

Cornelius Boersch

## Der Firmen-Sammler

**Der Finanzinvestor kauft das Groupon-Geschäft in Brasilien. Damit will er auch seine bereits vorhandenen Online-Plattformen in Südamerika neu befeuern.**

Es ist noch keine zwei Wochen her, da gab sich Cornelius, genannt Conny, Boersch einmal mehr ausgiebig seiner Leidenschaft fürs Netzwerken hin. In die bayerischen Voralpen, nach Rottach-Egern, ins Luxushotel Überfahrt hatte er zum diesjährigen Unternehmertag geladen. Seinem Ruf folgten 500 Investoren und Gründer, für die an den Gestaden des Tegernsees ein politisches Personal aufgeboten wurde, das jedem Kabinett in Berlin zur Ehre gereichen würde: Der frühere Wirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg war zum Gedankenaustausch erschienen, Ex-CDU-Fraktionschef Friedrich Merz, der ehemalige hessische Ministerpräsident Roland Koch und der amtierende FDP-Vorsitzende Christian Lindner. Auch hob die frühere Chefanklägerin der Uno, Carla del Ponte, genauso zu einer schwungvollen Rede an wie Österreichs Außenminister Sebastian Kurz und CSU-Sympathisant Uli Hoeneß.

Nahrung für die Teilnehmerhirne gab es also im Überfluss. Boersch veranstaltete seinen Unternehmertag schon zum elften Mal. Wer jetzt auf die Idee kommt, seine Firma Mountain Partners würde vor allem mit Tagungen Geld verdienen, der liegt falsch. Boersch ist Finanzinvestor und ständig auf der Suche nach Geschäftsideen. Er sagt und fragt: „Die Welt ist überall gleich. Alle mögen Amazon, Facebook, Snapchat. Wer behauptet eigentlich, dass wir in Deutschland nicht auch junge IT-Unternehmen weiterentwickeln und in neue Märkte transferieren können?“

Sagt, getan. Voraussichtlich noch diese Woche wird Boersch die Übernahme des Brasilien-Geschäfts von Groupon bekanntgeben. Und sich damit zum Inhaber des gesamten Lateinamerika-Geschäfts des Onlinegutschein-Anbieters aufschwingen, gehören ihm doch bereits die Dependancen in Argentinien, Chile und den anderen Ländern

des Kontinents. Über den Kaufpreis wurde mit Groupon in Chicago Stillschweigen vereinbart. 760 Mitarbeiter betreuen künftig für ganz Südamerika drei Millionen aktive und 25 Millionen registrierte Kunden. Boersch sagt, dass E-Commerce in den Emerging Markets generell der Entwicklung in den USA und Europa „stark hinterherhinkt und deshalb besonders viel Potenzial besitzt“.

Gemäß dieser Erkenntnis betreiben Boersch's Beteiligungen inzwischen mehr als zwei Dutzend Onlinemarktplätze in Asien, Afrika und Lateinamerika. In Indien etwa verkauft Mountain über die Plattform Clovia Unterwäsche, in Argentinien und Brasilien über das Portal Luuna Matratzen. Und von Chile aus vermittelt er über Recorrido Bustickets. Insbesondere seine Firmen in Südamerika, so wohl Boersch's Kalkül, würden durch das Rabattgeschäft von Groupon nun neuen Elan erhalten.

Boersch nennt dieses Konzept „industrial farming“. Was für ihn frei übersetzt offenbar heißt, dass er eine in Europa oder den USA erprobte Technologie in weitere Märkte transferiert. Ein Wettbewerber kommentiert das so: „Grundsätzlich sind diese Transformationen komplexe Angelegenheiten, weil die Befindlichkeiten der Nutzer in den verschiedenen Märkten eben sehr verschieden sein können.“

Hinzu kommt in diesem speziellen Fall: Tatsächlich hat Groupon längst nicht in allen Ecken der Welt reüssiert. In Skandinavien wurde das Geschäft mit den lokalen Preisvorteilen zeitweise ganz aufgegeben. Und auch in Deutschland gab es Kritik von Verbraucherschützern und Kunden.

Boersch ficht das nicht an und glaubt an das Modell. Insgesamt hat der Firmen-Sammler mittels Mountain mehr als 200 Millionen Euro in 102 Beteiligungen investiert, vor allem in Sparten wie E-Commerce, online-basierte Finanzdienstleistungen und

Cybersecurity. Mountain ist damit noch immer viel kleiner als das Beteiligungsportfolio der Samwer-Brüder bei Rocket Internet. Boersch aber sagt: „Wenn sich nur einige unserer Beteiligungen als Perlen entpuppen, geht das Geschäftsmodell auf.“

Er war selbst Ende der 90er-Jahre als Gründer erfolgreich: Den Chiphändler ACG brachte er als CEO an die Börse. Ähnlich verhielt es sich mit Alando, das damals ein ähnliches Geschäftsmodell wie Ebay verfolgte und wo Boersch als Erstinvestor einstieg. Verkäufe, sogenannte Exits, sind ihm auch bei Secusmart (Sicherheitstechnik für Mobiltelefone) und Lieferando gelungen. Die Erlöse reinvestierte er größtenteils in neue Firmen. Dazu gründete er 2004 Mountain Partners, zunächst als Family Office.

Heute sitzen im Aufsichtsrat der Private-Equity-Gesellschaft Köpfe wie Nina Shapiro, die für die Weltbank gearbeitet hat, und zu Guttenberg. Wie überhaupt Boersch enge Kontakte zur Politik pflegt: Früher gehörte er oft zur Entourage von Ex-Außenminister Guido Westerwelle.

Inzwischen ist Boersch 48 Jahre, mittelgroß, schlank, mit kurzem grauem Haar. Er fährt viel Ski, privat und mit Geschäftspartnern. Sein Lachen wirkt ansteckend optimistisch. Er hat BWL studiert und an der Universität Duisburg zum Thema Risikokapital promoviert. Er spricht schnell und verzichtet weitgehend auf Anglizismen, mit denen seinesgleichen sonst gern hantieren. Wobei „industrial farming“ irgendwie nicht deutsch klingt - aber es drücke seine Idee, den Export von Onlineplattformen, so treffend aus. Sagt er. Der Finanzvorstand eines TecDax-Unternehmens aus München meint: „Der Mann weiß in der Regel, was er tut.“ Und auch im Hause des Konkurrenten Rocket, so ist zu hören, beobachte man die Aktivitäten bei Mountain „voller Respekt“.

Peter Brors

„  
Wer behauptet, dass wir in Deutschland nicht auch junge IT-Firmen weiterentwickeln können?“

Cornelius Boersch



Mohsen Sohi

## Neue Aggressivität in Weinheim

Ein wenig ist Mohsen Sohi der Stolz über das Erreichte anzumerken, auch wenn sein Vortrag im repräsentativen Hermannshof in Weinheim (Bergstraße) betont sachlich ausfällt. Doch auch aus nüchternen Feststellungen des Freudenberg-Chefs spricht Selbstbewusstsein. „Wenn Sie die vergangenen fünf Jahre anschauen, ist unser Unternehmen jährlich um acht Prozent gewachsen. Das ist eine sehr starke Leistung.“

Sohi, Amerikaner mit iranischen Wurzeln, kann sich das dezent vorgebrachte Eigenlob leisten, gerade jetzt. Freudenberg - die Gruppe bietet von Dichtungs- über Medizintechnik bis hin zu Haushaltsprodukten (Marke Vileda) ein breites Spektrum an - ist 2016 noch kräftiger gewachsen: Der Umsatz legte um 13,5 Prozent auf 8,6 Milliarden Euro zu. Selbst wenn man die Komplettübernahme des Schwingungstechnik-Spezialisten Vibracoustic rausrechnet, bleibt ein Plus von 3,7 Prozent. Das Betriebsergebnis stieg um 16 Prozent auf 1,3 Milliarden Euro.

Über Jahrzehnte stapelte man bei Freudenberg lieber tief, kündigte maximal kleine Zukäufe an. Das hat sich unter Sohi, seit 2012 der erste Ausländer an der Spitze des Familienunternehmens, geändert. Zwar übernahm die Gruppe 2016 die Beteiligungen Japan Vile und Vibracoustic mehrheitlich beziehungsweise komplett. Auch kaufte man den italienischen Wäschepflege-Spezialisten Gimi. Doch der Hunger ist noch nicht gestillt. „Wir können ohne Probleme weitere Akquisitionen im Volumen von zwei bis drei Milliarden Euro finanzieren“, sagt Sohi.

Tatsächlich steht Freudenberg finanziell solide da, wie der Blick in die Bilanz zeigt. Die Eigenkapitalquote betrug Ende vergangenen Jahres stolze 45 Prozent. Die Nettofinanzschulden machten weniger als 20 Prozent des Eigenkapitals aus. Werte bis zu 100 Prozent sind hier in der deutschen Wirtschaft keine Seltenheit. Keine Überraschung also, dass die Ratingagentur Moody's die Kreditwürdigkeit des Unternehmens im vergangenen Jahr von BAA1 auf A3 erhöht hat.

Das gibt Sohi Spielraum für Investitionen, auch in Innovationen. Seit 2012 habe Freudenberg die Ausgaben für Forschung und Entwicklung um 70 Prozent gesteigert, rechnet der Chef vor: „Wir sind auf einem guten Weg, eines der innovativsten, breit diversifizierten und global aufgestellten Technologieunternehmen zu sein.“



Mountain Partners/Paula Fridman

Akus Hintzen/af