

Der Multiplikator



»In der Digitalwirtschaft haben wir den Anschluss versäumt.«

René Marius Köhler, Geschäftsführer der Koehler Group



Die Superidee kam René Köhler 2003. Mit 20 Jahren gründete der Stuttgarter ein Online-Portal, auf dem er erst Fahrräder und später Outdoor-Artikel verkaufte. Heute, mit 34, ist er Multimillionär und einer der erfolgreichsten Gründer Deutschlands. Im Herbst 2016 hat Köhler sein Unternehmen „Internetstores“ für mehr als 200 Millionen Euro verkauft. Er hätte aufhören können zu arbeiten, so wie er sich das vor 15 Jahren vorgenommen hatte. Aber er hat es sich anders überlegt: Anfang 2017 gründete der Stuttgarter die Koehler Group.

Für sein neues Unternehmen hat René Köhler zwei Etagen direkt am Stuttgarter Marktplatz gemietet, in einem Gebäude aus den 1950er-Jahren. Früher war hier das traditionsreiche Schreibwarengeschäft Haufler ansässig, das den Kampf gegen die Online-Konkurrenz 2015 verloren hatte. Ausgerechnet der König des E-Commerce hat hier seine neue Heimat gefunden.

Die Koehler Group ist anders als „Internetstores“. Es geht nicht um Fahrräder oder Outdoor-Artikel – Dinge, die man anfassen, mit denen man Spaß haben kann. Das, was Köhler jetzt macht, ist eher unsichtbar. Er gründet und investiert in Start-ups, beteiligt sich mit seinem Privatvermögen an vielversprechenden Unternehmen und handelt mit Immobilien. In seinem neuen Gemischtwarenhandel finde er seine „ureigene Berufung“, sagt er. Es sind die vielschichtigen Aufgaben und die unterschiedlichen Themen, die ihn reizen. „Ich kann mich mit all meinen Möglichkeiten positionieren, das motiviert mich wahnsinnig“, sagt René Köhler. Wie man eine Marke aufbaut und erfolgreich entwickelt – das hat der Unternehmer, der die Schule nach der 10. Klasse verlassen hat, in der Vergangenheit bewiesen.

Die Gründerkultur in Baden-Württemberg erhält von René Köhler alles in allem gute Noten. „Es gibt eine enorme Unterstützung von der Politik und der Wirtschaft“, sagt er. Die Fördermöglichkeiten seien gut und auch das Engagement von Unternehmen, die immer mehr Inkubatoren gründeten, sei beachtlich. Dass das Ganze Fahrt aufgenommen habe, sei deshalb so wichtig, weil die Anforderungen an Start-ups gestiegen seien. „Der Wettbewerb ist größer geworden, Gründer müssen ihre Unternehmen früh internationalisieren und brauchen deshalb mehr Kapital.“

Eine Entwicklung, die René Köhler allerdings mit Sorge betrachtet, ist die der Digitalwirtschaft. Es gebe in Süddeutschland zwar die starke Automobilindustrie, die zu den Weltmarktführern gehört. Dennoch hätten es digitale Monopolisten wie Facebook, Google oder Amazon geschafft, sich in vergleichsweise kurzer Zeit zu weltgrößten Unternehmen zu entwickeln. „Keiner dieser Weltkonzerne sitzt in Deutschland oder Europa“, sagt Köhler. „Das Kräfteverhältnis hat sich nach Amerika und Asien verschoben. In der Digitalwirtschaft haben wir den Anschluss versäumt.“

Auf der Fensterbank im Stuttgarter Büro stehen Modellautos. Porsches und Ferraris darunter, von denen das ein oder andere Exemplar fahrbereit in Köhlers Garage parkt. René Köhler liebt Schnelligkeit und ein steuerbares Maß an Risiko. Viel-

leicht ist es das, was ihm in den letzten Jahren bei „Internetstores“ gefehlt hat: Aus seiner Superidee ist ein supererfolgreiches, aber behäbiges Dickschiff geworden. René Köhler gefällt, wie es amerikanische Investoren machen. „Die pumpen Zigmillionen in eine Geschäftsidee, ohne die Garantie, dass sie auch wirklich funktioniert.“ Dieses Mindset, wie er es nennt, fehle den Deutschen. „Wir sind total risikoscheu.“

Köhler nimmt sich davon nicht aus, dennoch empfindet er sich als vergleichsweise mutig. Vielleicht weil er als Teenager vieles ausprobiert hat und gescheitert ist. Mit 17 wollte er eine Imbisskette aufziehen – und übernahm sich. Er entwickelte ein System für Videotheken, mit dem man über den Fingerabdruck rund um die Uhr Zugang erhielt – niemand interessierte sich dafür. Er spekulierte mit seinem Konfirmationsgeld an der Börse – drei Totalverluste.



René Köhler in seinem neuen Büro, von dem aus er hinunter auf den Stuttgarter Marktplatz schaut

Warum haben die Niederlagen seinen Glauben an die Superidee nicht erschüttert? „Es war mein tiefer Wunsch, in eine andere Umlaufbahn zu kommen“, antwortet Köhler. Als Jugendlicher hatte er viele Freunde aus vermögenden Familien. Und erlebte, was möglich ist, wenn man nicht jeden Cent umdrehen muss. Während andere sich verliebten und wieder trennten, die Nächte in Clubs abhingen oder studierten, beschäftigte er sich mit dem Aufbau seines Unternehmens. „Klar ist mir das nicht immer leichtgefallen, aber es ist doch alles zu meiner Zufriedenheit verlaufen“, sagt der Vater von zwei Kindern.

Vor kurzem hatte René Köhler eine Unterhaltung, die er merkwürdig fand. Sein Gesprächspartner behauptete, es gebe in Baden-Württemberg so wenige Gründer, weil es dem Land wirtschaftlich so gut gehe. „Ich habe lange gebraucht, um das zu verstehen“, sagt René Köhler. In seinen Augen ist Innovation keine Frage der Konjunktur, sondern eine ganz andere. Entweder man ist von seiner Superidee überzeugt oder nicht. <<<



Mehr über René Köhler lesen und sehen Sie unter
www.perspektive-bw.de/koehler