



Türen öffnen, gemeinsame Sprache sprechen, finanzieren. Mans Matthijsses Start-up des Herzens ist Ocean Beer, mit dem man die Ozeane retten kann. Ein bisschen jedenfalls.

Business und Nachhaltigkeit miteinander verbinden

Die dynamische Welt der Start-ups im deutschsprachigen Raum hat es ihm angetan: Hans Matthijse berät junge Unternehmen bei verschiedensten Projekten, ist Mitglied in diversen Beiräten und hatte führende Positionen bei Unternehmen wie Center Parcs Deutschland, Centro Oberhausen und Nordsee GmbH.

MAX: Wie sind Sie in die Start-up-Szene eingetaucht, was fasziniert Sie daran?

Hans Matthijse: Während meiner Tätigkeiten als CEO für verschiedenste Unternehmen lag mein Fokus eben meistens auf einer Firmenidee. Auch wenn man in Unternehmen in viele Richtungen denkt und Kreativität benötigt, gibt es Grenzen für eine Firma. In der Start-up-Welt ist das anders:

Hier kann ich unbegrenzt in viele Richtungen denken, und die geschäftliche Kreativität ist dynamischer, gedanklich facettenreicher, einfach bunter. Mit meinem Erfahrungsschatz

und den Ideen von jungen Menschen kann man Neues entwickeln. Das Spektrum ist grenzenlos, und man kann sein Netzwerk stetig vergrößern. Natürlich können Start-ups schneller und unkomplizierter auf die Industrie reagieren und mit einer gewissen Leidenschaft die Welt zu einem besseren Ort machen wie zum Beispiel mit dem Thema Nachhaltigkeit. Freilich, Start-ups laufen öfter ins Leere, weil man auch mit viel Leidenschaft und geschäftlichem Enthusiasmus gegen eine Mauer fahren kann.

MAX: Was war das erste Start-up, das Sie gefördert haben und warum, welche Rolle spielen dabei persönliche Sympathien?

Matthijse: Eines der ersten Start-ups war ein nachhaltiges: Pottsalat (pottsalat.de). Die Foodbranche in Deutschland boomt enorm und liefert immer mehr Ideen, die auch noch gut schmecken, zur Verbesserung unserer Welt. Pottsalat ist hier ganz vorn dabei: klimapositiv, nachhaltig und momentan voll auf Expansionskurs. Das macht mir Spaß. Und selbstverständlich muss die Chemie nicht nur innerhalb des Start-ups stimmen, auch jene zwischen Start-up und Advisor oder Investor sollte von Sympathie und Zuwendung geprägt sein.

MAX: Welche Kriterien müssen Start-ups erfüllen, damit sie von Ihnen gefördert werden?

Matthijse: Kompetente Gründer/Gründerinnen und eine spannende Idee sind schon mal die Basiszutaten für ein authentisches Start-up. Dazu kann die hohe Relevanz eines Produkts für einen interessanten Markt genauso spannend sein wie das Potenzial für ein internationales Roll-out, unterfüttert mit gut exekutierten Konkurrenzanalysen. Zudem wichtig sind gesunde Strukturen von Teamplayern, die sich mit den Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit befassen. Empathische Gründer und Gründerinnen sind mir übrigens sympathischer als Menschen, die dem schnellen Geld hinterherlaufen und denen die überlebenswichtigen Klimaziele ziemlich egal sind.

MAX: Bislang sind Sie vornehmlich in Deutschland aktiv, was macht die deutsche Start-up-Landschaft so attraktiv?

Matthijse: Mein Hauptfokus liegt in Deutschland, Österreich und den Niederlanden, allerdings bin ich ebenfalls international tätig, doch die Start-up-Szene kommt inzwischen gern nach Deutschland, weil einem hier viele Türen geöffnet werden. Es gibt Finanzierungsmöglichkeiten von Ministerien und einen guten Pool an Vertriebsmöglichkeiten. Nicht zuletzt ist eine gemeinsame Sprache in der Geschäftswelt unabdingbar, und ich bin im Niederländischen, im Englischen und im Deutsch sprachlich zu Hause. Auch



Die Biografie des Niederländers Johannes Nicolaas Josephus (kurz: Hans) Matthijse ist facettenreich. Studium der Hotellerie, danach Berater im Verteidigungsministerium, es folgten Auslandsaufenthalte und CEO-Positionen, etwa bei der Nordsee GmbH oder bei der Lieken AG. Schließlich: Advisor und Investor in Start-ups aus diversen Bereichen.

wenn ich Menschen und Ideen weltweit vernetzen kann, beginnt schon alles mit einem aktiven Netzwerk in Deutschland.

MAX: Wie wichtig sind Impulse von Start-ups für das Innovationstempo in Deutschland, können sie die Digitalisierung vorantreiben?

Matthijse: Etablierte Unternehmen und weltumspannende Konzerne richten ihren Blick immer öfter auf die Start-up-Szene, um sich Unterstützung, Inspiration und kritisches Feedback zu holen. Der Impuls ist also schon vorhanden, und strategische Kooperationen und Beteiligungen werden aktuell schon erworben. Allerdings ist eines leider immer noch wahr: Deutschland hinkt im europäischen Vergleich in Sachen Digitalisierung deutlich hinterher.

MAX: Ist das Förderungssystem auf Länder- beziehungsweise Bundesebene zu bürokratisch in Deutschland, was gilt es zu verändern?

Matthijse: Die Start-up-Förderungssysteme waren sicherlich starr und unbeweglich, jedoch zeigen sich seit einem Jahr deutliche Verbesserungen in der Politik. Deutschland wird als Start-up Standort durch den Zugang zum Kapitalmarkt gestärkt, und die Aufnahme von Eigenkapital wird erheblich erleichtert. Das ist ein sehr gutes Zeichen. Darüber hinaus gibt es verschiedenste Förderungsprogramme für den nationalen und internationalen Markt. Dennoch sind die Möglichkeiten sicherlich noch nicht ausgeschöpft.

Eines ist klar: Innovation ist nicht zum Nulltarif zu haben.

MAX: Was muss aus Ihrer Sicht passieren, damit sich besonders junge Menschen mehr trauen, früh zu gründen?

Matthijse: Am liebsten wäre mir, dass im Bildungssystem schon in der frühesten Phase über Projektarbeit die Selbstständigkeit von Kindern gefördert wird. Ein vorausschauendes Unternehmertum wird auch durch Kreativität gefördert. Kinder, Jugendliche, Hochschulabsolventen und Studierende könnten mit einem frischen Blick die eigene Selbstständigkeit als Quelle für ihre persönliche Entwicklung erfahren. Des Weiteren sind Vertrauen und Zusammenhalt der Start-up-Szene wie in Israel eine große Chance für einen offenen, gleichberechtigten und innovativen Austausch von Geschäftsideen in der Auseinandersetzung mit den Herausforderungen, die uns erwarten.

MAX: In Deutschland gilt das Scheitern einer Gründung noch immer als Makel – in den USA wird Scheitern dagegen als Chance für einen neuen Aufbruch betrachtet...

Matthijse: Das ändert sich gerade glücklicherweise. Es gibt gedanklich eine ähnliche Bewegung wie in den Vereinigten Staaten. Tatsächlich scheitern viele Start-ups, doch ich denke, dass Gründerinnen und Gründer dadurch auch positiv bewertet werden können, weil sie eben diese Erfahrung schon gemacht haben.

MAX: Im internationalen Raum unterstützen Sie die Ocean Born Foundation.

Matthijse: Die Ocean Born Foundation – www.oceanbornfoundation.org – ist eine Stiftung, die mich seit 2020 zutiefst bewegt. 100 Prozent des Gewinns fließen in Projekte zur Reinigung der Ozeane, und die internationalen Gründer bewegen mit einem sehr coolen Produkt, dem Ocean Beer, wichtige Themen für die Zukunft. Ich hoffe, dass ihnen viele Menschen folgen mögen. Momentan erweitern wir sogar die Angebotspalette um nachhaltige Lifestylemode, um mit den Gewinnen die Ozeane weiterhin zu schützen und wieder entschieden sauberer zu machen. Ich versuche, da, wo es geht Türen zu öffnen und bin strategischer Berater für Deutschland und die Benelux-Staaten. Das ist eine tolle Foundation, und ich wünsche mir mehr davon. Denn solche Unternehmen sind wichtig, damit wir unsere Klimaziele noch erreichen und unseren Kindern eine intakte Umwelt hinterlassen.