



**Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Lehrstuhl für Electronic Business,  
Multimedia Campus Kiel, Westring 431-451, D-24118 Kiel**

---

## **Pressemitteilung**

---

### **„Risikomanagement für Business Angels“**

*Ergebnisse einer Befragung zu den Strategien  
für ein erfolgreiches Investment*

Im Bestreben, ein möglichst erfolgreiches Investment zu tätigen, werden von Business Angels die Argumente für und gegen ein Engagement bei einem jungen Unternehmen intensiv abgewogen. Ziel ist es, die möglichen Risiken frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und möglicherweise schon im Vorfeld der Investmententscheidung abzubauen. Hintergrund ist die Tatsache, dass wahrgenommene Risiken zu Unsicherheiten führen, die ein Engagement mit Know-how und Kapital verhindern können. Aus diesem Zusammenhang heraus ergeben sich folgende interessante Fragen:

- Wie gestaltet sich das Risikomanagement von Business Angels?
- Welche Risiken werden als besonders bedeutsam angesehen?
- Mit welchen Strategien kann man den Risiken begegnen?

Was liegt für die Beantwortung dieser Fragen näher, als aktive Business Angels in Deutschland und der Schweiz zu befragen. Genau dies wurde in der vorliegenden Studie „Risikomanagement für Business Angels: Strategien für ein erfolgreiches Investment“ getan. Die Ergebnisse geben für aktive und zukünftige Privatinvestoren einen konkreten Hinweis über die Einschätzung und Bekämpfung der Risiken bei Investments in junge Unternehmen.

Die Studie basiert auf einer Befragung von 116 aktiven deutschen und Schweizer Business Angels. Diese hatten im Schnitt 168 Businesspläne erhalten und davon etwa jeden fünften einer genaueren Prüfung unterzogen. Im Durchschnitt wurden 16 konkrete Beteiligungsgespräche geführt und 4 Investments getätigt, von denen 1,5 erfolgreich waren. Die befragten Business Angels investierten ca. 40 Stunden pro Monat in ihre Tätigkeit.

Es wurden verschiedene persönliche Risiken sowie Risiken bezüglich des Investitionsobjekts identifiziert. Betreffend die Personenebene hatten im Schnitt nicht die finanziellen oder zeitlichen Risiken die höchste Bedeutung für die Einschätzung des Gesamtrisikos, sondern das Risiko des Imageverlustes. Business Angels haben also mehr Angst um ihr persönliches Ansehen als um den Verlust des eingesetzten Kapitals, wobei sich hier Unterschiede zwischen "New Comern" und "Old Rabbits" zeigten. Bei den "Old Rabbits" stand das finanzielle Risiko mehr im Vordergrund, möglicherweise deshalb, weil die Business Angel-Tätigkeit ein echter Nebenerwerb geworden war. Die große Bedeutung der sozialen bzw. psychologischen Risiken wurde auch als Begründung für die weitgehende Zurückhaltung hinsichtlich der Bekenntnis zur Business Angel-Tätigkeit gewertet. Betreffend die mit dem Investitionsobjekt verbundenen Risiken wurden insbesondere finanzrelevante Punkte wie Cash-flow-Orientierung, Liquiditätsplanung, Controlling und zielorientierte Mittelverwendung besonders hoch bewertet.

Hinsichtlich des Risikomanagements wurden folgende Strategien identifiziert: Evaluationsstrategie (Versuch einer Überprüfung von Bewertungskriterien), Informationsstrategie (Erhöhung des Wissensstandes zu den Bewertungskriterien), Vertragsstra-

ategie (entsprechende Vereinbarungen im Beteiligungsvertrag), Kooperationsstrategie (Syndizierung), Ergebnisstrategie (Vorgehen gemäß Milestones), Managementstrategie (persönlicher Einsatz des Business Angels im operativen Geschäft) sowie Netzwerkstrategie (Nutzung des bestehenden Kontaktnetzwerkes). Die Antworten auf die Frage, welche Strategien zur Anwendung kommen, zeigen Unterschiede zwischen "Old Rabbits" und "Newcomern". Bei den "Old Rabbits" standen Evaluationsstrategie, Kooperationsstrategie und Netzwerkstrategie im Vordergrund, bei den "Newcomern" Ergebnisstrategie und Managementstrategie.

Die Studie kann gegen eine Schutzgebühr von 20,00 € unter der Rufnummer 0431/7097625 bestellt werden.

**Allgemeine Informationen zum Lehrstuhl und Lehrstuhlinhaber:**

**Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann** ist Inhaber des Lehrstuhls für Electronic Business an der *Universität Kiel – Multimedia Campus Kiel* und kann auf weitreichende wissenschaftliche und praxisrelevante Erfahrungen auf diesem Gebiet zurückgreifen. Er ist erfolgreicher Autor zahlreiche Fach- und Praxisbeiträge in nationalen und internationalen Zeitschriften bzw. Sammelbänden und war u.a. einer der Gründungsgesellschafter des derzeit größten virtuellen Marktplatzes für den Gebrauchtwagenhandel – *autoscout24*. Sein **Lehrstuhl für Electronic Business** ist einer der führenden Anlaufpunkte für alle Fragen rund um elektronische Geschäftsprozesse im nationalen und internationalen Umfeld. Im Rahmen der praxisorientierten Ausrichtung wird ein Schwerpunkt auf die Gründung und Finanzierung neuer Start-ups in der Net Economy gelegt (E-Venture).

Weitere Informationen im Internet:  
[www.ebusiness-lehrstuhl.de](http://www.ebusiness-lehrstuhl.de)  
[www.multimedia-campus-kiel.de](http://www.multimedia-campus-kiel.de)

**Kontakt:**

Univ.-Prof. Dr. Tobias Kollmann, Lehrstuhl für Electronic Business,  
Universität Kiel – Multimedia Campus Kiel, Westring 431-451,  
D-24118 Kiel, Tel: 0431/7097-620, Fax: 0431/7097-630,  
E-Mail: [t.kollmann@mmc-kiel.com](mailto:t.kollmann@mmc-kiel.com)

**Zu Veröffentlichung freigegeben: Kiel, 19. Oktober 2004**

Bei Veröffentlichung dieser Presse-Info senden Sie uns bitte bei Print-Medien ein Belegexemplar bei Online-Medien eine E-mail mit dem entsprechenden Link zu.  
Besten Dank.