„Wir sind der Gorilla“

Digitalwirtschaft Rocket Internet sucht nach dem nächsten großen Geschäft im Netz. Doch viele Investoren bezweifeln inzwischen, dass der Konzern fündig wird.

Er ist zurück, wieder ganz der Alte, der „aggressivste Mann im Internet“. Oliver Samwer, der sich selbst einst so bezeichnete, platzt vor Selbstbewusstsein und wirft mit markigen Sprüchen um sich wie eh und je. „Nächstes Jahr werde ich größer sein als alle Konkurrenten“, bellte der Chef von Rocket Internet Anfang Februar Investorenvertreter bei einer Telefonkonferenz an, „ich gehe mit Ihnen eine persönliche Wette ein.“

In den Monaten zuvor, nach dem viel diskutierten Börsengang seines Unternehmens, hatte sich ein anderer Oliver Samwer der Öffentlichkeit präsentiert: zahm und so seriös, dass es fast schon langweilig war. Auf Branchenveranstaltungen gab Samwer den ernsthaften Unternehmer, er band sich gelegentlich eine Krawatte um und durfte sogar Kanzlerin Angela Merkel zum Weltwirtschaftsgipfel nach Davos begleiten.

Doch spätestens seit jenem angriffslustigen Auftritt Anfang Februar ist die Zeit der Imagepflege vorbei. Es geht jetzt wieder ums Geschäft. Am selben Tag hatte Rocket Internet einen spektakulären Deal bekannt gegeben: Für 500 Millionen Euro hatte sich der Berliner Internetkonzern bei der Lieferplattform Delivery Hero eingekauft. Eine Woche später holte sich Rocket 600 Millionen Euro frisches Kapital bei Investoren.

Zusammen markieren die Ereignisse eine strategische Kehrtwende. „Die Kapitalerhöhung ist ein überraschender Schwenk gegenüber dem Börsengang Anfang Oktober“, sagt ein einflussreicher deutscher Fondsmanager; damals habe Rocket erklärt, man sei für die nächsten Jahre durchfinanziert. „Es ist ungewöhnlich, dann trotzdem nach so kurzer Zeit wieder an den Markt zu gehen“, sagt er. Entsprechend war die Reaktion der Börse. Die Konzernaktie fiel zwischenzeitlich um 20 Prozent – und das in einem sehr freundlichen Marktumfeld.

Investoren stellen sich zunehmend die Frage, was für eine Art Unternehmen Rocket Internet eigentlich ist. In der Vergangenheit inszenierte sich der Konzern stets als Start-up-Schmiede, die Internetfirmen am Fließband baut, sie von gecasteten Gründern hochziehen und von externen Kapitalgebern finanzieren lässt. Weil Rocket mehr leiste als ein reiner Finanzinvestor, sei die hohe Börsenbewertung gerechtfertigt, hatte die Unternehmensführung argumentiert.

Doch die jüngsten Manöver legen nahe, dass sich Rocket zu einem börsennotierten Wagniskapitalgeber wandelt, der zwar finanziell besonders potent ist, dem jedoch eine überzeugende Strategie fehlt. Die Beteiligungen verbrennen nach wie vor viel Geld und machen sich mitunter gegenseitig Konkurrenz. Rocket hat zudem Schwierigkeiten, auf all den umkämpften Feldern des Onlinegeschäfts vorn mitzuspielen. Und selbst dort, wo das Unternehmen zuletzt viel investiert hat, ist sein Einfluss begrenzt.

Nichts zeigt das deutlicher als Rockets Einstieg bei Delivery Hero. Die 2011 gegründete Firma, in Deutschland unter dem Namen Lieferheld bekannt, ist eine Bestellplattform für Fast Food. 100 000 Imbissbuden von Brasilien bis Südkorea wickeln ihren Lieferservice über das Netzwerk ab, das dafür eine Provision kassiert.

Rocket hat viel Geld für den Einstieg in die umkämpfte Branche bezahlt – aber im Gegenzug kein Mitspracherecht bei seinem Investment erhalten. Denn obwohl Rocket mit einer Beteiligung von 39 Prozent größter Anteilseigner an Delivery Hero ist, sitzt niemand aus der Rocket-Spitze im Aufsichtsrat. Grund: Samwer ist mit Foodpanda ebenfalls in der Lieferservice-Branche aktiv. Delivery-Hero-Chef Niklas Östberg spricht von „Interessenkonflikten“. Rocket wiederum hofft, von einem erfolgreichen Börsengang Delivery Heros voraussichtlich 2016 zu profitieren.

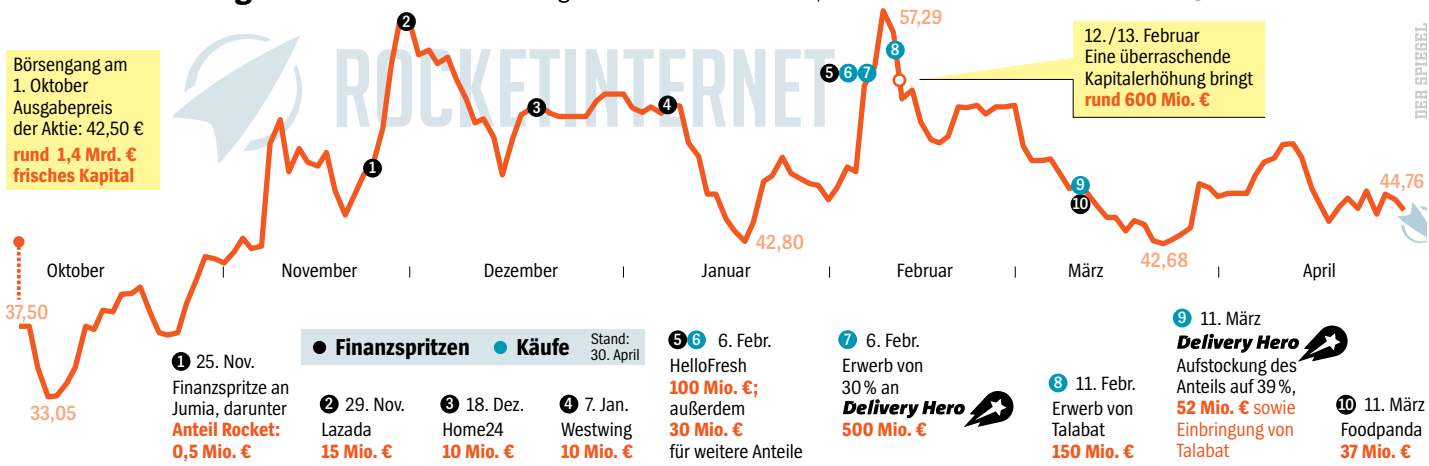
Auch bei anderen Beteiligungen konkurriert Rocket mit den übrigen Gesellschaftern um Macht, darunter milliardenschwere Kapitalgeber wie der staatliche Investmentfonds Singapurs. Zum Börsengang hatte Samwer noch erklärt, seine Anteile an den großen Start-ups seines Kosmos deutlich aufstocken zu wollen. Bislang hat



Rocket-Internet-Vorstand Samwer
„Ich gehe mit Ihnen eine Wette ein“

Kursabweichung Aktie von Rocket Internet und große Finanztransaktionen, in Euro

Quelle: Thomson Reuters Datastream



er jedoch nur an zwei Firmen eine knappe Mehrheit erworben – und das, obwohl nicht wenige in den vergangenen Monaten Kapital aufgenommen haben.

Das liegt unter anderem daran, dass der Onlinehandel ein besonders teures Geschäft ist. Allein der Aufbau von Warenlagern und Logistik verschlingt Unmengen an Kapital. Bei Finanzierungsrunden in dreistelliger Millionenhöhe, wie sie einige von Rockets E-Commerce-Beteiligungen jüngst durchgezogen haben, kann selbst der Samwer-Konzern nicht jedes Mal in großem Stil mitmachen.

Darüber hinaus ist im Rocket-Reich eine neue Unabhängigkeitsbewegung spürbar. Wichtige Beteiligungsfirmen gehen auf Distanz zu Samwer, sie wollen nicht länger als Anhängsel dastehen. So beispielsweise der Onlinemöbelhändler Westwing, eine der umsatzstärksten Firmen im Rocket-Portfolio. Geschäftsführer Stefan Smalla sagt: „Die Meinung von Oliver Samwer ist uns wichtig, wir entscheiden aber selbstständig."

Oder das Koch-Start-up HelloFresh. Gründer Dominik Richter will nur ungern über Samwer reden. Er habe „limitiertes Interesse daran, inhaltlich auf unsere Beziehung zu Investoren beschränkt zu werden", sagt er.

Mit zuletzt 130 Millionen Euro hat Rocket viel Geld auf die junge Firma gewettet, die Zutaten für Kochrezepte nach Hause liefert. Samwer ist offenbar so überzeugt von dem Geschäftsmodell, dass er gleich doppelt darauf setzt. Neben HelloFresh hat er noch in ein zweites Start-up investiert, das Kochkisten online vertreibt. Man habe nichts gegen internen Wettbewerb, sagt ein Rocket-Sprecher.

Auch die Kreditplattformen Lendico und Zencap konkurrieren neuerdings miteinander. Im März kündigte Lendico an, künftig wie Zencap Kredite an Kleinunternehmen zu vermitteln. Bisher hatte sich die Firma auf Privatkunden beschränkt, Zencap auf Firmenkunden. „Wir haben mit neuen Wettbewerbern gerechnet. Dass es nun ausgerechnet Lendico ist, macht uns überhaupt keine Sorgen", sagt Zencap-Kochef Matthias Knecht, „es gibt genug Platz für mehrere Plattformen."

Was zu beweisen wäre. Im ersten Jahr vermittelte Zencap weniger als 200 Kredite im Gesamtvolumen von 14 Millionen Euro, dabei wollte sich das Unternehmen als „Apple des Kreditgewerbes" positionieren. Mit der weiteren Internationalisierung zögert Zencap, nachdem Lendico das Geschäft in drei von sechs Ländern bereits weitgehend wieder aufgegeben hat.

Dass es mühsamer ist als gedacht, im stark regulierten Geldgeschäft Fuß zu fassen, hat offenbar auch Samwer erkannt. Im Herbst hatte er die Finanz-Start-ups noch als „aufgehende Sterne" gefeiert. Mittlerweile hat er die Beteiligungen bei beiden reduziert.

Die Probleme von Lendico und Zencap zeigen, wie schwierig es ist, das nächste große Geschäft im Internet ausfindig zu machen – jenseits des Onlineverkaufs von Elektronik und Mode. Doch genau das hat sich Samwer vorgenommen: Zehn neue Firmen wolle seine Start-up-Fabrik pro Jahr bauen, hat er den Aktionären angekündigt.

Tatsächlich hat Rocket in den vergangenen Monaten eine Reihe neuer Firmen gegründet. ZipJet beispielsweise holt schmutzige Hemden ab und bringt sie gewaschen und gebügelt zurück. EatFirst kocht und liefert statt Pizza Gourmetessen aus. Die jüngsten Gründungen zielen allesamt auf eine urbane, zahlungskräftige Kundschaft. Ob sie ein Massenpublikum erreichen, ist fraglich.

Und auch ein Erfolg Rockets im Lieferservice-Geschäft ist nicht garantiert. Zwar ist Samwer entschlossen, dort in weiteres Wachstum zu investieren. „Wir sind der Gorilla. Wir mögen nicht die Ersten sein, aber wir sind die Aggressivsten in diesem Markt", sagte er den Investorenvertretern. Allerdings sind lukrative Märkte wie die USA oder Großbritannien schon von der Konkurrenz besetzt. Rocket hat deshalb Schwellen- und Entwicklungsländer wie Montenegro, Bangladesch und Ruanda ins

Ein Versuch, mit überbordendem Selbstbewusstsein von Widersprüchen abzulenken.

Visier genommen. „In diesen Ländern existiert keine Lieferservice-Kultur", sagt Jitse Groen, Gründer der niederländischen Takeaway-Gruppe und Rocket-Konkurrent. Zudem gebe es dort nur wenige Menschen, die es sich leisten könnten, ihr Essen online zu bestellen.

Die „Börsen-Story", die Oliver Samwer den Anlegern im Herbst verkaufte, steckt voller Widersprüche – und Samwer versucht, mit überbordendem Selbstbewusstsein davon abzulenken. Doch spätestens wenn Rocket in der kommenden Woche seine Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2014 vorlegt, wird das allein nicht mehr reichen.

Doch offenbar vergeht vielen Investoren schon jetzt die Lust dabeizubleiben. Sie fragen sich außerdem, wann die nächste Kapitalerhöhung kommt, wenn Rocket so weitermacht und seine Beteiligungen in diesem hohen Tempo Geld verbrennen. „Nur wenn ein stringentes, klares Geschäftsmodell erkennbar ist", sagt ein Fondsmanager, „sind Investoren bereit, über Jahre Verluste zu tolerieren."

Martin Hesse, Ann-Kathrin Nezik