

Andere Wege gehen

Founding Angels bringen Ausgründungen aus Forschungsorganisationen auf Erfolgskurs

Bedeutende technische Erfindungen gibt es in deutschen Forschungsorganisationen viele. Die Umsetzung am Markt gelingt aber nur den Wenigsten. Founding Angels können dies ändern. Sie helfen, die entscheidenden Weichen für eine erfolgreiche Unternehmensgründung zu stellen. Greasoline ist so ein Fall. Das Start-up hat ein Verfahren zur Herstellung hochqualitativer Biokraftstoffe aus bio-basierten Roh- und Reststoffen entwickelt. Mit Hilfe der Non-Profit-Initiative sind zwei junge Erfinder auf dem Weg zu einer erfolgreichen Kommerzialisierung.

gesichert worden ist, melden größte Industrieunternehmen ihr Interesse an.

Zum Kauf oder zur Lizenzierung kommt es jedoch nicht. Der Maßstab der Technologie ist den Unternehmen zu klein. Auch die Fraunhofer-Gesellschaft kann dem Innovationsteam aufgrund ihrer Gemeinnützigkeit keine Investorenmittel einwerben. Ein weiteres Problem ist,

Zeitgleich reift die Greasoline-Technologie. Die zukünftigen Unternehmer schafften es, das Verfahren vom Labor- auf die Pilotanlage zu übertragen. Durch die erfolgreiche Produktion in einem 100fach vergrößerten Maßstab kann das Team den Beweis für die Funktionstauglichkeit des Verfahrens erbringen. Damit ist der richtige Zeitpunkt gekommen, um die Gründung der GmbH in Angriff zu nehmen. Zu diesem Zweck kommt mit Dr. Peter Haug ein weiterer Founding Angel als CEO an Bord. Das Team ist komplett, die Unternehmensgründung möglich.

Das Ziel vor Augen

2011 ist es dann soweit und die Greasoline GmbH wird gegründet. Mit der gezielten Herstellung von Gasprodukten (LPG) und Biokerosin sind weitere Innovationen zur Patentfamilie hinzugekommen.

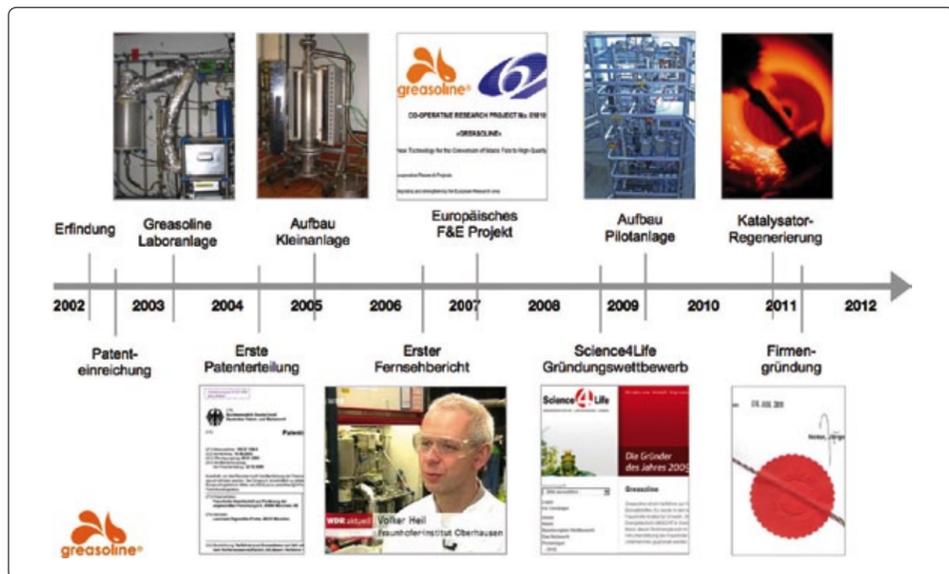
Jetzt gehen die Founding Angels auf Investorensuche und treiben die Geschäftsentwicklung voran. Sie präsentieren das Projekt bei Investorenveranstaltungen und führen Gespräche mit Business Angels, Family Offices sowie nationalen und internationalen Venture-Capital-Gesellschaften. Außerdem unterstützt das Fraunhofer-Netzwerk in Asien, um Rohstoffpartner und mögliche Kooperationspartner ausfindig zu machen. Vor allem die Suche nach Kooperationspartnern zur Weiterentwicklung der Technologie hat hohe Priorität. Mineralöl-Raffinerien, Ingenieurdienstleister und Technologieanbieter im Bereich Mineralöl und Biokraftstoffe kommen dabei vorrangig in Frage.

Noch ist das Unternehmen nicht am Markt. Doch das nächste Ziel liegt klar vor Augen: Die Entstehung einer Demonstrationsanlage mit Hilfe von Kooperationspartnern. Durch diese Anlage könnte das Unternehmen beweisen, dass die Technologie auch in großem Maßstab einsetzbar ist. Damit wäre das Team einen großen Schritt mit der Kommerzialisierung der Technologie weiter und Lizenzvergaben in greifbarer Nähe.

Kontakt
Dr. Peter Haug
Founding Angel und Geschäftsführer Greasoline GmbH
peter.haug@greasoline.com
www.greasoline.com

Dr. Volker Heil
Leiter internationaler Projekte bei Fraunhofer Umsicht und Mitgründer Greasoline GmbH
volker.heil@umsicht.fraunhofer.de
www.founding-angels.com

www.chemanager-online.com/tags/unternehmensgruendung



Wesentliche Stationen bei der Entwicklung der Greasoline-Technologie.

Den Erfindern Dr. Volker Heil und Dr. Christoph Unger, zwei Wissenschaftlern des Fraunhofer Instituts Umsicht, ist etwas Besonderes gelungen: Ihr Greasoline-Verfahren wandelt biogene fett- und ölhaltige Rohstoffe und Reststoffe in Biokraftstoffe um. Die Biokraftstoffe sind mit fossilen Kraftstoffen chemisch identisch und damit sehr hochwertig. Und diese Biokraftstoffe haben entscheidende Vorzüge gegenüber Bioethanol und Biodiesel: Sie können fossilen Kraftstoffen in deutlich größeren Anteilen zugemischt werden. Außerdem ermöglicht das Greasoline-Verfahren die Produktion von

Reinkraftstoffen, Biokerosin und hochwertigen Additiven.

Durchhaltevermögen gefragt

Erst sieht alles erfolgversprechend aus: Die Wissenschaftler melden ein Patent an und starten ein Eigenforschungsprojekt mit begrenztem Umfang. Das Team beantragt mehrere F&E-Projekte und beginnt die Zusammenarbeit mit mittelständischen Apparatebauern, Rohstoffpartnern und Katalysatorherstellern aus ganz Europa. Nachdem die Pilotanlage aufgebaut, die Patentfamilie ausgeweitet und ein EU-Patent

dass es weder national noch auf EU-Ebene passende Ausschreibungen gibt. Ein Ausweg bleibt jedoch, um dem Markt ihre Innovation zugänglich zu machen: Die Gründung einer GmbH.

Tatkräftige Unterstützung

Zu diesem Zeitpunkt lernen die Gründer den Founding Angel Dr. Gunter Festel kennen. Er ist während einer Veranstaltungsreihe des Instituts auf das Projekt aufmerksam geworden. Zusammen gestalten das Innovationsteam und Festel die Einreichung beim Science4Life-Wettbewerb 2009. Diese erste Außenaktion wurde gleich mit dem vierten Platz im Wettbewerb belohnt. Mit diesem Erfolg sichert sich das Team auch die interne Unterstützung durch Fraunhofer Venture und die Fraunhofer Gesellschaft beschließt, sich als Gesellschafter an dem Start-up zu beteiligen.

Auch sonst ist die Verbindung aus Innovationsteam und Founding Angel fruchtbar: Das Institut alleine kann keinen Business Case darstellen. Jedoch wird der Kontakt zu Investoren durch das gemeinsame Auftreten als entstehendes Spin-off möglich.

Das Founding Angel Modell

- Founding Angels sind finanziell unabhängige Personen mit breitem Erfahrungsschatz in Unternehmensaufbau und -entwicklung sowie der Kommerzialisierung von Technologien
- Sie bringen vorrangig operative Expertise, operativen Einsatz sowie Kontakte in das Start-Up ein. Im Unterschied dazu stellen Business Angels vorrangig Kapital und Kontakte zur Verfügung
- Founding Angels unterstützen Erfinder bereits in der Frühphase deutlich vor Gründung des Unternehmens. In dieser Phase können sie den Ablauf stark beschleunigen und wichtige Weichen für die Unternehmensgründung stellen. Damit tragen Founding Angels zur erfolgreichen Umsetzung von Gründungsvorhaben im technischen Bereich bei
- Das Netzwerk ist eine non-profit Initiative. Es bewirbt das Gründungsmodell und unterstützt Ausgründungen aus technischen Forschungsorganisationen

Mit Kreativität in die Zukunft

Ideen und Innovationen richtig zu managen ist für jedes Unternehmen erstrebenswert. Das Deutsche Institut für Betriebswirtschaft (DIB) vergab im Mai den „Deutscher Ideenpreis 2012“ für das beste Ideenmanagement in der Branchenkategorie Chemie an die Oxea-Mitarbeiter vom Standort Marl.

„Oxea war in Marl überdurchschnittlich gut bei den Beteiligungs- und Realisierungsquoten. Mit 66% umgesetzter Ideen lag das Unternehmen deutlich über dem branchenübergreifenden Durchschnitt von 49%“, sagte Sarah Dittrich, Leiterin Ideen- und Innovationsmanagement beim DIB. „Eine gute Unterstützung der Ideenmanager und Mitarbeiter durch die Führungskräfte ist wichtig für den Erfolg“, sagte Dittrich weiter.

Die Beteiligung der Mitarbeiter beim Ideenmanagement sei kein Selbstläufer, sondern ein Thema für dauerndes und intensives Bemühen aller Führungsebenen im Unternehmen, kommentierte Dr. Georg Dämbkes, globaler Produktionsleiter von Oxea.

Wie wichtig gute Ideen sind wissen auch die Lenker großer deutscher Chemieunternehmen. Viele von ihnen fordern aktiv mehr Freiraum für Intuition und Kreativität im Arbeitsalltag. „Die forschungsgetriebene Intuition, also das sogenannte „Bauchgefühl“ jedes Chemikers, ist bei der Entwicklung unserer Produkte oftmals das letzte Quäntchen „Glück“, das fehlt, um ein neues Produkt im Markt zu etablieren“, sagt Thomas Gründemann, Geschäftsführender Gesellschafter, Ferak Berlin. Allein mit durchgeplanter Forschung lassen sich große Innovationen nicht erreichen, auch Wissenschaftler brauchen Freiräume, um ihrer Kreativität freien Lauf lassen zu können.

Freiräume sind in einem professionisierten Umfeld allerdings schwierig zu rechtfertigen. Die Chemie ist eine Naturwissenschaft, die neben ihren eigenen auch noch den Regeln der Wirtschaft unterliegt. Kreative Problemlösungen sind die eine Sache, die Beachtung von Gewinnoptimierung eine gänzlich an-

dere. Laut Dr. Fridolin Stary, Bereichsleiter Konzernforschung bei Wacker, ist es essentiell, genau diese beiden Bereiche miteinander zu verbinden: „Letztlich besteht die Kunst in Forschung & Entwicklung darin, die richtige Balance zu wahren zwischen der Kreativität unserer Forscher und dem stringenten Einhalten von Prozessen zum effizienten Projekt- und Portfoliomanagement.“

Dass Ideenentwicklung von der richtigen Balance zwischen Kreativität und Projektmanagement auch profitieren kann, zeigt die Anwendung der Six Sigma-Methode. Dr. Hubert Jäger, Leiter Konzernforschung bei der SGL Group, weiß, welche Vorteile ihm das bringt: „Die Methode hat sich gerade bei neuen Entwicklungsprojekten bewährt, weil sie uns hilft, gute Ideen auch umzusetzen. Freiräume, Eigenverantwortung und Austausch der Entwickler untereinander sind die Voraussetzungen dafür, dass neue Ideen und Lösungsansätze überhaupt entstehen können.“

Fernöstliche Methoden aus dem Qualitätsmanagements können da-

bei helfen, bessere Ideen zu entwickeln. Doch nicht alle Unternehmen vertrauen bei ihren kreativen Bemühungen auf genormte QM-Prozesse. Bei Altana liegt der Fokus auf dem „Kollektiv“, sagt Forschungsleiter Dr. Georg Wießmeier: „Mehr Erfindungen erzielt ein Unternehmen dadurch, dass es das Wissen der Mitarbeiter über Netzwerke verknüpft und so Problemlösungen fördert. Nur mit vernetztem Denken und Handeln können wir zu Innovationen kommen.“

Viele verschiedene Ansätze gibt es, um die Ideenentwicklung unternehmensintern zu verbessern. Das Ziel, das diese Ansätze verfolgen, ist immer das gleiche: Die Lösung bestehender Probleme. Die Gesellschaft verlässt sich darauf, dass die Forscher langfristig Lösungen für all die Probleme finden, mit denen sich die Menschheit im Jahre 2012 plagt. Ganz egal mit welchen Methoden dieses Ziel verfolgt wird – am erfolgversprechendsten ist nach wie vor ein kreativer Geist in einem klugen Kopf.



Nachhaltige Ideen



Stefan Sommer, CEO, ASK Chemicals

Aus dem Joint Venture der Gießereiparten der Süd-Chemie und Ashland entstand Ende 2010 ASK Chemicals. Der neue globale Anbieter für die Gießereiindustrie bekennt sich klar zum Gedanken der Nachhaltigkeit. Das Unternehmen mit Sitz in Hilden ist in 24 Ländern vertreten – sowohl in den klassischen Märkten des europäischen und osteuropäischen Raums, in den USA, wie auch in den boomenden Märkten Asiens und Südamerikas. Nach einem Jahr aktiver Geschäftstätigkeit blickt CEO Stefan Sommer auf bereits Erreichtes zurück und spricht über die künftigen Herausforderungen.

CHEManager: Herr Sommer, ASK Chemicals feierte kürzlich den ersten Geburtstag. Welches Resümee ziehen Sie für 2011?

S. Sommer: Nach dem Zusammenschluss der Gießereiaktivitäten der Süd-Chemie und Ashland ist es uns gelungen, das neue Unternehmen erfolgreich am Markt zu positionieren. Die Gruppe ASK Chemicals konnte den Umsatz um 18% von gut 500 Mio. € in 2010 auf knapp 600 Mio. € in 2011 steigern. Diesen Zuwachs, mit durchaus unterschiedlichen regionalen Wachstumsschwerpunkten, verdanken wir einerseits der positiven konjunkturellen Entwicklung in 2011, andererseits einem Gesamtportfolio, welches auch in Zukunft weitere Wachstumspotentiale generieren wird.

Welche Länder und Märkte haben Sie in den nächsten drei Jahren im Fokus?

S. Sommer: Derzeit sind wir mit 29 Tochtergesellschaften in 24 Ländern und 15 Produktionsstätten aktiv. Durch diese globale Präsenz, können wir bereits jetzt in allen wesentlichen Märkten maßgeschneiderte Produkte und einen erstklassigen Service anbieten.

Europa, Nordamerika und Nordost-Asien sind und bleiben vorerst die Märkte, in denen Zukunftstechnologien entwickelt werden. Technologisch anspruchsvolle Entwicklungen aus den technologisch führenden Märkten können aber bei Bedarf an lokale Anforderungen in den sich entwickelnden Märkten für unsere Kunden in China, Brasilien, Indien oder auch Russland angepasst werden. In den nächsten drei Jahren werden wir vor allem in diesen Märkten, in denen wir noch weniger stark repräsentiert sind, unser Engagement intensivieren. Produkte, die die Wirtschaftlichkeit und die Produktivität der dortigen Gießereien steigern, sind mehr und mehr gefragt. An dieser Stelle sehen wir gleichzeitig die Notwendigkeit, umweltschonende Lösungen für die Gießereien in diesen Märkten anzubieten, um der wachsenden Umweltbelastung, durch die rasant steigende Industrialisierung, entgegenzuwirken.

Welchen Beitrag leisten Sie zu mehr Nachhaltigkeit in den Gießereien?

S. Sommer: Nachhaltigkeit ist ein ganzheitliches Konzept, das die drei Säulen einer ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit umfasst. So zeichnet sich unser anorganisches Bindersystem Inotek u.a. dadurch aus, dass Verbrennungsprodukte beim Abguss nahezu eliminiert werden. Es entstehen also kaum Emissionen, die abgesaugt und verbrannt werden müssen. Durch die Abwesenheit von Emissionen profitieren die Mitarbeiter unserer Kunden in besonderer Maße und das „Wohnumfeld“ der Gießerei wird entscheidend verbessert. Hier sind wir mit Hochdruck dabei, weitere Systeme für ein breiteres Anwendungsumfeld zu entwickeln.

Unser Ansatz, nachhaltige Produkte zu entwickeln, erschöpft sich allerdings nicht nur bei anorganischen Bindesystemen. Auch unsere emissionsarmen Coldbox Systeme – der Standard und das Rückgrat der Serienfertigung in den Gießereien – werden permanent weiterentwickelt und verbessert. Darüber hinaus leisten auch unsere Wasserschlachten, Trennmittel oder anorganischen Speiser-Technologien einen wichtigen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit in der Gießereiindustrie.

Was sind Ihre Erwartungen für die kommenden Jahre?

S. Sommer: Für die Zukunft haben wir mehr als genug Themen. Zum einen stehen die Sicherung und der Ausbau unserer guten Position in vielen europäischen, amerikanischen und nordasiatischen Märkten an oberster Stelle. Hier sind die steigenden Erwartungen unserer Kunden an innovative und umweltfreundliche Produkte und Lösungen ein wesentlicher Treiber. Zum anderen wird sicherlich der Ausbau unserer Marktpositionen im übrigen asiatischen und im osteuropäischen Raum ein wichtiger Schwerpunkt sein. Das Wachstum und auch die technologische Entwicklung in Ländern wie China, Indien aber auch Russland bietet auf Jahre hinaus signifikantes Potential für unsere Produkte und Leistungen.

www.ask-chemicals.com