„Eine überzeugende Demo ist noch kein Geschäftsmodell“



JONATHAN USEROVICI ist General Partner bei Headline, einer global tätigen Venture Capital-Gesellschaft. Er verantwortet dort unter anderem Investments in KI-Labore wie Mistral AI, Fundamental, Black Forest Labs und AMI Labs sowie in Unternehmen, die KI in konkreten Anwendungsfeldern einsetzen.

Künstliche Intelligenz senkt die Hürden für Gründungen und eröffnet neue Geschäftsfelder. Worauf es Investoren ankommt, berichtet Jonathan Userovici von Headline.

VC Magazin: Welche Chancen ergeben sich durch Künstliche Intelligenz für Gründer und Investoren, wo sehen Sie noch ungenutztes Potenzial?
Userovici: Die technischen Hürden bei der Entwicklung von Produkten sind drastisch gesunken. Gründer können Ideen schneller testen, Produkte auf den Markt bringen und weiterentwickeln, wenn sie ihr Unternehmen von Anfang an konsequent auf KI ausrichten. Gleichzeitig haben sich die Erwartungen von Kunden und Unternehmen grundlegend verändert: KI wird inzwischen als Standard vorausgesetzt. Dadurch entsteht eine neue Generation von Technologieunternehmen, die sowohl Gründern als auch Venture Capital-Investoren enorme Chancen für das kommende Jahrzehnt eröffnet. Zudem kann Technologie erstmals eigenständig Leistungen erbringen und verkaufen sowie messbare Ergebnisse liefern. Das eröffnet neue Geschäftsmodelle, die auf den Billionenmarkt der Dienstleistungen zielen. Potenzial sehen wir beispielsweise in der Buchhaltung, im Rechtswesen und in der Immobilienbranche. Dieser Wandel steht noch ganz am Anfang.

VC Magazin: Worauf achten Sie bei Headline, wenn Sie KI-Start-ups in einer frühen Phase bewerten?
Userovici: An erster Stelle stehen außergewöhnliche Gründerpersönlichkeiten. Wir suchen Gründer mit dem Anspruch, große Märkte zu erschließen, mit der Resilienz, auch schwierige Phasen zu überstehen, und mit der Fähigkeit, das für starkes Wachstum benötigte Kapital einzuwerben. Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Lerngeschwindigkeit. Mit den heutigen Werkzeugen können sich alle schnell bewegen. Die besten Gründer lernen jedoch schneller, ändern bei Bedarf ihre Strategie und machen ihre Erkenntnisse zum Wettbewerbsvorteil. Nachhaltige Wettbewerbsvorteile müssen früh aufgebaut werden: etwa durch proprietäre Daten, die mit jeder Nutzung wertvoller werden, oder durch Vertriebskanäle, die Wettbewerber nicht ohne Weiteres kopieren können. Ein guter Prototyp ist ein Ausgangspunkt, aber noch kein dauerhafter Wettbewerbsvorteil.

VC Magazin: KI senkt in vielen Bereichen Kosten und Aufwand. Wie verändert das Ihre Investitionskriterien?
Userovici: Unsere Kriterien sind dadurch anspruchsvoller geworden. Wir fragen weiterhin, wer ein Produkt entwickelt und warum. Zusätzlich wollen wir wissen, was wertvoll bleibt, wenn das nächste Modell das heutige Produkt leichter kopierbar macht: Wird das Start-up durch die nächste Generation von KI-Modellen stärker oder schwächer? Eine überzeugende Demo ist noch kein Geschäftsmodell, und der Zugang zu denselben Modellen, die auch alle anderen nutzen, ist kein Wettbewerbsvorteil. KI führt außerdem zu einer explosionsartigen Zunahme von Start-ups – und zu mehr Rauschen im Markt. Wir legen deshalb größeren Wert auf Gründer, die sich differenzieren und die Kategorien definieren können, in denen sie künftig konkurrieren. Dafür braucht es sich verstärkende Wettbewerbsvorteile: bessere proprietäre Daten, stärkere Vertriebsstrukturen, engere Kundenbeziehungen und eine bessere Umsetzung. Ein Produkt zu entwickeln, wird einfacher. Marktführer zu werden, erfordert weiterhin außergewöhnliche Gründer. Gleichzeitig erweitert KI unser Investitionsspektrum. Mit der steigenden Nachfrage nach KI gewinnen Hardware, Energie und Infrastruktur an Bedeutung. Unser Blick geht deshalb über Software hinaus und umfasst auch die Systeme, die KI überhaupt erst ermöglichen.

VC Magazin: Was sollten Gründer mit einer KI- oder technologiegetriebenen Geschäftsidee von Anfang an beachten, wenn sie für Investoren wie Sie interessant sein wollen?
Userovici: Ausgangspunkt sollte ein echtes Kundenproblem sein – und keine Technologie, die erst noch nach einem Anwendungsfall sucht. Im ersten Gespräch sollten Gründer zeigen können, wer das Problem hat, wie es heute gelöst wird und warum ihr Ansatz einen wesentlichen Mehrwert bietet. Einige Kunden, die ein Produkt regelmäßig nutzen und dafür bezahlen, sagen mehr aus als eine beeindruckende Demo. Gründer sollten außerdem transparent darlegen, welche Kosten bei der Betreuung ihrer Kunden entstehen, einschließlich der Kosten für KI-Modelle, und warum Kunden auch dann bleiben werden, wenn sich die Technologie weiterentwickelt. So wird aus einem KI-Produkt Schritt für Schritt ein dauerhaft tragfähiges Geschäftsmodell.

VC Magazin: Vielen Dank für das Interview.

Janine Heidenfelder | *janine.heidenfelder@vc-magazin.de*

Foto: Headline; Illustration: stock.adobe.com, Tasphong

POWERED BY KFW CAPITAL