

Neuer Aufschwung im Silicon Valley

Die Zahl der Firmen Gründungen steigt wieder / Das neue Zauberwort heißt Umweltschutz / Von Roland Lindner

John Ricci ist an Großspürigkeit gewöhnt. Aber in jüngster Zeit häuft es sich. Ricci hört sich jeden Monat so um die 30 Jungunternehmer im Silicon Valley an, der kalifornischen Technologiehochburg zwischen San Francisco und San Jose. Das sind meistens Gründer, die mit ihren Unternehmen noch in der frühen Startphase sind. Ricci hat einen Kreis von mehreren Dutzend Privatinvestoren um sich geschart, die Gründern ihr erstes Startkapital geben, sogenannte Business Angels. Die Jungunternehmer kommen erst zu Ricci, und er filtert dann im Monat vier bis fünf heraus, die er den anderen Investoren vorstellt. Ricci beobachtet einen Wandel beim Auftreten der Gründer: Manche kommen ein bisschen aufgeblasen und wichtig-tue-risch daher, meint er: „Die tun dann so, als ob sie unser Geld eigentlich gar nicht nötig haben.“ Das gelte vor allem in den derzeit besonders angesagten Gebieten der Technologiebranche: zum Beispiel alles, was mit Video zu tun hat, so wie die Seite Youtube. Oder alles, was in den Bereich „soziale Netzwerke“ fällt wie Myspace oder Facebook. Oder das neue Zauberwort „Cleantech“, also Technologien im Bereich Umweltschutz.

Gibt es eine neue Selbstüberschätzung im Silicon Valley? Auf jeden Fall gibt es wieder ein stilles Selbstbewusstsein, und Gründer stellen ihre Zukunft in leuchtenden Farben dar: „Gut möglich, dass wir vor einem Börsengang ein Übernahmeangebot bekommen, das wir nicht ausschlagen können“, sagt zum Beispiel Guillaume Cohen, Gründer des auf Videodienste spezialisierten Unternehmens Veodia in Palo Alto im Herzen des Silicon Valley. Auch Kathy Fisher ist hoffnungsfroh: „Dieses Unternehmen kann riesengroß werden“, sagt die Gründerin des sozialen Netzwerks Zortal, das in Mill Valley etwas nördlich von San

Das Silicon Valley ist mit klingvollen Namen verbunden: Cisco Systems, Sun Microsystems, Intel, Network Appliance oder Adobe. Sie alle sind längst etabliert. Der Nachschub an jungen Unternehmen schien zu versiegen. Das hat sich geändert. Das Silicon Valley ist wieder die Erfinderküche, als die es Weltruhm erlangte. Die Euphorie ist heute nicht so groß wie damals, aber vielversprechende Gründungen sind allemal auch heute wieder dabei.

arden Dollar in Unternehmen und damit 8 Prozent mehr als 2005. So viel wurde seit dem Jahr 2001 nicht mehr ausgegeben. Fast die Hälfte des Gesamtbeitrags entfällt auf Kalifornien, und hier wiederum stellt das Silicon Valley den weitaus größten Teil. Im ersten Quartal dieses Jahres – dem jüngsten Zeitraum, für den Zahlen verfügbar sind – gab es wieder einen Zuwachs von 8 Prozent.

Der neue Boom weckt freilich böse Erinnerungen an die letzte Technologieblase. Jede noch so abseitige Idee schien damals Geldgeber zu finden. Gewinne und andere althergebrachte Kennzahlen interessierten nicht wirklich. Schick war es dagegen zum Beispiel, mit einer hohen Zahl von „Eyeballs“ anzugeben, also Augenpaaren von Nutzern, die man auf seine Internetseiten ziehen kann. Wie man die Eyeballs zu Geld macht, galt als geradezu ketzerische Frage. Das

ternetmarktplatz Ebay verkauft hat. Thiel investiert heute als Wagniskapitalgeber in andere junge Firmen und hat außerdem einen Hedge-Fonds gegründet. Auch Veodia-Gründer Guillaume Cohen meint, es wird heute nicht annähernd so wie früher über die Stränge geschlagen. „Natürlich finden ständig irgendwelche Veranstaltungen statt. Aber heute gibt es dann halt eher Pizza und Bier anstelle von Kaviar und Champagner so wie früher. Das Ganze ist viel nüchterner und zweckgebunden. Es geht darum, Kontakte zu knüpfen oder sich Investoren zu präsentieren.“

Cohens Unternehmerroutine war bislang wenig glamourös. Um in der Startphase das Geld zusammenzuhalten, hat der 30 Jahre alte gebürtige Franzose seine Wohnung in San Francisco aufgegeben, ist mit seiner Verlobten bei den künftigen Schwiegereltern in Palo Alto eingezogen und hat sich von ihnen beko-

vestitionsfreude recht leichtgetan. Startkapital von Business Angels einzusammeln, bis Februar dieses Jahres insgesamt 1,2 Millionen Dollar. Das reichte erst einmal, um Büros in der Innenstadt von Palo Alto anzumieten und mehr Mitarbeiter einzustellen. Mittlerweile hat Veodia zehn Beschäftigte, der Videodienst soll im Schlussquartal dieses Jahres offiziell an den Start gehen, und Cohen hat nach eigenen Worten eine Handvoll großer amerikanischer Unternehmen als Kunden gewonnen, die für erste Umsätze sorgen. Jetzt plant er die nächste Finanzierungsrunde mit professionellen Wagniskapitalgesellschaften, und es stehen größere Beträge zur Debatte. 6 bis 8 Millionen Dollar will er einsammeln. Die bisherigen Gespräche laufen gut, sagt Cohen: „Wir werden zu zweiten oder dritten Terminen eingeladen.“ In 18 bis 24 Monaten avisiert er eine weitere Finanzspritze, „und kurz danach

ein Börsengang“, sagt sie. Für Fisher ist es schon ihr zweites Unternehmen, in den neunziger Jahren hat sie eine Leasing-Firma gegründet und hat damit gutes Geld verdient. Zortal ist eine Art Myspace für Kinder: Eltern können damit Termine ihrer Kinder in Sportvereinen verwalten, und die Kinder können untereinander kommunizieren. Die Seite hat rigorose Sicherheitswände, um unerwünschten Zugriff und Missbrauch zu verhindern. Die Idee für das Unternehmen ist im Alltag entstanden. Fisher hat einen Internet-Terminplaner für die Schule entwickelt, in die eines ihrer vier Kinder ging. „Wir haben überwältigende Reaktionen darauf bekommen. Vor unserer Haustür lagen auf einmal Dankeschreiben und Geschenkkörbe von Eltern.“ Dabei handelte es sich nicht um irgendwelche Eltern: „Hier in der Gegend ist fast jeder ein Vorstandsmitglied“, sagt die 48 Jahre alte Fisher über ihren noblen Wohnort Mill Valley, und mehrere Manager hätten zu ihr gesagt: „Ihr solltet daraus ein Unternehmen machen.“

Ohne Blasen gibt es keinen Fortschritt

Also wagte sie im Jahr 2004 den Sprung ins kalte Wasser und sammelte rund 1,2 Millionen Dollar von Business Angels ein. Den Durchbruch soll Zortal in diesem Jahr schaffen: Fisher hat zwei große amerikanische Sportverbände für Hallenfußball und Wasserball als Kunden gewonnen, bis zum Jahresende will sie 300 000 registrierte Nutzer haben, derzeit sind es 40 000. Umsätze will Zortal mit Registrierungsgebühren, Werbung und dem Verkauf von Teamkleidung erzielen. In drei Jahren soll es ein hoher zweistelliger Millionenbetrag sein. Derzeit sucht sie nach Investoren für die nächste Finanzierungsrunde und stößt damit nach eigener Aussage auf gute Resonanz: „Wagniskapitalgesellschaften haben uns gesagt, wir könnten in drei Jahren an die Börse gehen.“

Dennoch, bislang halten sich Börsengänge von Technologieunternehmen aus dem Silicon Valley noch in Grenzen – im Gegensatz zu den späten neunziger Jahren, als es einen wahren Ansturm an die Börse gab. Viele Unternehmen werden stattdessen vor dem Börsengang aufgekauft, wie etwa Myspace oder Youtube. „Deshalb kann man auch nicht von einer Börsenblase sprechen“, sagt Investor Peter Thiel. Das Risiko liege derzeit weniger bei den Kleinanlegern, sondern bei den professionellen Investoren. Und aus Investorensicht sieht Thiel durchaus eine gewisse Überhitzungsgefahr: „Es gibt zu viel Geld von Wagniskapitalgebern, das hinter zu wenigen Unternehmen herjagt.“ Der Effekt: Auch für Unternehmen aus der zweiten Reihe sei es leicht, Geld zu günstigen Konditionen zu bekommen. Zudem hält Thiel aber auch die Gefahr, als Investor eine Niete zu ziehen, heute für geringer als damals: „Mir kommt die Gründerszene heute allgemein robuster vor. Die Unternehmen haben klarere Vorstellungen davon, wie sie aus ihren Ideen echte Umsätze und Gewinne machen.“ Außerdem gebe es bis heute noch immer nicht so viele Gründerunternehmen wie damals während der Technologieblase.

Thiel ist freilich selbst alles andere als ein Tiefstapler und hat kürzlich mit einer atemberaubend hohen Bewertung für ein Unternehmen aus seinem Portfolio für Aufsehen gesorgt: Die Online-Gemeinde Facebook sei bis zu 10 Milliarden Dollar wert, sagte er. Der gebürtige Deutsche war der erste Investor bei Facebook und hält bis heute einen Anteil von fast 10 Prozent. Nach einem Bericht des „Wall Street Journal“ rechnet Facebook in diesem Jahr mit einem Umsatz von 150 Millionen Dollar und einem Nettogewinn von 30 Millionen Dollar. Das Unternehmen selbst nennt keine Zahlen.

Bill Miller hört sich die Sorgen um eine mögliche neue Überhitzung in der Technologiebranche mit einer gewissen Gelassenheit an. Miller entspricht mit seinen 81 Jahren vielleicht nicht ganz der typischen Vorstellung von einem Silicon-Valley-Unternehmer, aber er hat hier schon drei Unternehmen gegründet. Das jüngste heißt Nanostellar, sitzt in einem schmucklosen Büroklott in Redwood City und zählt sich zum derzeit so begehrten Cleantech-Sektor. Nanostellar stellt Edelmetallmischungen für den Einsatz in Autokatalysatoren her, die dazu beitragen sollen, den Schadstoffausstoß zu reduzieren. Die Materialien werden mit Designprogrammen am Computer entwickelt. „Deshalb sind wir auch ein typisches Silicon-Valley-Unternehmen“, sagt Miller. Nanostellar wurde im Jahr 2003 gegründet und hat in zwei Finanzierungsrunden knapp 20 Millionen Dollar eingesammelt. Für dieses Jahr erwartet Miller erstmals nennenswerte Umsätze von 10 Millionen Dollar. Den derzeitigen Wirbel um Cleantech findet Miller nicht besorgniserregend. Im Gegenteil: „Man braucht eine gewisse Euphorie. Jede erfolgreiche Technologie begann mit einem großen Rummel, auch wenn der oft übertrieben gewesen sein mag.“ Deshalb schreckt ihn auch das Szenario einer Blase nicht: „Ich kann nur hoffen, dass es immer wieder Blasen gibt. Denn ohne Blasen gibt es auch keinen Fortschritt.“



Die Karawane zieht wieder in das Silicon Valley. Nach einer Durststrecke, die der Technologieblase zu Beginn des Jahrzehnts folgte, gehen Erfinder und Investoren wieder auf Erfolgssuche. Foto Fotocorvis

reichlich fließende Kapital der Investoren wurde von den Gründern wieder mit vollen Händen ausgegeben. Legendär wurden die extravaganten „Launch Parties“, wo Jungunternehmer sich und ihre Produkte mit großem Pomp vorstellten und Geld keine Rolle zu spielen schien.

Jetzt, wo die Kurve wieder steil nach oben zeigt, tauchen auch besorgte Stimmen auf: Droht eine neue Blase, oder ist sie womöglich schon da? Zumindest ein äußeres Zeichen der damaligen Überhitzung fehlt bisher: „Die ganzen verrückten Parties – die sind bis heute nicht wiedergekommen“, sagt Peter Thiel, der in den neunziger Jahren das Online-Zahlungssystem PayPal gegründet und später für einen Milliardenbetrag an den In-

lassen. Gegründet hat er Veodia aus seinem dortigen Schlafzimmer heraus Anfang 2006, nachdem er zuvor einige Jahre bei einer früheren Tochtergesellschaft von France Télécom im Silicon Valley gearbeitet hat. Veodia ist auf qualitativ hochwertige Videodienste spezialisiert, die an Unternehmen oder Betreiber von Internetseiten verkauft werden – eine Art Youtube als gebührenpflichtiges Angebot für professionelle Nutzer, das zum Beispiel für Videokonferenzen gedacht ist.

Mit 50 000 Dollar, die er selbst zusammengekratzt hat, hat er einen Prototypen für sein Produkt entwerfen lassen, mit dem er auf die Suche nach Investoren und Kunden ging. Cohen sagt, er habe sich angesichts der derzeitigen In-



Bill Miller (oben) hat schon drei Unternehmen gegründet. Peter Thiel (Mitte) und John Ricci (unten) suchen sich die Unternehmen aus, die ihnen eine rentierliche Anlage ihrer Vermögen versprechen. Fotos Roland Lindner (2), Clarius Capital

könnten wir die Gewinnschwelle erreichen“. Cohen hat ehrgeizige Ziele: Veodia könne einmal so groß werden wie der amerikanische Wettbewerber Webex, der im vergangenen Jahr auf einen Umsatz von 380 Millionen Dollar kam. Webex wurde vor wenigen Monaten für 3,2 Milliarden Dollar an den Technologiegiganten Cisco Systems verkauft.

Obwohl Cohen selbst in städtischen Dimensionen denkt, sieht er an anderer Stelle Anzeichen für Maßlosigkeit. So grenzt er sich von der allgemeinen Begeisterung für Unternehmen wie Youtube ab. Den von Google bezahlten Kaufpreis von 1,65 Milliarden Dollar hält Cohen angesichts der bislang noch überschaubaren Umsätze von Youtube für „verrückt“, die Übernahme sei eine „reine Wette“. Freilich kann sich auch Cohen vorstellen, sein Unternehmen einmal zu verkaufen. „Wir sind sogar schon angesprochen worden, haben aber abgelehnt. Im Moment ist es noch zu früh, zu sagen, ob es auf einen Börsengang oder einen Verkauf hinauslaufen wird.“

Auch für Kathy Fisher und ihr Unternehmen Zortal sind mehrere Szenarien denkbar. „Wir werden das tun, was für unsere Investoren am besten ist. Das kann ein Verkauf genauso gut sein wie



Wartet auf ein attraktives Übernahmeangebot: Unternehmensgründer Guillaume Cohen. Foto Roland Lindner

Francisco auf der anderen Seite der Golden Gate Bridge sitzt.

Es herrscht wieder Goldgräberstimmung. Die Tristesse nach dem Platzen der Technologieblase ist verflogen. Der „Highway 101“, die Hauptverkehrsader im Valley, ist heute wieder genauso chronisch verstopft wie in der Hochphase der Technologiebegeisterung Ende der neunziger Jahre und Anfang dieses Jahrzehnts. Die vielen „Zu vermieten“-Schilder, die zwischenzeitlich an den Bürogebäuden links und rechts des Highway zu sehen waren, sind wieder verschwunden.

Investoren suchen den nächsten Superstar

Das Valley ist heute wieder gut für phänomenale Erfolgsgeschichten. Alles wird dabei überstrahlt von der Internetgesellschaft Google aus Mountain View mitten im Valley, die seit dem Börsengang im Jahr 2004 einen sagenhaften Aufstieg hingelegt hat und zu einem vor Finanzkraft nur so strotzenden Giganten geworden ist. Google war ein wichtiger Motor für eine wiederbelebte Internetbegeisterung. Das hat neuen Ideen im sogenannten „Web 2.0“ geholfen: einem oft verwendeten Schlagwort für Konzepte im Internet, in denen der Nutzer zu den Inhalten beiträgt, also etwa soziale Netzwerke wie Youtube, Facebook oder die Parallelwelt Second Life. Junge Unternehmen wie diese sind zu begehrten Übernahmeobjekten geworden, um die sich die großen Adressen der Branche wie Google oder Yahoo reißen. Dabei haben die Bewertungen in kurzer Zeit schwindelerregende Höhen erreicht – wie man am Kauf von Youtube durch Google im vergangenen Herbst für 1,65 Milliarden Dollar sehen konnte. Youtube war zu diesem Zeitpunkt noch keine zwei Jahre alt.

Solche Beispiele locken Investoren an, die darauf hoffen, den nächsten Superstar à la Youtube ausfindig zu machen – um dann möglichst früh einzusteigen und irgendwann bei einem Börsengang oder Verkauf groß Kasse zu machen. Im vergangenen Jahr pumpeten Wagniskapitalgesellschaften in ganz Amerika nach Angaben des Marktforschungsinstituts Venture One 25,8 Milli-