

Eigen-Kapitalisten

Finanzierung: Banken? Nein, danke. Drei junge Unternehmer zeigen, wie ein Start-up ohne Fremdkapital zu einem Star am Neuen Markt werden kann.

Junges Unternehmen sucht aktiven und vermögenden Privatinvestor mit mindestens 1,5 Millionen Mark Kapital.“ Dieser Hilferuf erschien vor knapp vier Jahren in der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“.

Cornelius Boersch (31) hatte die Anzeige geschaltet. Er brauchte Geld für die junge Chiphandelsfirma ACG, die er zusammen mit seinem Freund Friedrich von Diest (32) gegründet hatte.

Die beiden Entrepreneurere rechneten mit maximal fünf Antworten. Weit gefehlt: 70 potenzielle Geldgeber schrieben, darunter viele Ex-Vorstände, die mit einem goldenen Handschlag von ihren früheren Arbeitgebern verabschiedet worden waren.

Fünf Business-Angels schaute sich Boersch genau an, Theodor Prümm nahm er. Der damals 42 Jahre alte Prümm war vermögend durch den

Verkauf seiner elterlichen Firma und erfahren durch Managerjobs bei DuPont, AEG und Polaroid.

Warum gerade Prümm? Boersch: „Die Chemie stimmte zwischen uns“, das zeigte sich auch im Nachhinein immer wieder beim abendlichen Bier.

Mit Prümms Geld konnten Boersch und von Diest, die vorher an ihr Erspartes gegangen waren, Konten überzogen und bei Verwandten

Geldnot macht erfinderisch:

Zusammen mit seinem Studienkollegen Friedrich von Diest (I.) hat Cornelius Boersch (M.) Ende 1995 die ACG AG gegründet, mit einem Business-Angel, aber ohne Fremdkapital. Finanzchef Markus Solibieda stieß später dazu und bereitete den Börsengang im Juli vor.

gebettelt hatten, endlich richtig loslegen – und eine interessante Finanzierungsstrategie entwickeln.

Die beiden Jungunternehmer wollten „nie einem Banker erklären müssen, war wir gerade tun“ (Boersch). Also kein Fremdkapital, keine Abhängigkeit von Banken. Sie setzten auf Eigenkapital in stringenter Konsequenz: Erst einen Business-Angel, dann Venture-Capital (VC), schließlich der Börsengang. Und das im Rekordtempo.

Als Anschubfinanzierung hatte Prümms Kapital gerade noch ausgereicht. Doch schon bald war das schnelle Wachstum der ACG aus dem Cashflow nicht mehr zu finanzieren. Deshalb machten Boersch und von Diest schon bald den nächsten Schritt. Anfang 1998 suchten sie eine Venture-Capital-Gesellschaft als neuen Anteilseig-

FOTO: THORSTEN KLAPSCH



ner. Viele Venture-Capital-Firmen sind heute bereit, in der frühen Phase der Finanzierung einzusteigen. Mittlerweile rennen die Fondsmanager erfolgreichen Start-ups fast die Türen ein. Boersch konnte also wieder auswählen. Weil er seine Doktorarbeit über VC-Gesellschaften geschrieben hat, kennt er sich in dem wenig transparenten Markt mit seinen über hundert Anbietern bestens aus.

Fünf VC-Gesellschaften lud er zum sogenannten Beauty-Test. Für sie richtete ACG extra einen Data-Room ein, in dem alle Aktenordner lagerten, die den VC-Gesellschaften als Unterlage für die ausführliche Unternehmensprüfung (Due Diligence) dienten.

Für zwei VC-Firmen entschied sich Boersch: Für 3i, einen der Marktführer, weil es gut fürs Image ist. Und für die relativ unbekanntere Wellington Finanz, weil sie Expertise im IT-Bereich und ein gutes Netzwerk in dieser Branche hat.

Im Sommer 1998 beteiligten sich 3i mit 20 Prozent und Wellington mit 8 Prozent an der ACG AG. „Damals dachten wir überhaupt noch gar nicht an ein Going-Public“, bekennt Wellington-Manager Frank Böhnke. Normalerweise bleiben VC-Firmen drei, vier Jahre in einem Unternehmen. Erst dann erfolgt der Börsengang, bei dem die Venture-Capital-Gesellschaft ihre Anteile verkauft.

Doch Boersch und sein junges, ehrgeiziges Team setzten sich auch über diese Gepflogenheit hinweg. Der Markt boomte. ACG sollte kräftig wachsen. Sie wollten ein weltweites Vertriebsnetz aufbauen. Dazu brauchten sie Geld, viel Geld. Aber keines von Banken.

Boersch verfolgte seinen Eigenkapitalkurs weiter. Anfang dieses Jahres entschied er sich für den Neuen Markt. Rund 30 Prozent des Kapitals sollten dort angeboten werden.

Nur vier Monate kalkulierte Boersch als Vorbereitungszeit für den Börsengang. Ein sehr ehrgeiziger Fahrplan. „Unglaublich spannend“ sei diese Phase gewesen, sagt

Boersch. Noch nie habe er in so kurzer Zeit so viele interessante Leute kennen gelernt.

Die wichtigsten waren natürlich die Banker. ACG wählte aus zehn Kandidaten die Credit Suisse First Boston (CSFB) als Konsortialführer. Der im Börsengeschäft erfahrene Wellington-Manager Böhnke half bei der Auswahl. Für CSFB sprach, „dass sie den besten Analysten haben“ (Boersch) und dass sie noch

À la carte

ACG – ein junges Unternehmen mit drei kleinen Töchtern

Die ACG AG in Mainz-Bodenheim hat rund 70 Mitarbeiter. Sie kaufen weltweit Chips ein und verkaufen sie an Chipkartenhersteller weiter. Der Umsatz im ersten Geschäftsjahr 1996 betrug 270 000 Mark, dieses Jahr werden 54 Millionen Mark erwartet. Die Firma hat bereits Niederlassungen in Prag, São Paulo und Singapur.

keine Börseneinführung am Neuen Markt gemacht hatte. CSFB würde sich also, so hoffte Boersch, schon allein aus Prestige Gründen besonders anstrengen.

„Äußerst bürokratisch“ – so beschreibt Boersch die Phase vor dem Börsengang. Ein vierköpfiges Projektteam steuerte bei ACG die Vorbereitungen. Boersch selbst war in den vergangenen Wochen nur noch für die Emission unterwegs. Auf Roadshows und in Interviews kam der eloquente junge Mann, der die ACG-Story gut verkaufen kann, offenbar an.

Die ACG-Aktie notierte am 1. Juli, dem ersten Börsentag, bei 65 Euro und damit 19 Euro über dem Emissionspreis von 46 Euro. Durch den Börsengang kamen knapp 60 Millionen Mark in die Kassen des Unternehmens.

Eine stolze Summe für jemanden, der vor knapp vier Jahren noch betteln gehen musste. **Wolfgang Hirn**