

Von Marina Anselm

WIE EIN FADEN zieht sich die grüne Linie quer über die hellblaue Leinwand. „L'orizzonte“ lautet der Titel des großformatigen Bildes, auf das Hans Neuendorf blickt, wenn er am Schreibtisch sitzt. Fast könnte man die Linie, die sich bis in die Mitte des Bildes zieht, als Kursverlauf interpretieren – doch dafür ist sie zu gleichmäßig. Zu gleichmäßig für Neuendorfs Firma, die Artnet AG, und ihre Geschichte.

Vor zehn Jahren genau ist Neuendorfs Firma an die Börse gegangen. Artnet.com, so hieß das Unternehmen damals, ist eine Online-Plattform für den internationalen Kunsthandel. Die Firma war das 100. Unternehmen, das an dem einst so vielversprechenden Segment des Neuen Marktes gelistet wurde. Dass es den Börsengang überleben würde, haben damals viele nicht geglaubt: Mehr als einmal ist Artnet totgesagt worden, so wie ein großer Teil der Unternehmen des Neuen Marktes.

Öffentlich abgeschrieben wurde Artnet im Juli 2000, als in der Presse sogenannte „Todeslisten der Dotcoms“ veröffentlicht wurden – Internet-Unternehmen, deren „Tage bis zum Konkurs“ gezählt sein dürften. Artnet nahm in der Todesliste den fünften Platz ein. „Todes-

ANZEIGE

Zahlst Du noch oder kassierst Du schon?
www.profinance-direkt.de

liste!“ Neuendorf lacht, setzt sich in den Ledersessel am Fuß des Bildes, lehnt sich zurück und schüttelt den Kopf. „Wir standen seit unserem Bestehen kurz vor der Insolvenz!“

Eben deswegen war Neuendorf vom Investor zum Geschäftsinhaber aufgestiegen: Seit Gründung im Jahr 1989 hatte der Kunsthändler und Galerist aus Hamburg in Artnet investiert und trotz laufender Verlustmeldungen immer mehr Anteile gekauft. 1995 besaß Neuendorf 90 Prozent und beschloss, nach New York, den damaligen Firmensitz, zu ziehen und selbst das Ruder in die Hand zu nehmen. „Ich befürchtete, dass sonst all meine Investitionen verloren wären.“

Von der Geschäftsidee überzeugt war er von Anfang an. „Ich kenne den Kunstmarkt von der Pike auf“, sagt der 71-Jährige, der seit den 60er-Jahren im Kunsthandel aktiv ist. „Ich kenne sehr viele Auktionshäuser, Händler, Galeristen und Künstler. Und ich weiß aus eigener Erfahrung, wo es den Handel zwick.“ Zu undurchsichtig die Preisentwicklung, zu teuer der Verkauf, das sei bis heute das Problem des Kunstmarktes. Hier setzte Artnet an, baute ein Galerienetzwerk auf, sammelte und verkaufte Daten über Preise, Preisentwicklungen und Galerien-Angebote. Und bot bereits in den 90er-Jahren Online-Auktionen an. Ein Experiment, das Neuendorf nach anderthalb Jahren einstellen musste.

„Der Kunsthandel ist sehr konservativ“, sagt Neuendorf. „Die hatten zum größten Teil gar keine Computer, wussten überhaupt nicht, wovon wir eigentlich redeten.“ Das zweite Problem: „Sie fürchteten die Preistransparenz, die wir mit unserem Datenspeicher anstreben, und waren sehr ablehnend.“ Hinzu kamen die schlechten Telefonleitungen, regelmäßig blieben die großen Datenmengen farbiger Bilder stecken. „Wir waren einfach zu früh dran mit unserer Idee“, resümiert Neuendorf.

Im Jahr 1999 wurde es schließlich unmöglich, die Refinanzierung zu sichern. Neuendorf bemühte sich erfolglos in den USA um einen Börsengang. „Als man uns dann einen Börsengang am Neuen Markt anbot, haben wir mitgemacht.“ Am 17. Mai 1999 wurde Artnet erstmals gelistet. „Damals wurden bereits sehr hohe Preise für Aktien gezahlt. Preise, die durch die Geschäftsergebnisse nicht gerechtfertigt waren“, sagt Neuendorf. „Der Ausgabewert der Aktien wurde durch Vergleiche mit ähnlichen Firmen, die bereits an der Börse notiert waren, bestimmt. Und die waren spekulativ sehr, sehr gut bewertet.“

So belief sich der Ausgabepreis für Artnet-Aktien auf 46 Euro, „mehr, als wir uns erträumen hatten“, sagt Neuendorf. Noch im selben Jahr schoss der Kurs nach oben, bis auf 67 Euro – und stürzte wieder ab auf knapp zehn Euro. Nach einer kurzen Erholung im Jahr 2000 ging es noch weiter runter, bis auf 25 Cent. „Da hätte ich gerne das Geld gehabt, um alle ausstehenden Aktien zu kaufen – hatte ich aber nicht“, sagt Neuendorf, und zum ersten Mal klingt seine Stimme wehmütig.

Kunst und Kreppe

Am Neuen Markt wurden aus Jungunternehmern Börsenstars. Nach dem schnellen Aufstieg kam für viele der Absturz. Ein paar Firmen haben überlebt, vom Kunsthändler bis zum Hersteller von Passdruckmaschinen. Eine Spurensuche



IMAGE COURTESY OF ARTNET © ROY LICHTENSTEIN 1992



IMAGE COURTESY OF ARTNET © ROBERT LONGO 2002

Beim Online-Kunsthändler Artnet gerade für 825 Euro verkauft. „All of Me“ heißt das Marilyn-Monroe-Bild von George Barris aus dem Jahr 1962 (links). Noch zu haben sind Roy Lichtensteins „Illustration for ‚Auto poésie: en Cavale de Bloomington‘“ von 1992 (oben) und „Cindy“, ein Druck von Robert Longo aus dem Jahr 2002. Der Kunsthändler und Galerist Hans Neuendorf (unten) hat früh in Artnet investiert – und verlor zunächst viel Geld. Dann übernahm er die Mehrheit am Unternehmen und brachte es an die Börse. 2005 schrieb Artnet zum ersten Mal Gewinn. „Ohne den Neuen Markt hätten wir nicht überlebt“, sagt er heute



IMAGE COURTESY OF ARTNET © GEORGE BARRIS 1962

MARTIN LENGMANN

Allen Abgesängen zum Trotz: Artnet hat überlebt. Heute umfasst das Galerienetzwerk über 2200 Galerien und über 158 000 Werke. 2005 hat Artnet erstmals Gewinn gemacht, seit 2008 werden wieder Online-Auktionen angeboten. Neuendorf ist sicher: „Ohne den Neuen Markt hätten wir nicht überlebt.“

Gewinn zu machen war für Wolfgang Grenke nie das Problem: Sein Unternehmen, eine Leasinggesellschaft für IT-Geräte, hat vom ersten Tag seines Bestehens an Gewinn gemacht. Dabei wollte Grenke damit eigentlich nur sein Studium finanzieren. „Das hat so gut funktioniert, dass ich ein Urlaubssemester nach dem anderen genommen habe“, sagt Grenke. „Bis ich mir schließlich eingestanden habe: Sollte ich dieses Studium je abschließen, dann wahrscheinlich erst, wenn ich in Rente gehe.“

Das war 1978. Heute hat Grenke Verträge mit 14 000 Fachhändlern, betreibt 20 nationale und 32 internationale Standorte. 222 000 Leasingverträge hat er laufen, für Notebooks, Server, für Software und Kopierer. Der Gedanke, noch einmal an die Universität zu gehen, dürfte für den 58-jährigen Baden-Badener weit entfernt sein.

Wer durch die Zentrale in Baden-Baden geht, bemerkt bald, worauf Grenke Wert legt: Im Empfangsraum reihet sich ein Schach-Pokal an den anderen, in Grenkes Bü-

ro hängt hinter dem Schreibtisch ein Bild mit den Zügen der unsterblichen Partie zwischen Anderssen und Kieseritzky von 1871. Schach ist für Grenke ein „Symbol für strategisches Denken und taktisch wohlüberlegte Vorgehensweisen“, ein Hobby, ein Sport, den er seit 15 Jahren unterstützt.

Vielleicht liegt in diesen Verhaltensmaximen das Geheimnis für den Erfolg. Selbst die Turbulenzen am Neuen Markt hat Grenke überstanden: 2000 fiel die Aktie von über 40 Euro zuerst auf rund 18 Euro, 2002 dann auf 8,11 Euro. Im Vergleich zu anderen Werten, die zu der Zeit im Cent-Bereich lagen, ein milder Absturz. Grenke blickt gelassen zurück. „Mich hat der Absturz damals nicht besonders berührt. Ich wollte ja nicht verkaufen – und in solch einer Situation, wenn die Märkte außer Funktion geraten, spiegelt der Kurs nicht den Wert eines Unternehmens wider.“ Der Wert der Grenke-Leasing besteht in Kosten- und Geschwindigkeitsvorteilen. So erfolgt eine Kundenbonitätsprüfung in weniger als zehn Minuten, Leasinganfragen können rund um die Uhr gestellt werden, und auch die innere Organisation des Unternehmens orientiert sich an IT-Prozessen.

Diese Vorteile hat Grenke bis heute halten können, weil er nicht dem Modell vieler Firmen am Neuen Markt – Wachstum durch Akquisitionen – gefolgt ist. „Die Daten müssen homogen sein und zentral verwaltet werden, das war meine zentrale Idee. Und ein langsames, aber wohlüberlegtes Wachstum ist hilf-

reicher als ein rasantes, davon war ich überzeugt“, sagt er und legt eine Visitenkarte auf den Tisch. Neben den Kontaktdaten schimmert blass, aber klar erkennbar das Wasserzeichen: eine Schachfigur.

Worauf das Hightech-Unternehmen Mühlbauer im bayerischen Roding Wert legt, ist nicht zu übersehen: Ohne Begleitung bekommt man hier zu vielen Räumen keinen Zutritt. Sie lassen sich nicht mit Schlüsseln öffnen, sie erfordern einen Fingerabdruck oder Irisabgleich. Erst dann ertönt das verheißungsvolle „Klack“, mit dem die Tür sich öffnet.

Eine dieser Türen gibt den Eintritt frei zu einem großen Anlagen- und Maschinenpark, einem der Demonstrationsräume im Unternehmen. Hier kann sich der Gast die Anlagen ansehen, die Mühlbauer entwickelt, fertigt, und sich davon überzeugen, wie sie funktionieren. „Hier können Sie sehen, wie die Passkontrolle der Zukunft aussieht“, sagt Hubert Forster, Finanzvorstand des Unternehmens.

Der 43-jährige Niederbayer nimmt einen Musterpass mit seinem

Daten, schlägt die erste Seite auf und legt das Dokument aufs Lesegerät. „Der Pass, auf dem der Fingerabdruck gespeichert ist, wird hier gelesen“, sagt er, und während er spricht, öffnet sich die Schranke: „Jetzt bin ich im System.“

Forster steht in einem von Schranken abgegrenzten, gut zwei Quadratmeter großen Bereich. Er legt den Finger auf ein zweites Lesegerät. Das System vergleicht den Abdruck mit dem ersten und gleicht ihn mit Datenbanken ab. „Nur wenn die Fingerabdrücke übereinstimmen und der Datenbankgleich keine Einwände bringt, öffnet sich die zweite Schranke, und ich kann durchgehen.“

„Cards & Security“, so wird im Unternehmen der Markt bezeichnet, der Lösungen rund um Karten und elektronische Reisepässe umfasst. „Security“ ist ein Kunstwort aus „Technology“ und „Security“. „Es beschreibt den Markt sehr treffend: Wir entwickeln und verbieten Technologie für sicherheitsorientierte Anwendungen“, sagt Forster. Dieses Standbein, mittlerweile das Kerngeschäft von Mühlbauer, hat sich erst nach dem Neuen Markt entwickelt. An die Börse ist Mühlbauer 1998 mit dem Bereich Smart Cards gegangen, also als Technologieanbieter für die Produktion von Telefon-, Bank- und SIM-Karten.

„Wir hatten zu dem Zeitpunkt bereits eine gute Basis vorzuweisen“, sagt Forster, der seit 1990 im

Unternehmen ist. „Wir hatten Boden, wir hatten Gebäude, wir hatten 1100 Mitarbeiter – und wir konnten eine gute Entwicklung von 15 Jahren vorweisen. Nur: Das schien gar keinen zu interessieren am Neuen Markt.“ Forster hält inne: „Neben den angehimelten Dotcoms

Lieblinge und Schmutzkinder

DER AUFSTIEG

■ Im März 1998 wurde der Neue Markt als Börsensegment gegründet, das sich vor allem an Hightech- und Internet-Firmen richtete. Für junge Unternehmen mit wenig Sicherheiten war der Neue Markt eine einmalige Möglichkeit, an Kapital zu kommen. Kurssprünge stießen bald eine Spirale an, die alle Börsenregeln außer Kraft zu setzen schien. Viele Unternehmer wurden zu Millionären, zumindest auf dem Papier, und feierten rauschende Feste.

DER ABSTURZ

■ Der Kater blieb nicht aus: Unternehmen konnten ihre Gewinnversprechen nicht halten, einige ließen sich dazu hinreißen, Geschäftspartner und Umsätze zu erfinden. Die Kurse stürzten ab, eine Firma nach der anderen meldete Insolvenz an oder verließ den Neuen Markt. Im Juni 2003 wurde der mittlerweile als Spielball für Zocker in Verruf geratene Neue Markt geschlossen.

war ein Traditionswert wie Mühlbauer langweilig. Wir haben die Welt nicht mehr verstanden.“

Bei Mühlbauer haben sie damals beschlossen, sich nicht verrückt machen zu lassen und sich auf die Arbeit zu konzentrieren. So baute Firmengründer Josef Mühlbauer, der 1981 als Maschinenbaumeister begonnen hatte, dann auch für die Halbleiterindustrie fertigte und ab Mitte der 80er-Jahre im Smart-Card-Bereich tätig war, seine Geschäftsfelder weiter aus. „Nach dem Anschlag auf das World Trade Center hat man gemerkt, dass die Ausweissysteme weltweit erhebliche Risiken bergen“, sagt Forster. Mühlbauer erkannte den Bedarf an neuen Systemen.

Möglich wurde dieser Entwicklungsschritt auch durch den Neuen Markt, wo Mühlbauer Kapital erhalten hat, um sein Wachstum – und vor allem seine hohen Forschungs- und Entwicklungsausgaben – zu finanzieren. „Die Entscheidung, an die Börse zu gehen, war die beste, die wir haben machen können“, sagt Forster.

Heute ist Mühlbauer nach eigenen Angaben der einzige Technologiepartner für die Karten- und Reisepassindustrie, der alle Prozesse aus einer Hand anbietet. Knapp 2000 Mitarbeiter sind im Unternehmen beschäftigt, an 30 Standorten weltweit. „Die Chance besteht im Leben eben oft darin, Herausforderungen zu nutzen und das Unternehmen auf die richtigen Schienen zu setzen“, sagt Forster.

Die Herausforderung Neuer Markt zumindest haben Forster, Grenke und Neuendorf genutzt – und profitiert.