

Die „Höhle“ des Erfolgs

In der Vox-Gründer-Show „Die Höhle der Löwen“ präsentieren junge Unternehmer vor fünf namhaften Investoren und einem Millionen-Publikum ihre Produkte und Ideen. Egal, ob sich die „Löwen“ dann mit Kapital und Erfahrung an den Start-ups beteiligen: Die Sendereihe lohnt sich für alle – selbst für fernsehende Mittelständler, die ihr Portfolio erweitern wollen.

Luisa Mentele und Markus Deibler, Betreiber der Eisdiele Luicella's Ice Cream in Hamburg, hatten Fertigmischungen entwickelt, mit denen Eis auch zu Hause aufbereitet werden kann – ohne Eismaschine. Um ihre Luicella's Eis-Mix-Idee im großen Stil vermarkten zu können, brauchten sie die Unterstützung eines erfahrenen Investors, der mit Geld und Kontakten in ihre Firma einsteigen sollte.

Marc Collinet besaß das Patent für handliche Unterwegs-Toiletten, in denen Urin auslaufsicher zu einem geruchshemmenden Gel gebunden und nach Gebrauch im Restmüll entsorgt wird. Auch Collinet suchte Kapital, um seine kompakten Taschen-Örtchen an Mann, Frau und Kind bringen zu können. Nadine Sydow war es gelungen, einen ökologisch einwandfreien Schutzanstrich gegen Schnecken herzustellen. Werden Pflanzgefäße oder Terrassen mit ihrem Anti-Schnecken-Mittel Schnexagon bestrichen, finden die Tiere keinen Halt mehr

und können das Hindernis nicht überwinden. Die Biologie-Studentin bot 10 Prozent an ihrem schon sehr erfolgreichen Start-up Solvoluta für ein Investment von 500 000 Euro, um weiter expandieren zu können.

Gepitcht wird um Investments und Kontakte

Deshalb bewarben sich Sydow, Collinet, Mentele und Deiber für Auftritte in der TV-Show „Die Höhle der Löwen“, die seit August 2014 vom Fernsehsender Vox ausgestrahlt wird. In die „Die Höhle der Löwen“ wagen sich vor allem Gründer, um ihre Geschäftsideen einem Millionenpublikum und fünf Investoren, den „Löwen“, vortragen zu können. Die „Löwen“ sind Frank Thelen von der Risikokapital-Firma Freigeist Capital, die deutsch-amerikanische Unternehmerin und Teleshopping-Moderatorin Judith Williams, der ehemalige Chef des Finanzdienstleisters AWD, Carsten Maschmeyer, die frühere CSU-Politikerin



Die „Löwen“: Carsten Maschmeyer, Judith Williams, Frank Thelen, Dagmar Wöhrle und Ralf Dümmel (v.li.).

und Staatssekretärin Dagmar Wöhrl, die mit ihrer Familie eine Beteiligungsgesellschaft betreibt, und Ralf Dümmel, geschäftsführender Gesellschafter des Handelsriesen DS Produkte.

In der Gründer-Show, die jeweils mehrere Monate im Jahr immer dienstags läuft, müssen die Kandidaten die „Löwen“ von ihren Produkten und Business-Plänen überzeugen, damit sie sich mit Expertise und Kapital an den Firmen beteiligen. „Mit uns investiert ihr in ein Produkt, das euch gepfefferte Gewinne bescheren wird“, versprochen Anne und Stefan Lemcke zum Auftakt der dritten „Höhle“-Staffel im August 2016. Damals machte ihre Hamburger Geschmacksagentur Ankerkraut mit Grillgewürzen bereits einen Jahresumsatz von einer Million Euro.

„Die Show hat eine wahnsinnige Werbewirkung“

Damals griff „Löwe“ Frank Thelen zu und investierte 300 000 Euro. Im Gegenzug bekam er einen Anteil am Unternehmen. Inzwischen ist Ankerkraut Marktführer bei Grillgewürzen und peilt für 2017 einen Jahresumsatz von zwölf Millionen Euro an. Thelen stieg auch mit 120 000 Euro für 20 Prozent der Unternehmensanteile bei Luicella's ein. Der Hamburger Eisproduzent vertreibt seine Mischungen inzwischen auch über fast 1 500 deutsche Supermärkte, deren Türen Thelen aufgestoßen hat. Und „Löwe“ Ralf Dümmel ließ sich von Nadine Sydows Schnexagon überzeugen und ist heute ihr Firmenpartner.

„Die Gründer profitieren aber hauptsächlich von den hohen Zuschauerzahlen“, sagt Sabrina Schönborn, „denn die Show hat eine wahnsinnige Werbewirkung.“ Mit ihrer Schwester hatte Sabrina Schönborn einen Dessous-Onlineshop namens SugarShape gegründet, über den passgenaue BHs und Bikinis bestellt werden konnten. Die Juroren Judith Williams und Frank Thelen waren von der Idee angetan und wollten zusammen eine halbe Million investieren. Doch der Deal platzte, weil man sich nach der Sendung nicht einig werden konnte. Das kommt offenbar häufig vor, wenn es Probleme mit Patenten gibt oder schon andere Partner mit im Boot sind. „Auch wenn der Deal nicht zustande kam, haben wir nach der Ausstrahlung unseren Kundenstamm vervielfachen können“, freut sich Sabrina Schönborn.

Wenn sich Investoren selbst verkaufen müssen

Wenn die „Löwen“ bei einer Geschäftsidee nicht anbeißen, heißt das noch lange nicht, dass es nicht noch andere Investoren gibt, die sich dafür interessieren. Zahlreiche Unternehmer schauen die „Die Höhle der Löwen“, weil sie Produkte suchen, die möglicherweise in ihre Portfolios passen. Auch bei Marc Collinet hatten sich nach der Sendung mehrere Interessenten für seine Unterwegs-Toiletten gemeldet. „Wir haben uns



Die Gründer von „Schnexagon“ in der Höhle der Löwen.

aber nach dem Auftritt in der „Höhle“ stetig weiterentwickelt und konnten so auf Fremdkapital verzichten.“

Es gibt allerdings auch Produktideen, für die sich gleich mehrere „Löwen“ begeistern und unbedingt investieren wollen. Für Jurorin Dagmar Wöhrl war es neu, „dass ich mich als Investorin dann selbst verkaufen muss – nicht nach dem Motto: Der Gründer will was von dir, sondern: Sieh zu, dass der Gründer dich will.“ Vielfach aber winken die „Löwen“ ab und steigen aus – oder versuchen, über die Beteiligungsanteile zu verhandeln. Das kann sich natürlich auch rächen.

Auch „Löwen“ dürfen sich ärgern

Als im September 2015 die Berliner Brüder und Mathematik-Studenten Raphael und Maxim Nitsche ihre Lernhilfe-App Math42 präsentierten, wollten sie zwei Millionen Euro für einen 20-Prozent-Anteil. Frank Thelen und Vural Öger waren zwar interessiert, deren viel niedrigeres Angebot lehnten die Nitsche-Brüder aber ab. Kurz nach ihrem TV-Auftritt verzehnfachte sich die Zahl der Math42-Downloads auf eine Million, und die Familie Klett, die den gleichnamigen Schulbuch-Verlag betreibt, investierte eine sechsstelligen Summe in das Start-up Cogeon, das Raphael und Maxim mit ihren Eltern gegründet hatten. Am 18. Oktober dieses Jahres haben die Nitsches ihre Firma mit Math42 an den auf Online-Schulbücher spezialisierten US-Konzern Chegg verkauft – für insgesamt 20 Millionen Euro.

Wären die „Löwen“ damals eingestiegen, hätten sie nun ihren doppelten Einsatz zurückbekommen. ■

Almut Friederike Kaspar
Journalistin

