

# Risikokapitalinvestor Klaus Stöckemann im Interview

## "Was auf dem Papier steht, ist irrelevant": Darauf kommt es beim Investieren wirklich an

10.07.2015

[Nathanael Meyer](#)



Hubert Burda Media Risikokapitalgeber Klaus Stöckemann auf dem DLDD Summer 2015 in München

Das Gesundheitswesen boomt, hunderte Startups dringen mit ihren Produkten in die Schnittstelle zwischen Digital und Medizin. Im Interview mit Focus-Online erklärt der Investor Klaus Stöckemann, welche Startups es schaffen und warum Vertrauen so wichtig ist.

Gesundheit ist in - auch am Aktienmarkt. Klaus Stöckemann gehört zu Deutschlands führenden Risikokapitalgebern am Gesundheitsmarkt. Im FOCUS-Online-Interview gibt er Tipps, wie Anleger vom Medizin-Trend profitieren.

**FOCUS Online:** Was sind die grundlegenden Eigenschaften, die ein Startup haben muss, damit Sie investieren?

**Klaus Stöckemann:** Es muss ein ungelöstes, medizinisches Problem adressieren und es muss sozusagen disruptiv, innovativ, sein. Es [muss dem Patienten nutzen](#) und sollte eine Therapie oder eine Diagnose verbessern. Schlussendlich muss es aber vom Patienten, Konsumenten akzeptiert werden. Das prüfen wir bei jedem Investment. Dazu kommt natürlich die Frage, wie lohnt es sich finanziell – [wer zahlt dafür?](#) Das ist ein beliebtes Thema. In Deutschland herrscht die Einstellung, dass der Konsument, Patient selbst zahlt. Aber die Realität sieht anders aus. Mit unserer deutschen [Vollkasko](#)-Mentalität sind wir der Meinung: Alles wird bezahlt. Das ist für Startups eine Herausforderung: Wie bekommen sie Geld für ihre Produkte.

**FOCUS Online:** Das Thema Gesundheit haben nun auch die großen Konzerne für sich entdeckt. Was bleibt einem kleinen jungen Startup übrig um gegen diese großen Firmen bestehen?

**Stöckemann:** Ich glaube, wenn es eine gute Idee gibt, können die Kleinen eines Tages mit den Großen kooperieren. Momentan haben [alle Angst vor Apple](#). Ich sehe das relativ leidenschaftslos. Apple ist ein Konzern,

den man ernst nehmen muss. Auch wenn das die großen Gesundheitskonzerne nicht wahr haben wollen. Ich nehme gerne die Analogie zum Elektroauto. Wer hätte gedacht das [Tesla](#) einmal über unsere Straße rollt und BMW und Mercedes Angst bekommen. So glaube ich auch, dass es Vorteile bringt, wenn Apple oder andere in den Markt kommen. Das schafft für den Patienten einen riesigen Mehrwert.

## **FOCUS Online:** Worauf muss man als Privatmann achten, wenn man in ein Startup investieren will?

**Stöckemann:** Das ist in Deutschland so gut wie gar nicht möglich, da alles sehr hoch reguliert ist. Sie können als Privatperson, wenn sie einen Gründer kennen und der fragt, ob sie bei ihm mitmachen wollen, natürlich einsteigen. Aber das kommt nicht so oft vor. Das heißt, normalerweise hat die Privatperson gar nicht die Chance bei den ganz tollen Start-ups mitzumachen da sie nicht von ihnen wissen. Kennt man nun jemanden, muss überlegt werden, wie vertrauenswürdig die Gründer sind. Am Ende kann man sich nur auf seine Menschenkenntnis verlassen, es sei denn, man kann das Projekt selbst bewerten. Das kann eine Privatperson im Normalfall nicht. Also geht es grundsätzlich um Vertrauen. Haben die Gründer schon mal so etwas gemacht, kennen sie das Gesundheitswesen? Ist man sich darüber im Klarem und hat genug Geld übrig, kann natürlich investiert werden.

## Zur Person

**Klaus Stöckemann** ist Mitgründer und geschäftsführender Gesellschafter der Peppermint VenturePartners GmbH sowie Managing Partner des Peppermint Charité Biomedical Fonds. Er ist spezialisiert auf Investments in medizinische Startups. Zuvor war er General Partner im Risikokapital-Healthcare Team von 3i.

Insgesamt hat er über 14 Jahre Erfahrung in der Venture-Capital-Industrie. Zudem ist er aktuell Vorsitzender von Humedics, Emperra und Caterna Vision. Klaus Stöckemann ist Mitglied des Ausschusses des Bundesverbands Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK).

## **FOCUS Online:** Wo finden Sie die besonders tollen Start-Ups?

**Stöckemann (lacht):** Die kommen zu uns. Wir sind als Geldgeber im Vorteil, wir haben einen Fond den wir managen und die Gründer wissen das. Deshalb schicken sie uns ihre Geschäftsideen. Dazu gehen wir auf Konferenzen und treffen sie. Zudem bauen wir schon sehr früh einen Kontakt auf. Wir reden mit Gründern ein, zwei Jahre, bevor sie überhaupt gründen oder wir investieren. Wir lernen uns kennen. Am Ende entsteht ein Vertrauensverhältnis.

## **FOCUS Online:** Es geht ihnen vorrangig also um Vertrauen, nicht primär um einen Business-Plan und was auf dem Papier steht?

**Stöckemann:** Was auf dem Papier steht, ist eigentlich komplett irrelevant, das Vertrauen zählt. Wichtig sind die Menschen, die hinter der Idee stehen. Wir bewerten natürlich ob die Idee inhaltlich sinnvoll und relevant ist. Aber der Gründer an sich ist absolut wichtig. Glaubt er an sein Produkt, hat er die richtige Erfahrung, hat er die Kraft um es durchzuziehen. Es darf nicht vergessen werden, dass es schwieriger im Gesundheitswesen ist, schwieriger als einen Onlineshop zu eröffnen beispielsweise.

**Stöckemann:** Das ergibt sich aus den Regularien. Wenn man ein Medizinprodukt zulässt, in dem es um Daten geht, muss man bestimmte ISO-Normen erfüllen. Wir sind in Deutschland und haben es nun mal gerne mit Normen. Aber das ist für uns alle gut so. Diese müssen erfüllt werden. Alle Startups, die wir im Portfolio haben, müssen die Standards erfüllen. Die Kriterien sind bekannt, die Gründer müssen nur von Anfang an ihr Produkt anhand dieser Kriterien aufbauen.

## **FOCUS Online:** Wie viele Bewerbungen erhalten sie ungefähr pro Jahr?

**Stöckemann:** So 500 Projektskizzen, Ideen bekommen wir schon. Durch das „DigitalHealth“ Thema ist es noch einmal deutlich mehr geworden, da die Eintrittshürden hier geringer sind. Eine App ist viel schneller und einfacher entwickelt als ein Arzneimittel. Es wird für Gründer einfacher. Zudem kann eine App schnell und einfach ausprobiert werden. Funktioniert die App – steht das Produkt. Ein Medizinprodukt dagegen braucht

Jahre an Entwicklung. Es müssen sehr viele Regularien beachtet werden. Das ist im „DigitalHealth Space“ nicht so. Es scheint so, als wäre das Thema mittlerweile etwas „overhyped“. Es gibt so viele Geschäftsideen, die nicht überprüft sind und die Gründer haben so kleine Einstiegshürden. Es sei denn, sie gehen in den regulierten Gesundheitsmarkt. Dort müssen sie sich zertifizieren, im Ernstfall noch klinische Studien beilegen. Dann sind schnell einmal Jahre rum und die Kosten gehen in die Millionen.

**FOCUS Online:** Welche Nische muss noch besetzt werden, mit welcher Entwicklung kann man es schaffen?

**Stöckemann:** Man muss von ganz unten vorgehen und schauen, wo noch ungelöste Probleme sind. Im „DigitalHealth“ gilt, zu sehen welche Probleme gelöst oder welche Produkte verbessert werden können. Wenn sie ein neues Hüftgelenk haben wollen, dann nützt ihnen digital überhaupt nicht. Es muss Sinn machen. Es gibt viele Dinge im Gesundheitswesen die durch Digitalisierung besser, transparenter werden. Aber es gibt auch vieles, das die Welt nicht braucht und trotzdem gibt es Startups die genau das entwickeln. Die würden wir natürlich nicht finanzieren. Die Firmen, in die wir investiert haben, sind alles Startups die dem Patienten Vorteile bringen. Dabei wollen wir auch bleiben.

**FOCUS Online:** Wieviel Geld stecken sie im Durchschnitt in ein Startup, pro Jahr?

**Stöckemann:** Wir denken nicht in Jahren, sondern in „Lifetime“ eines Startups. In der Zeit investieren wir bis zu drei Millionen. Wir investieren aber nie alleine, sondern mit Co-Investoren. So können natürlich größere Beträge zusammenkommen. Es fließen dann schon einmal zehn bis 20 Millionen in ein Startup. Das hängt aber vom Produkt ab.

**FOCUS Online:** Was ist denn die durchschnittliche „Lifetime“ eines Startups?

**Stöckemann:** Im regulierten Markt kann es gut fünf bis sieben Jahre sein. Das zeigt noch einmal den Unterschied zwischen, jemand programmiert eine App, veröffentlicht sie und schaut wie oft downloaden Nutzer diese. Wichtig: Dann hab ich noch kein Business-Modell, sondern nur eine Zahl von Personen, die meine App benutzen. Es hängt am Ende stark von dem Geschäftsmodell, der einzelnen Startups ab. Zwischen drei und sieben Jahren „Lifetime“ ist es schon.