

Die Gründerstory der AeroLas GmbH

Prototyp einer hochlaufenden Spindel mit mehr als 160.000 Umdrehungen pro Minute.

»Von der Uni in den Chefsessel«

Sie waren 3. Preisträger im Münchener Businessplan-Wettbewerb 96/97, gründeten noch vor der Endprämierung ihr Unternehmen und besitzen heute 5,9 Millionen Mark Startkapital. Damit wollen Michael Muth und Bernd Schulz, Gründer der AeroLas GmbH, in wenigen Jahren zum weltweiten Marktführer von aerostatischen Lagern aufsteigen.

Gründerstories wie die der AeroLas GmbH tragen meist den Stempel »Made in USA«: eine gute Geschäftsidee, ein ausgereifter Businessplan und genügend Eigenkapital, um ein schnelles Wachstum zu finanzieren. Doch die AeroLas-Geschichte spielt nicht im Silicon Valley, sondern in Unterhaching bei München. Sie zeigt, daß sich auch hierzulande eine Gründermentalität entwickelt, die in internationalen Dimensionen denkt und finanziellen Erfolg als Gewinn - und

nicht als Stigma - bewertet. Begünstigt werden solche Entwicklungen durch Initiativen wie den Münchener Businessplan-Wettbewerb, der 1996 von McKinsey gestartet und 1997 vom FNT als Projektmanager übernommen wurde. Auch für Michael Muth und Bernd Schulz war der Wettbewerb »der richtige Impuls zur richtigen Zeit«, um aus ihrer Geschäftsidee ein reales Unternehmen zu machen. Knapp sechs Millionen Mark stehen ihnen dafür inzwischen zur Verfügung. Der größte Teil stammt aus Venture Capital-Finanzierungen durch die Technologieholding VC GmbH und die Bayerische Beteiligungsgesellschaft mbH (BayBG), die restliche Summe aus Mitteln der Eigenkapitalhilfe der Deutschen Ausgleichsbank, Krediten aus dem Mittelstands- und Ergänzungsprogramm der Bayerischen Landesanstalt für Aufbaufinanzierung sowie aus privaten Einlagen.

EINE PRODUKTIDEE WIRD ZUM GESCHÄFTSPLAN

Die Idee zur Unternehmensgründung entstand bereits während der wissenschaftlichen Tätigkeit von Muth und Schulz am Lehrstuhl für Feingerätebau und Mikrotechnik der TU München. Zusammen mit Professor Dr.-Ing. Joachim Heinzl, dem Lehrstuhlinhaber, entwickelten sie aerostatische Lager (Luftlager), die weltweit einzigartig sind: Sie halten wesentlich höhere Beschleunigungen aus als herkömmliche Wälzlager sowie andere Luftlager und erhöhen dadurch die Produktivität um den Faktor zwei oder mehr. Ein weiterer Pluspunkt: Die Fertigung ist erheblich kostengünstiger als bei traditionellen Luftlagern. Auf Basis dieser patentierten Technik hatten Muth und Schulz zahlreiche Entwicklungsaufträge aus der Industrie für den Lehrstuhl akquiriert und »von der Verhandlung bis zur Umsetzung weitgehend selbstständig unternehmerisch durchgeführt«. Da jedoch die Kapazitäten zur Fertigung größerer Stückzahlen an der TU begrenzt waren, wurden im Rahmen einer Studienarbeit erstmals auch die Möglichkeiten einer Unternehmensgründung analysiert.

Genau zu diesem Zeitpunkt startete der Münchener Businessplan-Wettbewerb 96/97, zu dem sich Muth und Schulz die noch druckfrischen Teilnahmeunterlagen direkt bei



Auf dem Weg nach oben: Michael Muth (rechts) und Bernd Schulz, Gründer der AeroLas GmbH, Unterhaching.

McKinsey abholten. Ausgestattet mit einem Berg von Papier, dem Buch »Geschäftspläne« von Uwe Struck sowie der Unterstützung von Professor Heinzl und Gerlinda Kramer-Peters machten sie sich an die Arbeit, aus ihrer Geschäftsidee einen Businessplan zu formulieren. Noch heute begeistern sich die beiden dafür, »wieviel Spaß es machte, mit Umsatzzahlen und Kapitalbedarf zu jonglieren«. Die Bilanz der Zahlenspiele war eindeutig: Ohne einen Berg an Schulden war die Geschäftsidee nicht machbar. »Doch als wir das akzeptiert hatten, schliefen wir ruhiger als zuvor«, betont Michael Muth. Bereits in der Preisverleihung zur Stufe 1 des Wettbewerbs stand AeroLas auf dem Siegerpodest und ein erster Kapitalgeber - die DGIB - zeigte Interesse. Bei diesem Gespräch wurde den Gründern in spe deutlich, »wie wichtig ein Businessplan ist, um als Verhandlungspartner akzeptiert zu werden«.

BUSINESS IST MARKETING

Die Vorbereitung für die zweite Wettbewerbsstufe brachte dann zusätzlich die Erkenntnis, daß Markterfolge nicht mit Produkten von hohem wissenschaftlichen Wert erzielt werden, sondern mit einem ausgereiften Marketing- und Vertriebskonzept. Als wertvolle Coaches erwiesen sich hier vor allem Dr. Günther Schmid von McKinsey und der gründungsproben Unternehmer Eberhard Färber von der IXOS Software AG. Diese Experten machten die beiden Wissenschaftler mit einer für sie neuen Art des unternehmerischen Denkens vertraut. »Wir waren bislang davon ausgegangen, daß wir als kleines Start-up-Unternehmen nicht mit großen Wettbewerbern konkurrieren können«, so Schulz. »Doch Dr. Schmid und Eberhard Färber haben geraten, uns die Strategie des Besten im Markt anzusehen und uns an diesem Niveau zu orientieren«. Schlagartig änderte sich daraufhin auch die strategische Überlegung der beiden. Die Fragestellung lautete nun: Wie können wir mit dem besten Produkt weltweit an die Spitze gelangen? Der »Lohn des Sinneswandels« kam in Form einer weiteren Siegerprämie in der zweiten Wettbewerbsstufe. Zu dem Zeitpunkt waren die wissenschaftlichen Mitarbeiter der TU München bereits Jungunternehmer. Um die rechtlichen Voraussetzungen für einen geplanten Groß-

auftrag aus der Luft- und Raumfahrt zu erfüllen, wurde am 5.2.1997 die AeroLas GmbH gegründet. Seit zehn Jahren hatte die TU etappenweise an diesem Großprojekt gearbeitet: der Entwicklung des größten Luftlagers der Welt zur Lagerung eines Teleskops in einer Boeing 747.

VENTURE CAPITAL ALS STARHILFE

Zwischenzeitlich hatten auch Presse und Fernsehen die Absicht der Jungunternehmer verbreitet, in wenigen Jahren Marktführer bei aerostatischen Lagern zu sein. Während dadurch einerseits das Selbstvertrauen von Muth und Schulz zunehmend wuchs, waren andererseits die Aussichten auf genügend Wachstumskapital noch eher gering. Das änderte sich nach einer Vortragsveranstaltung im April '97 vor Venture Capitalisten und Unternehmern im Rahmen des Wettbewerbs. »Wir wollten unbedingt die Technologieholding als Kapitalgeber gewinnen, da Falk Strascheg, der Geschäftsführer, selbst Know-how im Bereich Lasertechnik und Mikroelektronik besitzt und deshalb unseren Markt kennt«, beschreibt Muth die Zielsetzung. Die Rechnung ging auf: Falk Strascheg zeigte Interesse an der Geschäftsidee. Für die beiden Jungunternehmer Ansporn genug, auch in der Endprämierung zu den Siegern gehören zu wollen. Um das zu schaffen, wurden der Finanzplan und die Markteinführungsstrategie nochmals komplett überarbeitet. Die Jury belohnte die Mühe mit einem dritten Preis - gestiftet vom Bayerischen Wirtschaftsministerium. Allerdings war die Siegerprämie von zehntausend Mark nur ein Tropfen auf dem heißen Stein, denn rund 2,5 Millionen Mark waren im Businessplan als Startkapital notiert. Doch bereits Mitte Dezember 1997 hatten staatliche und institutionelle Geldgeber 2,7 Millionen Mark zugesichert und AeroLas hätte starten können.

Inzwischen hatten Michael Muth und Bernd Schulz jedoch nicht nur das Pokern gelernt, sondern auch erkannt, daß »wir für echtes internationales Wachstum mehr Kapital benötigen«. Außerdem fehlte noch »echtes« Venture Capital. Mit Verhandlungsgeschick und

dem bereits zugesicherten Geld im Rücken schafften sie es schließlich, sowohl mit der Technologieholding als auch der BayBG unterschrittsreife VC-Vorverträge zu »äußerst attraktiven Vertragsbedingungen« auszuhandeln. Statt 2,7 Millionen besitzt AeroLas nun 5,9 Millionen Mark für den Start - und damit die Möglichkeit, schnell auf das vorhandene Marktpotential reagieren zu können. Dieses ist einerseits durch Einsatzmöglichkeiten bei luftgelagerten Antriebssystemen für die Halbleiterbranche, bei Scannern und im Anlagenbau enorm groß, andererseits ist auch ein langer Atem erforderlich, da Unternehmen die Umstellung auf Luftlager nicht von heute auf morgen entscheiden. Und da AeroLas sich vor allem auf Projekte mit hohen Wachstumschancen konzentriert, schafft eine solide Kapitaldecke auch das notwendige Vertrauen. »Um für Großunternehmen vertrauenswürdig zu sein, muß man auch selbst eine gewisse Größe besitzen«, beschreibt Schulz einen Kreislauf, der sich ohne genügend Venture Capital nicht schließt.

INVESTITION IN DAS WACHSTUM

Sobald die Verträge mit den VC-Gebern unterschrieben sind, soll das Kapital vor allem in Personal und die internationale Ausrichtung investiert werden. Die Kernmannschaft wird bereits im Sommer 98 komplett sein: Neben drei aktiven Gesellschaftern gehören dazu vier Entwickler, vier Konstrukteure und eine Sekretärin. Angepeiltes Umsatzziel für 1998 sind über eine Million Mark - in fünf Jahren sollen es 30 Millionen sein. Die nächste Hürde, die es zu überwinden gilt, liegt jedoch näher: ein Platz auf der Siegestreppe beim StartUp-Wettbewerb, der von McKinsey, der Zeitschrift Stern und den Sparkassen bundesweit organisiert wird. Die Chancen stehen gut, denn bei der Regionalauscheidung in Bayern erhielt AeroLas am 6.4.98 den mit 50.000 Mark dotierten ersten Preis. »Ohne den Münchener Businessplan-Wettbewerb wären wir sicher nicht so schnell so weit gekommen«, sind Muth und Schulz sicher. »Denn unser Businessplan, auf dem sich der bisherige Erfolg und auch die Zukunft von AeroLas stützt, ist erst durch die kritische Beurteilung aller Beteiligten marktreif und finanzierungswürdig geworden«.



Branche:	Maschinenbau/Lasertechnik
Gründungsdatum:	5.2.1997
Anzahl Mitarbeiter:	8
Produktangebot:	Aerostatische Lager (Luftlager), luftgelagerte Linear- und Rotationsantriebe, Meßgeräte
Besondere Stärken:	Innovative, patentierte Luftlager für wachstumsstarke Märkte; Technologische Vorreiterstellung am Weltmarkt für Luftlager
Prämierungen:	Dritter Preis im Münchener Businessplan-Wettbewerb 96/97 (Sonderpreis des Bayerischen Wirtschaftsministeriums) Erster Preis der Regionalauscheidung Bayern im Wettbewerb »StartUp '97« (McKinsey, Stern, Sparkassen)
FNT-Mitglied seit:	3/98
FNT-Nutzen:	Beratung, Kontakte, Seminare
Kontaktadresse:	AeroLas GmbH, Inselkammerstr. 10, 82008 Unterhaching, Tel. 089/66 60 89-0, Fax 089/66 60 89-55,
Internet:	http://www.aerolas.de
Geschäftsführung:	Michael Muth

