Jahr zu Jahr zu. Und jajah sind auch nicht die einzigen, die es ins Silicon Valley geschafft haben.

Seit 2010 schickt die Außenwirtschaft Österreich (AWO) im Rahmen der Tech-

nologieinitiative „Go Silicon Valley“ heimische Start-up-Hoffnungen (nicht alle müssen notwendigerweise Web-2.0- oder Mobile-App-Anwendungen als Geschäftsinhalt haben) für drei Monate ins Valley, um ihnen den Einstieg in den US-Markt und den Zugang zu Risikokapital zu ermöglichen (siehe Liste auf Seite 186).

Eines der qualifizierten Unternehmen, das für heuer schon seine Koffer Richtung Kalifornien gepackt hat, ist bluesource – mobile solutions. Die Gründung aus dem oberösterreichischen Softwarepark Hagenberg hat sich auf professionelle Lösungen für Mobile-Marketing spezialisiert. Mit der App „mobile-pocket“ laden Kunden alle ihre Plastikkarten platzsparend auf ihr Mobiltelefon. Die Anwendung ist aktuell für iPhone, iPod und Android-basierte Smartphones kostenlos verfügbar und lässt Konsumenten komfortabel das Shopping-Erlebnis genießen. „mobile-pocket wird von unseren Nutzern als sehr hochwertiger Service wahrgenommen, für welchen laut Befragungen sogar bezahlt werden würde.“ Wolfgang Stockner, Geschäftsführer von bluesource, führt aus: „Bei mobile-pocket gehen wir zudem einen Schritt weiter und verwenden parallel zu Barcodes die NFC-



Foto: Christoph Lepka

tunesBag schafft Zugang zur eigenen Musik egal wann, egal von wo und egal mit welchem Gerät, v. li.: Hannes Harborth, Hansjörg Posch, Gerhard Günther



Foto: busuu.com

Der Wiener Bernhard Niesner (li.) hat mit seinem Liechtensteiner Partner Adrian Hiltl in Madrid mit busuu.com die weltgrößte Sprachlernplattform gegründet

Technologie (Near Field Communication). Dies bietet nicht nur Vorteile für den Kunden im Bereich des Handlings, sondern eignet sich zusätzlich für den Einsatz als elektronische Geldbörse oder zur eindeutigen Identifizierung des Benutzers.“

Sogenannte „M-Commerce“-Lösungen boomen, die Kunden von bluesource sind hauptsächlich Handelsunternehmen, Unternehmen im Gesundheitsbereich und Kundenclubs, wie Zeitungen, Kulturinstitutionen etc., die ein Stammkundenprogramm betreiben oder etablieren wollen. bluesource verdient einerseits durch monatliche Gebühren für das Hosting von Kundenkarten, Filialdaten und Angeboten und andererseits durch Click-Fees auf Angebote und Gutscheine.

Bereits in den ersten beiden Wochen nach dem Launch nutzen mehr als 20.000 User mobile-pocket und erstellten knapp 100.000 Kundenkarten. Seither ist mobile-pocket in Österreich klarer Marktführer. Stockner über die Chancen von bluesource, sich weltweit durchzusetzen: „Mitbewerb ist weltweit vorhanden, jedoch hat jeder seinen lokalen Startvorteil. Wir differenzieren uns durch ein hervorragendes Technologieset und starke Partnerschaften.“ Der Schritt in die USA hat sich jedenfalls schon gelohnt. Stockner: „Die Erwartungen für unseren Schritt nach den USA waren und sind sehr hoch. Immerhin ist das Marktvolumen ein Vielfaches des österreichischen und Services wie mobile-pocket sind perfekt geeignet, um ausgehend vom Silicon Valley in den USA zu skalieren. Wir sind seit April in den USA präsent und haben unsere Ziele erfreulicherweise bereits erreicht. Erste US-Han-

delsunternehmen begleiten uns bereits seit dem Launch von mobile-pocket. Zudem stehen wir in sehr engem Kontakt mit führenden Technologieunternehmen in der Mobil-Branche und der Venture-Capital-Szene in den USA, um Möglichkeiten auszuloten.“

Österreicher im Museum von San Francisco

Ein weiterer, der im April Richtung Silicon Valley abgereist ist, ist der Sieger der Kategorie IT/E-Commerce beim GEWINN-Jungunternehmer-Wettbewerb 2009: Alexander Stickelberger, Gründer und Geschäftsführer von NOUS Wissensmanagement.

Statt klobiger Geräte und drückender Kopfhörer nutzt man mit der NOUS-Software sein eigenes Smartphone, um durch Museen, Besucherzentren und Ausstellungen geführt zu werden. Derartige Institutionen „pimpen“ aber auch ihre alten Audioguides mit NOUS zu wahren Multimediaguides auf. Mit iConcierge hat NOUS 2010 auch eine innovative Hotel-iPad-Lösung für Tourismus- und Gastwirtschaftsbetriebe entwickelt.

Der NOUS-Guide selbst und das dazugehörige Redaktionssystem für Museen und Ausstellungen entstanden 2004. Im Jahr 2006 erfolgte die Gründung der NOUS Wissensmanagement GmbH mit Sitz in Wien und Niederlassungen in Dänemark und auch schon in San Francisco, wo man das Museum of Modern Art zu einem der ersten Kunden zählt.

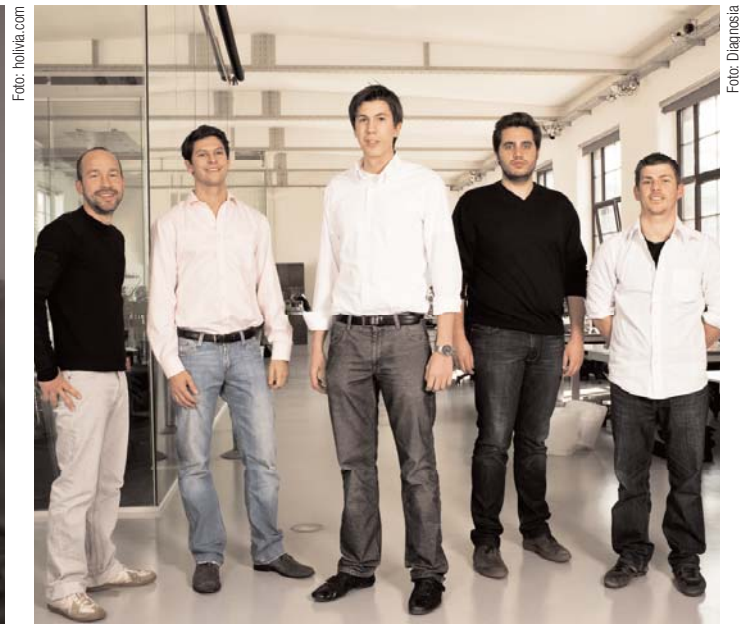
Obwohl NOUS also schon ein Bein in den USA hat, nimmt man die Chance, sich

im Silicon Valley zu präsentieren, gerne wahr. Stickelberger: „Im Silicon Valley entstehen die Trends. Die Möglichkeit, hier mitten im Geschehen zu sein, ist für uns sehr spannend und die Auswahl durch die Wirtschaftskammer ist für uns auch eine sehr große Auszeichnung.“ Stickelberger ist von der Stimmung im Valley so angetan, dass er dort eine zweite US-Niederlassung von NOUS gründen will.

Auch bei tunesBag ist der Markt die Welt, zumindest die der Musik. tunesBag bietet plattform- und serviceunabhängig Zugriff auf die eigene Musik. Egal, wann, egal, von wo, und egal, ob iTunes, Winamp oder Dropbox die Quelle der Musikdateien darstellen. Das Gleiche gilt auch für das Abspielen, erklärt Mitgründer und Geschäftsführer Hansjörg Posch: „Ob i-Phone, WLAN-Radio, Browser oder neue TV-Geräte, die Wahl bleibt dem Kunden überlassen und er wird nicht in ein System eingesperrt.“ Damit möchte man sich auch von Anbietern wie Google Music, Amazon oder vermutlich bald auch Apple unterscheiden. Posch: „Wir halten aktuell bei rund 25.000 Kunden und verfolgen ein ‚Freemium‘-Modell, bei dem es zusätzlich zu einem kostenfreien Service ein kostenpflichtiges Premium-Abo mit mehr Speicherplatz und Features gibt.“ Gefördert von AWS und INiTS erwartet sich Posch vom Aufenthalt im Valley neue Inputs: „Ich bin bis jetzt diesbezüglich nicht enttäuscht worden. Im Prinzip sind die hier geführten Gespräche ähnlicher Natur wie in Wien oder Berlin mit dem feinen Unterschied, dass der Scale ein anderer ist.“



Schnäppchenangebote für Spontanurlauber: David Haunold (li.) und Daniel Slaje haben mit dem Reiseportal Holivia eine klare Zielgruppe im Visier



Ärzte erklären Beipacktexte. Das Team von Diagnosia.com (v. li. n. re.): Eric Pfarl, Fritz Höllerer, Marco Vitula, Lukas Zinnagl, Stefan Weixelbaumer

Die anderen beiden Firmen, die von den Qualifikanten 2011 bereits im Valley sind, sind Stratodesk und Ulmon. Stratodesk entwickelt sogenannte „Thin Clients“ (abgespeckte Endgeräte), die zum Beispiel im AKH bereits 3.000 PC-Arbeitsplätze ersetzt haben. Ulmon entwickelt Apps zum Navigieren und Reisen mit dem iPhone wie City Maps 2Go oder Paris2Go. Das Besondere daran: Die Funktionstüchtigkeit ist auch bei Netzverlust gewährleistet. Damit ist Ulmon nach eigener Aussage die „erfolgreichste App-Firma Österreichs weltweit, mit Top-10-, Top-20-Rankings in allen Kontinenten“, so Florian Kandler, bei Ulmon für Business Development zuständig.

InitialFactor: Silicon Valley in Wien

Nicht alle aber müssen ins Silicon Valley, um global durchzustarten, und manch einer findet sogar hierzulande einen Business-Engel. So ist die zurzeit weltweit aktivste Sprachlerncommunity eine halb-österreichische Idee, die aus privaten Gründen in Madrid zur Firma wurde: busuu.com. Die modular aufgebauten Lerneinheiten decken mit abwechslungsreichen und interaktiven Übungen die Sprachniveaus vom Anfänger bis zur Mittelstufe ab. Das Basisangebot von busuu.com ist kostenlos. Der Premium-Service bietet Zugriff auf weitere Inhalte und Funktionen wie Grammatikeinheiten, Audio-Beispielsätze und Dialoge, übersichtliche PDF-Dokumente zum Ausdrucken, Audio-Podcasts zum Download. Zusätzlich können detaillierte Grammatikerklärungen von den Kooperationspartnern PONS und Collins erworben werden.

Anfang Juni wurde busuu.com von der Stiftung Warentest zum alleinigen Testsieger („nur einer ist gut“) bei Englisch-Vokabeltrainern für das Smartphone gekürt. Mitgründer Bernhard Niesner: „Wir haben jetzt 2,7 Millionen registrierte Benutzer und pro Tag melden sich nach wie vor mehr als 10.000 neue User bei uns an.“ Im April konnte busuu.com den gebürtigen Argentinier und Gründer von Viatel, Martin Varsavsky, der heute als Business Angel unterwegs ist, für eine Kapitalbeteiligung gewinnen.

InitialFactor nennt sich der heimische „Hot-Spot“ für österreichische Start-ups, die sich im Web 2.0 versuchen oder mit Mobile Apps durchstarten wollen. Stilecht in einem alten Backstein-Loft untergebracht, versteht sich InitialFactor als Cluster, der vier Unternehmen mit insgesamt bis zu 70 Mitarbeitern vereint: i5invest, TheMerger, Creative Industries Invest und FirstLove Capital. Gründern und jungen Unternehmen aus dem Mobile- und Online-Bereich wird eine „ganzheitliche und professionelle Unterstützung entlang des gesamten Unternehmenswachstumspfad“ geboten, erklärt Bernhard Lehner, Pressesprecher von InitialFactor. Unterstützt wird der private „Web-2.0-Inkubator“ vom austria wirtschaftsservice (aws) aus dem Förderungsprogramm impulse LEAD.

Die Liste der von InitialFactor in den letzten Jahren erfolgreich begleiteten Unternehmen liest sich wie ein kleines Who's who erfolgreicher heimischer Online- und Mobile-Projekte: 123people (Finanzierung mit Gamma Capital Partners und Verkauf

an die französische PagesJaunes Groupe), 3United AG (Verkauf an VeriSign für 55 Millionen Euro), Fatfoogoo (Verkauf an Digital River), Impossible (Finanzierung, Relaunch Polaroid-Film-Produktion), Mobilizy (Fundraising und Aufbau US-Präsenz), Tupalo (erste Finanzierungsrunde mit Herold/European Directories), Tripwold (erste Finanzierungsrunde mit MairDumont), die Finanzierung von UMA oder das Seed-Financing von Platogo durch Seedcamp.

Zu den neuen Hoffnungen aus der Online-Fabrik von InitialFactor zählen aktuell: Holivia, das sich auf besondere Reisedeals spezialisiert hat, für „Reiselustige, deren Lebensumstände es erlauben, spontan und möglichst nicht in der Hauptsaison zu verreisen“, so David Haunold, CEO: „Dazu sammeln wir exklusive Reiseangebote und geben diese mit einem Preisvorteil von bis zu 60 Prozent an unsere User weiter.“ Holivia-User profitieren dabei von der Idee, dass Unternehmen bei Abnahme größerer Mengen eines Produkts Rabatte gewähren. Das reicht von einer Übernachtung im High-Class-City-Hotel über ein erlesenes Wellness-Wochenende bis hin zur exotischen Fernreise. Das Besondere ist aber nicht nur der Preis. Sondern: jedes Angebot ist exklusiv ausgehandelt und in dieser Form nirgendwo anders günstiger als bei Holivia. Urlaubswillige haben jeweils eine Woche Zeit, sich einen (oder auch mehrere) unserer Reisedeals zu sichern. Denn die sind nur in limitierter Zahl vorhanden. Jeden Montag wechseln dann die Angebote.“

Diagnosia.com hingegen ist das weltweit



Foto: MAYR Eker/Wirtschaftsblattpicturedesk.com



Foto: Stratodesk

Daniel Mattes – er wird auch der „Bill Gates der Alpen“ genannt. Ein paar Millionen hat er mit jajah jedenfalls verdient. Heute agiert er als Business Angel

Emanuel Pirker hat mit Stratodesk einen reinen „Software Thin Client“ entwickelt. Das spart etwa dem AKH 3.000 PC-Arbeitsplätze

erste unabhängige Medikamentenportal, das Arzneimittelinformationen aus unterschiedlichen Ländern aggregiert und Benutzern in einer transparenten, qualitativen

und bedienungsfreundlichen Umgebung anbietet. Dazu Fritz Höllner, Co-Founder & CEO: „Der Besucher hat die Möglichkeit, nach Krankheit, Hersteller, Wirkstoff oder

Produktname zu suchen, und erhält eine umfassende Auswahl an Medikamenteninformationen, die mit interessantem und passendem Content angereichert werden.“ Kos-

■ „Bei Technik und Innovation liegen wir absolut vorne dabei“

GEWINN EXTRA: Was halten Sie von der österreichischen Web-2.0-Szene im internationalen Vergleich?

LUTZ: Vonseiten der Technik und Innovation sind wir sehr gut. Da liegen wir absolut vorne dabei. Schwächen gibt es bei der Vermarktung und auch bei der Erfahrung in der Geschäftsführung/im Unternehmensaufbau. Da hat man es oft mit sehr unerfahrenen Menschen zu tun bzw. ist es auch schwierig, gute Leute zu rekrutieren.

GEWINN EXTRA: Gibt es besondere Stärken der heimischen Web-2.0-Unternehmen?

LUTZ: Die sogenannte Kapitaleffizienz ist hoch, d. h., österreichische Start-ups bauen in der Regel mit weniger Geld erste brauchbare Schritte. Das ist ein Vorteil zum angloamerikanischen Bereich.

GEWINN EXTRA: Nach welchen Kriterien wählen Sie Ihre Beteiligungen aus?

LUTZ: Die erste Hürde ist, dass ich noch nie investiert habe, wenn mir das Team oder die Gründer nicht von jemandem aus meinem Netzwerk vorgestellt wurden. Ich empfinde die persönliche Empfehlung als sehr wichtig. Das zentrale Kriterium aber ist, ob ich in der Idee eine klare Produktdifferenzierung und Strategie erkennen kann. Die muss noch nicht ausgereift sein, manchmal

sehen es die Gründer selbst noch nicht so genau, aber ich muss es sehen.

GEWINN EXTRA: Was können Sie Start-ups raten? Worauf sollte man am meisten achten?

LUTZ: Sofort und schnell am Kunden testen und schauen, ob das, was man bauen will, überhaupt gebraucht wird. Lieber sollte man am Anfang extrem sparsam vorgehen und erste Produkt- oder Markttests in der Tasche haben, bevor man einen professionellen Angel oder Investor sucht. Ein häufiger Fehler sind die falschen Gesellschafter ganz am Anfang. Dann, eine saubere Strategie und Differenzierung zu entwickeln. Das ist oft sehr schwierig und zeitintensiv. Und nicht an die Macht des selbsttätigen Viral-Marketings zu glauben. Wunder gibt's keine, das ist knallharte Arbeit. Ganz wichtig: Ein Gründer, der keine unternehmerische Erfahrung hat, muss sich einen Partner suchen, der das glaubhaft einbringt. Das ist ein extrem wichtiger Erfolgsfaktor für Start-ups und wird dauernd ignoriert, weil alle nur die Idee sehen. Aber wie sagte schon Thomas Edison: Without execution vision is another word for hallucination.

GEWINN EXTRA: Wie überzeuge ich Sie als Investor mit meiner Idee?



Foto: ueber.mut

Christian Lutz zählte mit UCP, sms.at und uboot.com zu den Pionieren der heimischen Internetszene. Heute ist er einer deren Business Angels

LUTZ: Mit einer Idee, die möglichst nachhaltige Differenzierung erlaubt und mit erfolgreichen unternehmerischen Erfahrungen. Da ich mich bei meinen Beteiligungen unbedingt einbringen möchte und mich nur dann engagiere, mache ich maximal ein neues Investment pro Jahr.



Foto: Marlin Fuchs

Foto: Tripwolf

Sebastian Heinzel (li.) und Alexander Trieb (re.) setzen mit Tripwolf auf eine Mischung aus professionellem (von Marco Polo u. a.) und „User-Generated“ Content. Einen Financier haben sie damit schon gefunden

tenlose Beipackinformationen sowie Fachinformationen sämtlicher in Europa zugelassener Arzneimittel werden bis Jahresende in 14 Sprachen verfügbar sein. Finanziert wird dieses Angebot durch Werbung. Und bei jährlichen Steigerungsraten im zweistelligen Bereich bietet dieser Markt noch genügend Potenzial, um sich gegen amerikanische Mitbewerber wie drugs.com oder rxlist.com zu positionieren.

Vom Start-up zum Business Angel

Erst im Mai hat sich ein anderer heimischer Internet-Pionier an InitialFactor beteiligt: Christian Lutz. 1999 gründete er UCP, welches mit sieben Millionen registrierten Usern auf den Portalen sms.at sowie uboot.com sehr erfolgreich war und 2006 um 275 Millionen US-Dollar verkauft wurde. Seit 2006 investierte der Vorarlberger Entrepreneur mit seiner ueber.mut GmbH pro Jahr in ein bis drei interessante Start-ups. Zuletzt gelang ihm 2010 mit Fatfoogoo ein Exit an das US-Unternehmen Digital River.

Investiert wird üblicherweise in der „Seed- & Early-stage“-Phase eines Unternehmens, um sich auch entsprechend einbringen zu können (siehe Interview Seite 185). Die Unterstützung von ueber.mut umfasst dann Strukturierung, Strategieentwicklung, Teamaufbau und Herstellen von Kontakten ebenso wie Coaching der Gründer gegenüber Venture-Capital-Gebern. Das eigene Geld, das Lutz investiert, ist da fast zweitrangig und beläuft sich auf rund 100.000 Euro. Dafür bringt sich Lutz zu-meist als Aufsichtsrat ein und arbeitet bei

einigen Firmen auch mit. Lutz: „Wir möchten echte Partner sein, so wie ich meine Unternehmen schon aufgebaut habe, genauso, Stein auf Stein, möchte ich mithelfen, eine Company aufzubauen. Dazu bringe ich Know-how, Erfahrung, Netzwerke, Partner, Kreativität und Ressourcen ein, mit welchen man den Erfolg der Firma besser bauen kann. Nur so kann ein guter Exit für alle erreicht werden.“

Die immer öfter befürchtete neue Internet-Blase relativiert Lutz: „Es gibt die extreme Klasse der USA-Top-Internet-Companies wie facebook, Groupon, Skype oder LinkedIn, die zu astronomischen Bewertungen gehandelt werden, wo ich schon einen Ansatz von Blase erkennen kann. Auch wenn diese Firmen im Gegensatz zu 1999/2000 nun dicke fette Umsätze machen und auch ökonomisch überzeugen, so finde ich es doch fragil. Ich kann mir gut vorstellen, dass z. B. facebook rasant wieder an Attraktivität verlieren kann. Ansonsten glaube ich, haben Internet-Firmen meistens reale Bewertungen, welche hauptsächlich wirtschaftlichen Gegenwert widerspiegeln und oft auch Premiums für tolle Marktpositionen oder schnelles Wachstum bekommen. Hier sehe ich keine Blase, sondern die Anerkennung, dass es sich um Firmen handelt, die ihre Sache gut und sauber umsetzen.“ An das Potenzial für spannende Firmen aus Österreich glaubt er jedenfalls und prognostiziert diesen spannenden Ausblicken. Lutz: „Die Revolution des Web hat erst begonnen und mindestens eine Million gute Ideen wurden noch nicht umgesetzt.“

Österreicher im Silicon Valley

Folgende heimische Firmen haben es über die AWO-Initiative „Go Silicon Valley“ ins Mekka der IT-Branche geschafft, wenngleich nicht alle davon auf Web-2.0- oder Mobile-App-Themen fokussiert sind:

2010

- Devstrom
- Dr Yield Software & Solutions
- ECOP Wärmepumpen OG
- HEI Consulting GmbH
- Illuminetsys OG
- Insposo GmbH
- Lixto Software GmbH
- Medmobile Medizintechnik GmbH
- Mobilizy GmbH
- Play.FM GmbH
- Ranorex
- Re-Compose GmbH
- RobArt
- Scan Messtechnik GmbH
- Sengaro GmbH
- Shapeshifters Information Management GmbH
- Sunplugged – Solare Energiesysteme GmbH
- Technische Universität Wien (TU)
- TOLIKAS Media Company
- ToolsonAir

2011

- bluesource – mobile solutions gmbh
- Boom Software AG
- CardSkid OG
- finderly OG
- Imendo GmbH
- NOUS Wissensmanagement GmbH
- playence KG
- Qualysoft GmbH (Infinica)
- Ranqq.com
- Smarter Ecommerce GmbH
- Stratodesk Software GmbH
- tunesBag.com (Limited Privat company limited by shares incor)
- underground_8 Secure Computing GmbH
- Ulmon GmbH
- Xscited GmbH

2012

- PinterSports Projects KG
- Quipcom GmbH (Voxxer)
- Research Studios Austria Forschungsgesellschaft mbH (RSA)
- SEC Consult Unternehmensberatung GmbH
- Tempore Zeiterfassungssysteme GmbH