

Eines der ersten Internet-Start-ups gründen, klassische Dotcom-Fehler, Innovation in Österreich, das Unternehmerleben zwischen Abgrund und internationalem Erfolg und österreichische Lokalkaiser. Der österreichische Entrepreneur Oliver Holle im Gespräch mit *economy*.

Innovativ und halbwegs seriös

Christian Czaak

Die Internet-Zeitrechnung beginnt mit 1989, als Tim Berners-Lee das WWW am Institut CERN in Genf entwickelt. Oliver Holler gründet 1992 mit 22 Jahren das erste Start-up im Bereich Internet-Dienstleistungen, baut mit 28 Jahren das Unternehmen mit Venture-Capital aus, kauft dann alle Anteile wieder zurück und gründet 2004 mit zwei anderen kleinen Unternehmen im Bereich Mobile Medien 3united. 2006 folgt schließlich der Verkauf an die amerikanische Veri Sign um rund 55 Mio. Euro. Anstatt am heimatischen Wörthersee Wasserski zu fahren, gibt der erfolgreiche Entrepreneur nun mit seiner Firma The Merger seine Erfahrungen weiter.

economy: *Wie kam es zu diesem Betätigungsfeld, und wie war das Umfeld in Ö seinerzeit? Damals konnte es ja passieren, dass Visionären ein Arzt empfohlen wurde.*

Oliver Holle: 1992 gab es kein Internet in Ö, sondern nur CD-Rom-Multimedia in kleinen überschaubaren Zirkeln, von Silicon Valley oder weltweiten Geschäften noch keine Spur. Bei uns war es eine Studentenfreundschaft, die sich langsam in ernsthafte Projekte und dann letztlich mit dem Dotcom-Boom 1999 in eine große wirtschaftliche Opportunity entwickelte. Damals galt es, sich zu entscheiden. Wir waren sehr früh dran und entsprechend attraktiv für Investoren.

In der Historie von Sysis zeigt sich, dass die weitere Unternehmensentwicklung 1999 über Venture-Capital (VC) passiert ist. Welche Erfahrungen hast du dabei in Ö gemacht? Warum VC und nicht Forschungsförderung?



„Venture Capital gibt es in Österreich kaum, das vorhandene Privatkapital hat Angst vor Frühphasen in der Gründung, da das unternehmerische Verständnis fehlt. Es fehlen Netzwerke und Brückenbauer.“ Foto: Andy Urban

Wir haben immer beides versucht, wobei Forschungsförderung ohne Eigenkapital nur bedingt möglich ist und vor allem nur bis zur Produkteinführung läuft. Die teure, kritische Phase, in den Markt zu gehen, bleibt unfinanziert, insofern hatte man mit einer Nischenpositionierung wie Sysis damals gar keine andere Wahl als VC oder eine Bankenfinanzierung. Zweiteres gab es nicht wirklich, also blieb nur VC. Wir waren zum richtigen Zeitpunkt da, und es war eigentlich sehr einfach, wenn man innovativ und halbwegs seriös war.

„Es gibt keine heimische Industrie, die es gewohnt ist, von lokalen Start-ups Innovationen zu kaufen.“

VC wurde auch für die Internationalisierung verwendet. Innerhalb kurzer Zeit wurde in D, US und UK expandiert. Welche Herausforderungen sind bei einer derart raschen vertrieblichen Expansion zu beachten?

Marc Andreessen schreibt, dass

viele Start-ups overventured sind und deswegen zu früh expandieren, bevor es einen eigentlichen Produktmarkt gibt. Das war bei uns auch so, und daran sind wir fast zugrunde gegangen. Weiters haben wir im ersten Anlauf alle klassischen Dotcom-Fehler gemacht: zu teures Vertriebspersonal mit nur klassischer Verkaufserfahrung, die über ein Jahr lang nix verkauften, bevor man sich von ihnen trennte. Teure Niederlassungen vor Ort, bevor langfristige Kundenbeziehungen da waren. Viel besser lief es im zweiten Anlauf mit 3united: Wir haben ein starkes Management in Österreich aufgebaut, damit sich das Gründerteam hundertprozentig auf strategischen Vertrieb und Internationalisierung konzentrieren konnte.

Auch der Mitarbeiterstab wuchs entsprechend rasch. Welche Erfahrungen gab es damit?

Bevor es kein funktionierendes mittleres Management gibt, bringt Wachstum nichts. Wenn schon, dann muss man versuchen, funktionierende Teams einzukaufen, auch wenn

man Anteile abgeben muss. *Mitten in die Wachstumsperiode kam dann ab 2001 der Dotcom-Crash, und genau in der Phase haben die Sysis-Gründer ihre VC wieder ausgekauft. Hatten diese Angst um ihr Investment oder war das beabsichtigt?*

Der Auskauf kam erst später, 2002, nachdem Sysis über zwei Jahre quasi am Abgrund entlanggelebt hat. Zu dem Zeitpunkt musste sich für das Gründerteam etwas am Anreizsystem ändern, um weiter dieses Risiko zu fahren, und dem haben die Investoren zugestimmt.

Du hast mit Sysis 2001 den Staatspreis für Multimedia und E-Business gewonnen. Hatte das positive Auswirkungen, und wenn ja, welche?

Es war auf jeden Fall positiv, vor allem für das Selbstbewusstsein des Teams, und ein bisschen auch im offiziellen Österreich. Schade dabei war nur, dass dies einem Produkt – nämlich dem Xmas Agent – galt, dem 2001 durch die Dotcom-Blase der Markt vollständig weggebro-