

## ***Alle fördern Innovation – wer aber meine? (Daily Dueck 296, Juli 2017)***

Gunter Dueck, [www.omnisophie.com](http://www.omnisophie.com)

Wer etwas Neues beginnen möchte, braucht irgendwann auch Kapital. Alle klagen, dass es in Deutschland zu wenige risikobereite Kapitalgeber gäbe. Man laufe als Jungunternehmer, so heißt es, von Pontius zu Pilatus, renne sich die Hacken ab – und Mails würden nicht einmal zur Kenntnis genommen.

Das kann ich auch verstehen. Viele schreiben mir von ihren oft unausgereiften Ideen und viele davon kapiere ich nicht so richtig, was entweder gegen die Ideen spricht oder gegen den zugehörigen Kopf. Viele Ideen gibt es schon, oft sind sie woanders schon umgesetzt worden oder aus bestimmten Gründen vorher schon grandios gescheitert. Das sollte ein angehender Entrepreneur doch geklärt haben. In der Mehrzahl der Fälle ist der Träger der Idee absolut kein wetterfester Unternehmer. Oft staune ich, wie leichtherzig junge Leute Kapital haben wollen (Geld, das jemand ja früher einmal sauer verdient hat) und es ohne Verantwortungsgefühl für die Investoren misswirtschaftlich raushauen. Viele möchten auch kein persönliches Risiko eingehen, etwa ihr Erbe einsetzen, weil sie von ihrer Idee nicht felsenfest überzeugt sind – aber der Investor soll Millionen für etwas lockermachen, an das selbst nicht geglaubt wird. Wieder andere haben keine Ahnung von Marktvorgängen oder von der Konkurrenz, und noch wieder andere Leute arbeiten seit zwanzig Jahren still vor sich hin an einer Interneterfindung, ohne in der ganzen Zeit den Kopf herausgesteckt zu haben – die Zeit ist doch schon über sie hinweggerollt.

Kurz: die meisten Vorhaben kann ein erfahrener Experte gleich abhaken, bevor es einen herben Schaden gibt.

Was aber geschieht, wenn die Idee gut ist? Angenommen, sie ist gut. Angenommen, der Betreffende würde es auch schaffen. Angenommen, es wäre alles gut. Wer fördert dann, wer investiert, wenn man als Unternehmer nicht gerade mit den Google-Gründern befreundet ist? Ich habe so viele Leidensgeschichten gehört, und ich erlebe es auch mit meinen eigenen Projekten („Wiki of Music“ und voiXen; das Wiki dient der Förderung von Musik, die Firma voiXen hat schon Kunden, Umsatz und ist bald „break-even“). Diese beiden Projekte bringen an wirklich jeder Stelle heftiges Kopfnicken hervor, wir verteilen Visitenkarten an Minister & Co., alle geben gerne Tipps, an wen man sich wenden sollte, alle versprechen einen Rückruf – wir sind begeistert – und dann Stille. Wir fragen nach:

- „Unsere Stiftung ist nur für Musiker, nicht für Musik. Sorry, nicht für Musik.“
- „Wir fördern nur regionale Vorhaben, sorry, nicht Berlin oder Regensburg.“
- „voiXen ist uns zu normal, es ist einfach etwas, was offensichtlich funktioniert. Wir fördern lieber, was sich gut als Sensation feiern lässt.“
- „Wir stiften als Unternehmen/Verband sehr viel Geld, weil wir bei CSR gut aussehen wollen, aber wir haben dazu einfach einen langfristigen Vertrag mit XY (typisch: Rotes Kreuz etc.) gemacht, das gibt gutes Image und wir müssen nicht mehr weiter nachdenken.“ (CSR = Corporate Social Responsibility)
- „Wir fördern erst so ab 50 Millionen Euro, sonst müssen wir uns mit zu viel Kleinkram befassen.“
- „Wir fördern nur Start-ups, die ihren Sitz in unserem Inno-Center haben. Es geht uns vor allem darum, den Erfolg unsres Centers besser vorzeigen zu können. Wir werden daran gemessen.“
- „Wir fördern nur etwas mit social.“
- „Wir fördern nur, wenn andere EU-Staaten involviert sind, vorzugsweise solche mit hohen Sprachbarrieren, weil wir da bisher viel zu wenig fördern. Sie müssen Ihre kleine Idee also als erstes in alle EU-Sprachen übersetzen.“

Ich habe selbst einige solcher Anrufe hinter mir. Die Investoren wollen gleich etwas Großes, die anderen sollen mit dem Geförderten gut aussehen, was sie an bestimmte Kriterien knüpfen, die ihnen jemand vorgab. Zum Verzweifeln. Ja, und dann soll ich oft in Jurys mitarbeiten oder politische Parteien beraten. Dort reden sie wieder nicht von florierenden Unternehmen, sondern von preiswürdigen Ideen nach wahlkampf-tauglichen Kriterien, ja, und bei den Parteien kommt nach endlosen Meetings heraus, ländlich nachhaltige mittelständische Sozial-Entrepreneurinnen mit Migrationshintergrund zu bevorzugen. Das ist nicht falsch! Aber man müsste doch einfach nur mal ein gutes Unternehmen fördern können – ohne jedes Mal Sonderbedingungen erfüllen zu müssen, die nichts mit Business zu tun haben. Es scheint für Kapitalsucher viel wichtiger zu sein, bestimmte Raster zu bedienen als ein neues Unternehmen zu gründen. Und ich frage: Wenn man gezwungen ist, eine Unternehmensidee von vornherein „gar künstlich“ in ein Raster zu pressen und in ein Mieder zu schnüren – überlebt das die Idee? Ist nicht schon das Geldverdienen allein schwer genug? Dieser Rasterwahnsinn ist denn wohl auch der Grund, warum Großunternehmen sich zu nichts entschließen können. Die haben so viele Silos, dass jede Idee irgendwie irgendwo nicht hineinpasst.

Ach, da fällt mir ein Beispiel ein für etwas, was es dann wieder nicht gibt – das ist mir ganz zufällig über den Weg gelaufen, weil jemand vom Patentamt dafür schwärmte. Ich kann ja nicht hellsehen und weiß kaum mehr als von der Erfindung selbst, aber die passt eben wieder nicht in ein Raster! Bei Audi hat ein bestimmt hochdekoriertes Top-Ingenieur (Mario Rossetti) ein Auto mit mehreren Dachteilen erfunden. Diese Erfindung erlaubt es, einen Karavan in ein Cabrio zu verwandeln – ist das nicht toll? Wenn Sie viel Zeug mitnehmen müssen, ist es ein Karavan, wenn Sie nur in der Sonne chillig fahren, ein Cabrio.

Hier ist die Erfindung im Netz, mit Erfinder und Company:

<https://register.dpma.de/DPMAregister/pat/PatSchrifteneinsicht?docId=DE102014017518A1>

Die gibt es nun schon seit einigen Jahren und ist offensichtlich toll. Und? Gibt es schon eine Studie für den Genfer Auto-Salon? Wieder nichts. Arme Audi AG. Armer Ingenieur. Wir armen Single-Version-Car-Owner.

Kapital wird offenbar von Häkchenzählern verteilt. Die Häkchen hat sich jemand ausgedacht, damit er uns, seinem Chef, der Menschheit oder sich selbst gefällt.