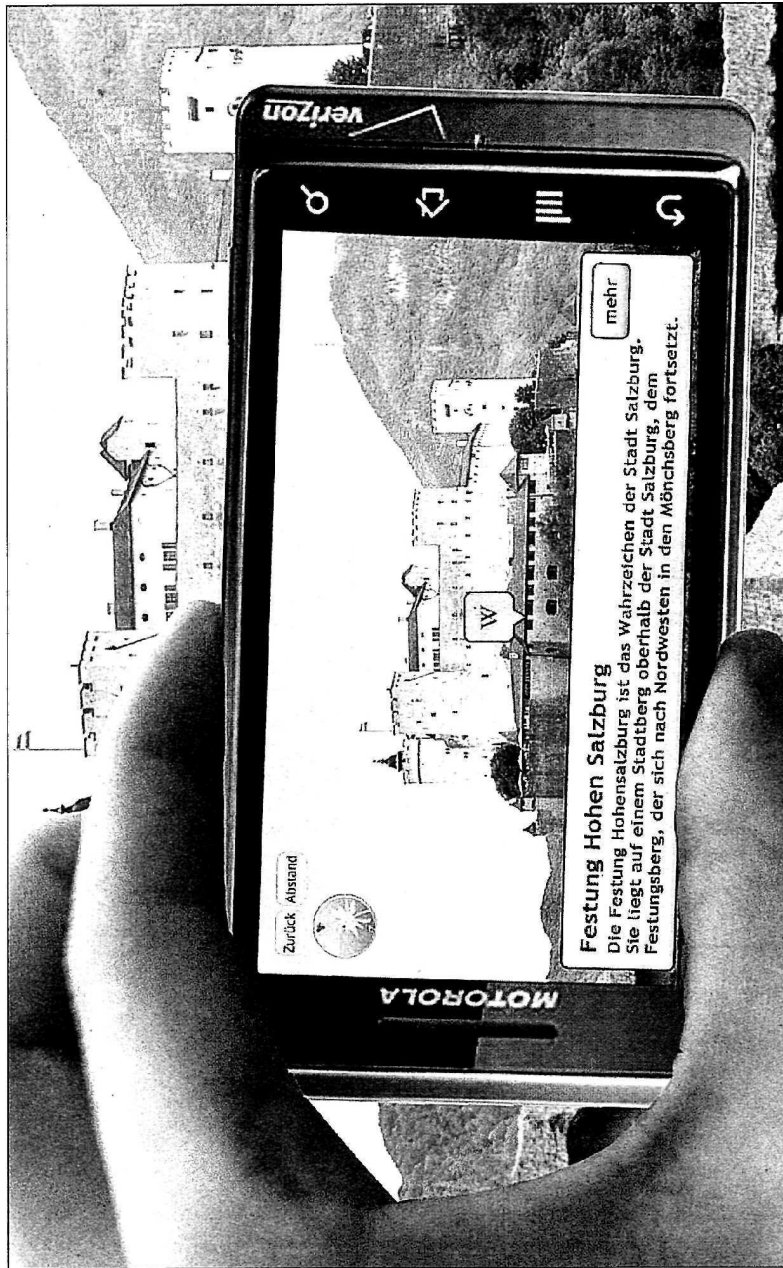


Von der Idee zum erfolgreichen Start-up

Eine gute Idee allein ist keine Garantie für den Erfolg eines Start-ups. Das Ausschöpfen von Fördertöpfen will ebenso gelernt sein wie Unternehmensführung.

Karin Tzschentke

Übers Handy Echtzeit-Infos zu jedem Standort abrufen: Mit ihrem Wikitude-World-Browser hat die Salzburger Firma Mobilizy den Durchbruch geschafft.
Foto: Mobilizy



Wien – Einsam und arm starb er, der Joseph Madensperger. Eines der typischen österreichischen Erfindersicksale. Weil er schließlich kein Geld und keine Führungsrolle hatte, um die von ihm 1874 entwickelte Nähmaschine zu produzieren. Erfolg und schneller Reichtum ist innovativen Köpfen im Österreich des Jahres 2010 auch nicht von vornherein garantiert. Der muss auch im 21. Jahrhundert hart erarbeitet werden. Unternehmen heute bezeichnet werden, ist aber breiter geworden.

Vernetzung und unternehmerische Erfahrung sind für Markus Nennung von Creative Industries Invest wesentliche Faktoren, die aus einer kleinen Bude ein nationales oder gar international interessantes Unternehmen schmieden. Gut zu beobachten im Silicon Valley, wo haufenweise Leute versammelt sind, die sich Projekte zuschieben und Newcomer auf etablierte Unternehmen stoßen.

Vergleichbares gibt es in Österreich. Doch die heimische Förderlandschaft bietet zumindest eine gute Basis, um Geistesblitze auszubringen. Fördertöpfe gibt es viele. Eine Aufstellung dazu findet sich zum Beispiel auf [Startupwiki.at](#), von Christopher Clay, Gründer der Blogseite [soup.io](#), initiiert.

Erste eigene Erfahrungen mit dem künftigen Unternehmertum können Wagemutige auf den Veranstaltungen von [starteuropa.at](#) sammeln. Die von Studenten der WU und TU Wien gegründete Plattform bringt innovative Geister mit Mentoren aus der Wirtschaft zusammen.

Förderungen alleine decken nur 50 Prozent der Kosten für den Marktstart ab, weiß Oliver Holle, CEO von The Manger. „Wer Erfolg haben will, muss möglichst schnell aus dem kleinen Österreich und rein in andere, finanzkräftigere Märkte wie Deutschland, Schweiz oder die USA“, sagt Holle. Sein Unternehmen hat sich gemeinsam mit Markus Wagner von

Die Internetcommunity als Hebamme

Wie es dem Start-up Mobilizy gelang, Risikokapitalgeber auf sich aufmerksam zu machen

Salzburg/Wien – Der Prophet gilt nichts im eigenen Land, sagt ein Sprichwort. Philipp Breuss-Schneeweis ist zwar kein Prophet, sondern Computerwissenschaftler. Ganz verstanden fühlte er sich in Österreich anfangs mit seiner Innovation jedoch auch nicht. Denn „Wozu brauch' ma des?“, konkret eine Smartphone-Anwendung, die mittels GPS-Daten genau errechnet, vor welcher Sehenswürdigkeit man sich befindet und zu dieser Zusatzinformationen wie Wikipedia-Einträge aus dem Internet bereitstellt.

Der Halleiner hat sich von der österreichischen Innovations-Skeptik nicht beeinflussen lassen. Seit sein sogenannter Augmented-Reality-Browser Wikitude 2008 eine Top-50-Auszeichnung bei der Google Android Developer Challenge einheimste, klettert er sukzessive die Leiter zum internationalen Erfolg empor. 2009 wagte er mit der Software den Sprung in die Selbstständigkeit.

Mittlerweile arbeiten bei dem Salzburger Start-up Mobilizy insgesamt zwölf Leute. Zu den Kunden von Mobilizy gehören mittlerweile internationale Konzerne wie Red Bull, Nokia, Ogilvy und Lonely Planet. Ein Mitarbeiter kümmert sich seit kurzem um potenzielle Kunden im kalifornischen Silicon Valley.

Als einer der wichtigsten Katalysatoren bei Innovationen entpuppt sich die Webgemeinschaft. Die von Mobilizy entwickelten Softwareprototypen wurden der großen Nutzergemeinde zum Ausprobieren zur Verfügung gestellt. Rund 500.000-mal wurde Wikitude allein im Jahr 2009 aus dem Internet heruntergeladen. „Damit lässt sich schnell Aufmerksamkeit generieren“, sagt Breuss.

Und die braucht ein junges Unternehmen, um jene anzuziehen, die für den nächsten Entwicklungsschritt, die nationale und internationale Marktbearbeitung, unabdingbar sind: Investoren. Es

sei zwar auch viel Glück dabei gewesen, gibt sich Breuss bescheiden, „aber bei uns hat das super geklappt“. Die österreichischen Risikokapitalgeber Gamma Capital und Tecnet sind diesen Oktober bei Mobilizy eingestiegen. Die Höhe der Beteiligung beziffert Breuss vage mit „zwischen einer und fünf Millionen Euro“.

The „next big thing“ aus der Idenschmiede ist „Wikitude Drive“, Ein Navigationssystem, das ohne Kartenmaterial auskommt. Dem Autofahrer wird über eine eingebautete Kamera der Blick durch die Windschutzscheibe wiedergegeben. Das Echtzeitbild wird von den entsprechenden Zusatzinformationen (Richtungspfeilen) überlagert.

Kann Breuss sich vorstellen, sein „Baby“ eines Tages herzugeben? „Klar. Ein Merger ist ein Thema. Wenn das Investment gut ist, kann man dann mit viel mehr Ruhe zuschauen, wie das Kind erwachsen wird.“ (kat)