

Nummer erfolgreich portiert

Investoren verkaufen blau Mobilfunk GmbH an KPN

2005 war ein turbulentes Jahr für den deutschen Mobilfunkmarkt, in dem sich neben Netzbetreibern und Service-Providern eine dritte Gruppe von Anbietern zu etablieren begann: Discounter, die mit radikal vereinfachten Tarif- und Vertriebsmodellen – „no frills“, keine Kinkerlitzchen – und deutlich niedrigeren Preisen den Kampf um die Kunden aufnahmen. Den Anfang machte E-Plus mit der Tochtergesellschaft simyo.

Auf einer Podiumsdiskussion musste sich der damalige E-Plus-Geschäftsführer Uwe Bergheim deshalb von seinem O₂-Kollegen Rudolf Gröger sagen lassen, dass er doch nicht mit dem Feuerzeug einen Benzintank ausleuchten könne – dabei hatte O₂ schon einige Monate zuvor mit dem sogenannten Tchibo-Tarif ebenfalls ein Discount-Modell auf den Weg gebracht. Nachdem auch Serviceprovider Debitel in den Ring gestiegen war, startete im September 2005 mit der blau Mobilfunk GmbH (blau.de) der erste unabhängige Mobilfunkdiscounter, den die Investoren jetzt an die E-Plus-Muttergesellschaft KPN veräußert haben.

Der richtige Zeitpunkt

Die drei Gründer, Dirk Freise, Thorsten Rehling und Martin Ostermayer, hatten die Pläne für das Unternehmen schon über drei Jahre in der Schublade, doch stießen sie bei den Netzbetreibern zunächst auf wenig Interesse: Der Mobilfunkmarkt war



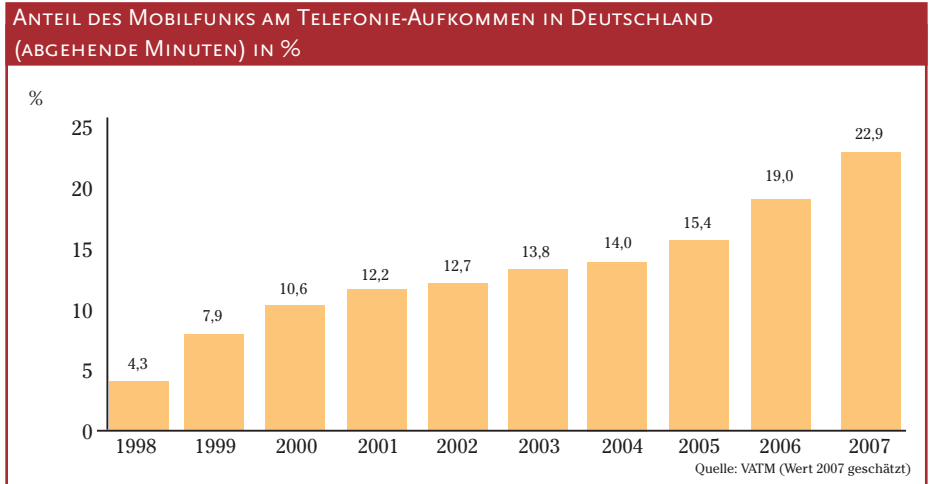
Matthias Grychta, Neuhaus Partners

noch nicht an seine Sättigungsgrenze gestoßen, Wachstum war über das Neukundengeschäft noch möglich. Erst 2005 entsprach die Zahl der im Umlauf befindlichen SIM-Karten mit 80 Millionen nahezu der Größe der Bevölke-

rung. „Zu diesem Zeitpunkt haben wir uns entschlossen, blau.de ins Leben zu rufen, obwohl noch kein Vertrag mit einem der großen Netzbetreiber abgeschlossen war“, erinnert sich Matthias Grychta, Managing Partner bei der Neuhaus Partners GmbH, die gemeinsam mit den Gründern die Startfinanzierung bestritt. Die Investoren waren alte Bekannte, die schon 2000 bei Gründung, Aufbau und schließlich 2002 beim Verkauf des Mobilfunkportals Handy.de an Bertelsmann erfolgreich zusammengearbeitet hatten. Auch dieses Mal bewiesen sie ein glückliches Händchen, denn schon kurz nach der Gründung von blau.de konnte der Vertrag mit dem Netzbetreiber E-Plus unter Dach und Fach gebracht werden.

Das richtige Modell

Obwohl sich die Marktpenetration der 100%-Marke näherte, konnte Deutschland 2005 noch nicht als reifer Mobilfunkmarkt angesehen werden: Im europäischen Vergleich lagen die Tarife deutlich höher und der Anteil des Mobilfunks am gesamten Telefonaufkommen war erheblich niedriger. Das begann sich erst mit dem Auftreten der virtuellen Netzbetreiber deutlich zu verändern (siehe Grafik), seit 2005 sank der Verbraucherpreisindex Mobilfunkdienstleistungen des Statistischen Bundesamtes von 100 auf 89,5 im Jahr 2007. Die No-Frills-Anbieter und Reseller wie Aldi oder Tchibo konnten seither über acht Millionen Kunden gewinnen, und blau-Geschäftsführer Martin Ostermayer ist sich sicher, dass das Ende der Fahnenstange damit noch lange nicht erreicht ist: „Derzeit haben 10 bis 11% der deutschen Mobilfunkkunden einen Dis-



KURZPROFIL: BLAU MOBILFUNK GmbH

GRÜNDUNGSJAHR: 2005

BRANCHE: MOBILFUNK

UNTERNEHMENSSTZ: HAMBURG

MITARBEITERZAHL: 60

UMSATZ 2007: 42 Mio. Euro

countvertrag, ich gehe davon aus, dass es Ende 2010 etwa 20% sein werden. Auch heute liegt Deutschland im europäischen Vergleich noch zurück, in Österreich beispielsweise entfallen bereits über 60% des Telefonie-Aufkommens auf den Mobilfunk.“

Das richtige Angebot

Anfang 2006 stieg der kuwaitische Investor Ali al-Sabah mit seiner Private Equity-Gesellschaft Al-Fawares bei blau.de ein, ein halbes Jahr später kam es zu einer weiteren Finanzierungsrunde mit Heliad Equity Partners. Ende 2006 übernahm blau.de die Kunden von Debitel-light, im Gegenzug erhielt die Debitel AG 24,9% der blau-Anteile. Über die Gesamthöhe aller Investments bewahrt Grychta Stillschweigen, sagt aber, „dass es nur ein Bruchteil dessen gewesen sein kann, was in andere Gesellschaften geflossen sein muss, wenn man sich deren Marketingaufwendungen ansieht.“ Mit dem Verkauf an KPN, der, wie auch die Transaktionen zuvor, von Corporate Finance Partners als M&A-Berater begleitet wurde, haben die Investoren ein „attraktives Angebot angenommen“ so Ostermayer, und Grychta ergänzt: „Wir haben lange überlegt, ob wir die nächste Wachstumsphase noch mitmachen, haben uns dann aber entschlossen, das günstige Zeitfenster zu nutzen.“ Wie attraktiv das Angebot tatsächlich war, wollen sie allerdings nicht beziffern. Die in der Presse kolportierte Summe von 80 bis 100 Mio. Euro bestätigt Grychta nicht, sagt aber, dass die Zahlen nicht völlig aus der Luft gegriffen seien: „Wer weiß, wie ähnliche Transaktionen zuvor gelaufen sind, kann sich das ungefähr ausrechnen.“ Für Ostermayer und seine Kollegen geht es weiter wie gehabt: Die blau Mobilfunk GmbH bleibt als eigene Gesellschaft bestehen: „Natürlich werden in der einen oder anderen Form Konzernsynergien zum Tragen kommen, aber für den weiteren Geschäftsausbau suchen wir allein für das laufende Jahr noch 20 Mitarbeiter.“ ■



Martin Ostermayer, blau Mobilfunk

„Wir haben lange überlegt, ob wir die nächste Wachstumsphase noch mitmachen, haben uns dann aber entschlossen, das günstige Zeitfenster zu nutzen.“ Wie attraktiv das Angebot tatsächlich war, wollen sie allerdings nicht beziffern. Die in der Presse kolportierte Summe von 80 bis 100 Mio. Euro bestätigt Grychta nicht, sagt aber, dass die Zahlen nicht völlig aus der Luft gegriffen seien: „Wer weiß, wie ähnliche Transaktionen zuvor gelaufen sind, kann sich das ungefähr ausrechnen.“ Für Ostermayer und seine Kollegen geht es weiter wie gehabt: Die blau Mobilfunk GmbH bleibt als eigene Gesellschaft bestehen: „Natürlich werden in der einen oder anderen Form Konzernsynergien zum Tragen kommen, aber für den weiteren Geschäftsausbau suchen wir allein für das laufende Jahr noch 20 Mitarbeiter.“ ■

Bernd Luxa
redaktion@vc-magazin.de

Flucht aus dem Early Stage Venture Capital

Zum Autor



Falk F. Strascheg ist als Gründer der Technologieholding und der Extorel Private Equity Advisers GmbH sowie als ehemaliger Präsident der European Venture Capital Association (EVCA) einer der bekanntesten Venture Capitalisten Deutschlands.

Die Ankündigung der 3i, keine Venture Capital-Investitionen mehr zu machen, schlug in der VC-Branche wie eine Bombe ein. Dabei ist dieser Trend nicht neu. Apax hat sich schon länger lautlos aus dem VC-Geschäft verabschiedet. Eine Index Venture ist ebenfalls die Ventures leid und geht nun in das Growth Capital-Geschäft für gestandene Unternehmen.

Auch die jüngsten Statistiken unterstreichen diesen Trend. Vorläufige Zahlen der EVCA zeigen von 2006 auf 2007 einen Rückgang der Seed- und Early Stage-Investitionen von 8,3% auf 4,3% der in der Höhe fast unverändert gebliebenen gesamten Private Equity-Investitionen. Auch in Deutschland gibt es ähnliche Zahlen für den gesamten VC-Bereich. Die Investitionen reduzierten sich von 1.272 Mio. Euro 2005 auf 1.038 Mio. Euro 2006 auf mickrige 840 Mio. Euro 2007. Nicht unerwähnt soll dabei bleiben, dass der Early Stage-Bereich sogar leicht anstieg und der Seedbereich von sieben Mio. Euro 2005 auf 50 Mio. Euro 2007 kletterte. Dem High-Tech Gründerfonds sei es gedankt.

Ein Grund dafür sind sicherlich die in den letzten Jahren erzielten Renditen. Laut Thomson liegt der Mittelwert für die VC-Rendite über zehn Jahre bei lächerlichen 1,8%. Dies ist der niedrigste Wert der mir zur Verfügung stehenden Statistiken, die immerhin bis 1991 reichen. Nicht unbedingt ein Ansporn, in Venture Capital zu investieren.

Trotzdem bin ich der Meinung, dass man bei konsequenter Auswahl von Venture Capital-Fonds auch im VC-Sektor noch gute Renditen erzielen kann. Man kann aus der Not auch eine Tugend machen. Jetzt investieren, da wenig Geld im Markt ist und dadurch die Einstiegsbewertungen niedrig sind. ■