



Bundesverband Deutscher
Kapitalbeteiligungsgesellschaften

Beispielfälle

Blau Mobilfunk GmbH: Unabhängiger Anbieter revolutioniert deutschen Mobilfunkmarkt

Ob Mobiltelefon, Smartphone oder i-Phone - ohne mobile Kommunikation geht heute kaum noch was. Entsprechend lukrativ und umkämpft ist der Markt. Doch wo große Player wie T-Mobile, Vodafone, E-Plus und andere lange Zeit ohne Alternative waren, überzeugen heute kleine Anbieter mit innovativen Konzepten ohne lange Laufzeiten und komplizierte, oftmals teure Tarife.

Der erste unabhängige Anbieter in Deutschland war ein Hamburger Mobilfunkdiscounter, die BLAU Mobilfunk GmbH. Gegründet wurde das Start-up im Sommer 2005 von drei Jungunternehmern mit einschlägiger Erfahrung in der Branche: Martin Ostermayer, Dirk Freise und Thorsten Rehling hatten zuvor das Mobilfunkportal handy.de erfolgreich aufgebaut und 2001 an Bertelsmann verkauft. Bei beiden Projekten stellte die Hamburger Venture Capital-Gesellschaft Neuhaus Partners (damals noch „Dr. Neuhaus Techno Nord“) das Startkapital und ermöglichte dem Trio so die ersten Schritte. Das Vertrauen des Investors und der Mut zum Risiko machten sich bezahlt: Bereits nach kurzer Zeit hatte sich BLAU Mobilfunk einen Namen gemacht. „Und die Kunden waren begeistert!“, so Gründer Ostermayer.

Zweifacher Mut, geteiltes Risiko: Gründer wurden von Neuhaus Partners unterstützt

Das Geschäftsmodell ist bekannt von erfolgreichen Billigfluglinien: Dienstleistung zu extrem günstigen Preisen unter Verzicht auf umfangreichen und teuren Kundenservice. Neuhaus hatte bereits Erfahrungen mit dieser Idee: Die Versandhausapotheke DocMorris hatte im Apothekensektor mit diesem Ansatz großen Erfolg – sie wurde ebenfalls mit Kapital von Neuhaus Partners unterstützt. Aber nicht nur die Investoren haben ihr Geld in die BLAU-Idee gesteckt, sondern auch die Gründer Ostermayer, Freise und Rehling. „Das war die Bedingung: Alle tragen dasselbe Risiko“, so Ostermayer.

Zwar standen im Sommer 2005 auch andere Anbieter mit dem Konzept der „Billigtelefonie“ in den Startlöchern, jedoch war BLAU der einzige unabhängige Anbieter. Alle Konkurrenten waren Töchter der etablierten Anbieter, die vergleichsweise behäbig agierten und beim Thema Internet nicht die Erfahrung des BLAU-Teams aufweisen konnten. Gerade diese Kompetenz war aber wichtig, da der Vertrieb der BLAU-Produkte zu diesem Zeitpunkt ausschließlich über das Internet lief – nur so waren die unschlagbar günstigen Preise möglich.

BLAU entwickelte sich schnell so erfolgreich, dass in kürzester Zeit weitere Investoren gewonnen werden konnten. Bereits Ende 2005 kam der kuwaitische Private Equity-Investor Al-Fawares sowie wenig später die Frankfurter Beteiligungsgesellschaft Heliad Equity-Partners dazu. Mit den neuen Mitteln wurde weiter erfolgreich investiert. Kurze Zeit später waren die Startpakete von BLAU Mobilfunk deutschlandweit in Verbrauchermärkten, Tankstellen und Drogeriemärkten erhältlich. Mit dem Tarif „Blauworld“ hat sich das Unternehmen außerdem auf unbekanntes Terrain gewagt: den stark wachsenden Bereich der Auslandstelefonie. Und auch auf die Mitarbeiterzahl des jungen Unternehmens hat sich die Beteiligung der Investoren positiv ausgewirkt: Innerhalb eines Jahres war um die drei Visionäre Ostermayer, Freise und Rehling schon ein über 30-köpfiges Team gewachsen.

In einer Liga mit großen Anbietern

Anfang 2007 gelang dem Unternehmen der nächste Sprung nach vorn: BLAU übernahm debitel Light, eine Tochter der Stuttgarter debitel AG. Dadurch vergrößerte sich die Kundenbasis von BLAU



Bundesverband Deutscher
Kapitalbeteiligungsgesellschaften

entscheidend. Eine verbesserte Marktposition und eine Steigerung der Ertragskraft waren die Folge. Im Gegenzug erhielt die debitel AG eine Minderheitsbeteiligung an BLAU Mobilfunk. Seit dem Zusammenschluss beider Firmen ist BLAU Mobilfunk die Nummer zwei im deutschen Markt der Mobilfunkdiscounter.

Das Potenzial von BLAU blieb auch der Konkurrenz nicht verborgen. Somit war es nicht überraschend, dass im Frühjahr 2008 ein Kaufangebot des niederländischen E-Plus-Mutterkonzerns KPN ins Haus flatterte. Gründer und Investoren verkauften ihre Anteile – auch unter der Bedingung, dass ansonsten alles beim Alten blieb. „Die Kernmarken blau.de und blauworld sind erhalten geblieben. Wir haben BLAU mit den heute 100 Mitarbeitern unverändert und in der gleichen organisatorischen Struktur weitergeführt“, berichtet Ostermayer. Dank der bisherigen Erfolgsgeschichte des Unternehmens ist er auch für die Zukunft optimistisch: „Wir haben gemeinsam mit unseren Investoren und deren finanzieller Unterstützung in den ersten Jahren eine exzellente Basis geschaffen. Zum Zeitpunkt des Verkaufs hätten wir gar nicht besser aufgestellt sein können.“