

MÜNCHNER START-UPS

Das nächste große Ding

Regenrinnen-Brot, süße Drogen, untergäriges Obergäriges; Münchner Unternehmensgründer setzen derzeit vor allem auf eines: Innovationen zum Essen und Trinken.

VON BETTINA STUHLWEIDENBURG

Zum Beispiel Cräck. Die Zuckermischungen, die aussehen wie das Rauschgift Crack und auf gewagte Weise als Droge vermarktet werden, entwickelt die Giesingerin Wissal Ben Said. Unter anderem in den Geschmacksrichtungen Hibiskus und Minze-Eukalyptus. „Ich bin ein Riesen-Fan von Fressalien“, sagt die gelernte Textil-Einzelhandelskauffrau. „Was im Kleiderschrank hängt ist mir egal, Hauptsache der Kühlschrank ist voll.“ Noch kann die 32-Jährige nicht von ihren Zuckermischungen leben, weshalb sie weiter als Verkäuferin bei einer Modekette arbeitet. Ben Said hofft, dass sich das bald ändert. „Ich möchte mein eigener Chef sein.“

Dieses Ziel haben im Jahr 2013 mehr als 17 000 Münchner verfolgt – und Unternehmen gegründet. Wie viele von ihnen eine Neuheit zum Essen oder Trinken auf den Markt brachten, ist unklar, die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern (IHK) unterscheidet nicht nach Branchen. „Gefühlt gibt es aktuell allerdings viele innovative Konzepte in dem Bereich“, sagt Markus Sauerhammer, Start-Up-Experte der IHK.

Der deutsch-amerikanische Wirtschaftsanwalt Wolf Michael Nietzer bestätigt das: „Food is the next big thing“, sagt er, Lebensmittel sind das nächste große Ding. Nietzer ist ein sogenannter Business Angel. Darunter versteht man Investoren, die innovativen Unternehmen in der Gründungsphase mit Geld und Expertenwissen auf die Sprünge helfen. Nietzer hat das Netzwerk „Food Angels“ gegründet – ein Zusammenschluss von Wagniskapitalgebern, die bevorzugt in Innovationen zum Essen und Trinken investieren.

Die Food Angels sind nicht die einzigen, die hier Rendite wittern: Dem Wirtschafts magazin Capital zufolge pumpen Leute wie Microsoft-Gründer Bill Gates derzeit viel Geld in Lebensmittel-Start-Ups. Vor allem in solche, die darauf abzielen, den Fleischkonsum zu reduzieren – und damit den CO2-Ausstoß der Viehwirtschaft. Google-Gründer Sergey Brin zum Beispiel investierte in Fleisch, das im Labor gezüchtet wird. Dass sich bedeutende Unternehmer der Computer-Branche der analogen Welt zuwenden, werten Beobachter als Anbruch des Post-Internet-Zeitalters.

Food Angel Nietzer würde nicht so weit gehen: „Die Lebensmittelbranche ist eine Schnittstelle zwischen Offline- und Online-Welt.“ Man denke nur an die Vertriebswege, die das Internet eröffnen. Zugleich sei das Risiko überschaubar: „Gegessen und getrunken wird immer.“

Auch für Wissal Ben Said süße Droge Cräck ist das Internet unverzichtbar: „In München einen Laden anzumieten, ist viel zu teuer“, sagt die aus Tunesien stammende Münchnerin. Also vertreibt sie Cräck über das Internet – und bewirbt es in Netzwerken wie Facebook und Pinterest.

Einen Schritt weiter gehen die Gründer von Braufässchen. Die TU-Studenten Wolfgang Westermeier, Ping Lu und Dominik Guber haben am Zentrum für Innovation und Gründung der Technischen Universität ein Heim-



Heimisches Mineralwasser statt Wasser aus Frankreich oder Italien: Florian Breimesser (links) und Timo Thurner gründeten 2011 ihre Firma Aqua Monaco. Das im Schlachthofviertel ansässige Unternehmen fördert Mineralwasser aus der Münchner Schotterebene und produziert Limonaden. FOTO: MARCUS SCHLAF

brauset entwickelt, das das Internet nicht nur als Vertriebsweg nutzt: Online können Hobbybrauer ihr Bier selbst kreieren. Vier Biertypen, zwei Hopfensorten und 16 natürliche Aromen stehen dafür zur Auswahl. Sobald das Bier entworfen ist, liefert Braufässchen die erforderlichen Zutaten sowie das Fünf-Liter-Fass, in dem die Rohstoffe zusammengeschüttet werden. Klingt einfach, ist aber kompliziert. Unter anderem musste das Trio ein Überdruckventil konstruieren, das Kohlendioxid entweichen lässt – aber genug zurückhält, damit das Bier prickelnd bleibt.

Noch ist das Unternehmen mit Sitz in Laim kein Global

Player. Dennoch sind die 1,5 Millionen Euro Umsatz beachtlich, die Westermeier, Lu und Guber im vergangenen Jahr machten. Vor allem, weil das Start-Up erst im Sommer 2012 gegründet wurde. „Wir

einen Gesellschafter an Bord: „Einen Weltmarktführer der Lebensmittelindustrie“ sagt Guber. Wen genau, will er nicht verraten. Noch halten er und seine Kollegen die Mehrheit am Unternehmen.

sässige Firma Aqua Monaco fördert Mineralwasser aus einem 150 Meter tiefen Brunnen in Markt Schwaben. Ende der letzten Eiszeit war es als Schmelzwasser durch das karbonatreiche Gestein der

„Die Deutschen werden auf eine Karriere als Angestellte vorbereitet, aber nicht auf eine Karriere als Unternehmer.“

MARCUS SAUERHAMMER, START-UP-EXPERTE DER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER

wollen so schnell wie möglich und so stark wie möglich wachsen“, sagt Guber. Für 2015 ist der Markteintritt in den USA, Australien und Skandinavien geplant. Dafür gründeten die Münchner ein Tochterunternehmen in New York. Außerdem holten sie

Allerdings schließen sie nicht aus, Braufässchen eines Tages zu verkaufen: „Wir wollen das nicht unser Leben lang machen.“

Eine ganz andere Strategie verfolgen Florian Breimesser (38) und Timo Thurner (38). Ihre im Schlachthofviertel an-

Münchner Schotterebene gesickert. Die Idee dahinter: Warum Wasser aus Frankreich nach München transportieren, wenn es umweltschonender ist, wenn es einfach vor der Haustür?

Das Internet spielt für Breimesser und Thurner keine

große Rolle. „Man muss sich erst einen Namen machen“, sagt Breimesser. „Unser Markenaufbau funktioniert über die Gastronomie.“ Deshalb ist Aqua Monaco vor allem in angesagten Bars zu haben. Genau wie die Limonaden, die Breimesser und Thurner inzwischen auch herstellen. Für die Aqua-Monaco-Chefs kommt es nicht in Frage, einen Gesellschafter an Bord zu holen. „Wir wollen aus eigener Kraft wachsen und ein regionales Unternehmen bleiben“, sagt Breimesser. Die Gründung im Jahr 2011 stemmten sie mit eigenen Mitteln und einem Kredit. Inzwischen können Breimesser und Thurner von Aqua Mo-

naco leben. Bis 2013 mussten sie zusätzlich in ihren erlernten Berufen arbeiten. Thurner ist Grafiker, Breimesser Rechtsanwalt. „Natürlich hat man Angst, dass es schief geht. Aber ein Arbeitnehmer hat Angst um seinen Job. Als Unternehmer kann man darauf zumindest Einfluss nehmen.“

Eine Haltung, die Start-Up-Experte Sauerhammer hierzulande vermisst. „Die Deutschen sind Bedenkenträger. Während die Amerikaner chancenorientiert sind, denken wir risikoorientiert.“ Er macht dafür auch das Bildungssystem verantwortlich: „Wir werden auf eine Karriere als Angestellte vorbereitet, aber nicht auf eine Karriere als Unternehmer.“

Michael Ostermair wagte es trotzdem. Erst vor Kurzem brachte der 30-Jährige seine Erfindung auf den Markt, das Broitel. Das regenrinnenförmige Sauerteigbrot samt Kleckerschutz soll sich ideal befüllen und unterwegs verspeisen lassen. Warum der Betriebswirt ausgerechnet auf Brot setzt? „Das traditionelle Handwerk, Bäcker und Metzger, ist extrem innovationsarm“, sagt er. „Gerade deshalb steckt viel Wachstumspotenzial drin.“

Das Internet sei für ihn überhaupt nicht bedeutsam: „Wegen diverser Lebensmittelkandale ist es für Food-Start-Ups besonders wichtig, Vertrauen aufzubauen“, sagt Ostermair. Das funktioniert nur über den persönlichen Kontakt. „Beim Internet ist die Distanz zu groß. Das Menschliche ist das A und O.“ Der Jungunternehmer sprach bei Michael Käfer vor – und eröffnete Ende 2013 den ersten Broitel-Store in dessen Schwabinger Delikatessenmarkt. Auch in einigen Edeka-Filialen führen Franchise-Nehmer einen Broitel-Store. Bald soll das Broitel an Bord der Deutschen Bahn sowie in den Restaurants von Ikea serviert werden. Seine jüngste Erfindung will Ostermair in den Kühltruhen der Supermärkte platzieren: Das Leberkäsbrot, ein mit Brät gefülltes Broitel zum Aufbacken. „Das war eine lebensmitteltechnologische Herausforderung“, sagt Ostermair. Schließlich müssen Sauerteig und Brät so beschaffen sein, dass sie die gleiche Backzeit haben.

Tilman Ludwig, tätowierte Arme, 30 Jahre alt, ist ein weiterer Münchner, der in Lebensmittel macht. Der Diplom-Braumeister entwickelte ein dreifach gehopftes untergäriges Helles, das geschmacklich an ein obergäriges India Pale Ale erinnert. Eine Neuheit. 2014 beantragte er den Existenzgründungszuschuss und ging mit seiner Firma Tilmans Biere an den Start.

Zum Brauen greift Ludwig auf die Infrastruktur der Brauerei Gut Forsting im Landkreis Rosenheim zurück. „Eine eigene Brauerei hätte Millionen gekostet. Mit so vielen Schulden zu starten, hätte mich fertig gemacht.“ Einen Investor wollte er nicht an Bord holen: „Ich will mein eigenes Ding machen und mir nicht reinreden lassen“, sagt er. Läuft es gut, will er weitere Biere erfinden. „Es ist die Zeit, um sich mit einer kleinen Biermarke selbständig zu machen. Der Markt ist da, die Leute wollen genau das.“ Ludwig setzt auf die Gastronomie und den ausgewählten Getränkehandel, um sein Bier bekannt zu machen – das Internet ist nur einer von mehreren Vertriebswegen.

Ludwig hat keine Angst, zu scheitern. „Man kann alles vorab zu Tode denken“, sagt er. „Man muss entspannt bleiben. Und einfach anfangen.“



Auf Expansionskurs: Ping Lu, Dominik Guber und Wolfgang Westermeier (v.l.) entwickelten an der Münchner TU ein Heimbrauset und gründeten das Startup Braufässchen. FOTO: FPK



Als Droge vermarktet die Giesingerin Wissal Ben Said ihre Zuckermischungen namens Cräck. FOTO: KURZDOEKPER



Regenrinnenförmig ist das Broitel. Michael Ostermair (l.), hier mit Kollege Christian Königmaier, erfand das Brot. HAAG



Ein untergäriges Obergäriges hat Tilman Ludwig erfunden. Seine Ein-Mann-Firma Tilmans Biere braut ein Helles, das wie ein India Pale Ale schmeckt. FOTO: KLAUS HAAG