



Startschuss für die
Technisierung der Medizin.
Digitale Applikationen können
Körperfunktionen besser
überwachen als Ärzte. Das
steigert die Lebensqualität
von Patienten.

Illustration: Francesco Ciocciella

Kohle mit Zucker machen

Start-ups gibt es nicht nur im Silicon Valley, sondern auch im siebten Bezirk in Wien. Mit einer App für Diabetiker hat das österreichische Unternehmen My Sugr gerade Millionen verdient. Der Schweizer Roche-Konzern hat die Idee für alle Zuckerkranken dieser Welt gekauft.

Text **Fabian Schmid**

Frisches Gemüse zischt in einer Pfanne mit Olivenöl. Daneben ploppt die Bionade-Flasche, die von einem jungen Mitarbeiter geöffnet wird. Willkommen im derzeit heißesten Start-up Österreichs: My Sugr, das vor wenigen Wochen vom Schweizer Pharmagiganten Roche übernommen wurde. Über den Kaufpreis bei diesem sogenannten Exit herrscht Stillschweigen, von einer dreistelligen Millionensumme darf ausgegangen werden. Gemunkelt wird sogar von bis zu 200 Millionen Euro, womit sich My Sugr in die Top 3 der teuersten österreichischen Apps kaputtieren würde. Nur das von Adidas für 220 Millionen Euro geschluckte Runtastic und Kleinanzeigen-App Shpock (200 Millionen Euro) sollen mehr gekostet haben.

Geplant war das nicht. „In der Anfangsphase habe ich gar nicht gewusst, was ein Exit ist“, erzählt Designdirector Gerald Stangl, der das Start-up vor sieben Jahren mitgegründet hat. Ziel war es, eine App für Diabetiker zu entwickeln, mit der diese ihren Blutzuckerspiegel im Blick behalten können. Mitgründer und CEO Frank Westermann, selbst Diabetiker, kam damals die Idee, dass er sein altmodisches papierenes Diabetes-Tagebuch ja auch digital führen könnte. Und zwar am Smartphone, das man fast immer dabei hat. Mittlerweile ist aus dieser Idee ein Repertoire von Produkten mit starker Integration zu Diabetes-Geräten geworden: Damit Nutzer die App kennenlernen können, gibt es eine kostenfreie Basisvariante, die alle grundlegenden Stücke spielt. In der Pro-Variante, für die monatliche Abgebühren fällig werden, sind dann etwa der Insulin-Rechner, Mahlzeiten-Fotos oder Blutzucker-Erinnerungen inkludiert.

„Idealerweise sollte My Sugr kostenfrei sein“, sagt COO Anton Kittelberger. Die Monetarisierung erfolgt zusehends über Kooperationen. So übernehmen bereits einige Versicherungen in Deutschland ein umfassendes My-Sugr-Gesundheitsangebot für ihre Kunden. Diabetiker, die bei der Versicherungskammer Bayern oder der Union-Krankenversicherung sind, können etwa ein My-Sugr-Paket erhalten, in dem auch Teststreifen enthalten sind. Diese werden dann laufend nach Hause geliefert. Außerdem gibt es Coaches, die die App-Nutzer beraten können. „Wir sind ein Bottom-up-Unternehmen“, sagt Chefdesigner Stangl. Das heißt, dass die Vision für das Produkt aus der Perspektive des Endkunden ent-

steht. Das funktioniert so gut, dass mittlerweile rund eine Million Nutzer bei My Sugr aktiv sind.

Doch der Weg dahin war durchaus steinig, erzählt Stangl. Nach der Idee durch Frank Westermann holten die beiden Fredrik Depong, den Stangl bei einem Hackathon kennengelernt hatte, und ihren guten Freund Michael Forisch an Bord. Im Lauf eines Jahres hatte sich jeder dem Start-up verschrieben. Doch bis erstmals finanzielle Erleichterung herrschte, dauerte es fast fünf Jahre. Stangl: „Wir haben unser privates Geld, Zeit, in manchen Fällen sogar den Wohnort geopfert.“ Er schätzt sich glücklich, rasch das passende Gründerteam gefunden zu haben. „Wenn sich nicht alle gleich verpflichten, einer etwa nach zehn Stunden heimgeht, dann hat man schnell eine Schiefelage“, sagt Stangl. Das sei bei My Sugr aber nicht der Fall gewesen, auch wenn es bis April 2015 gedauert hat, bis finanziell erstmals Erleichterung herrschte. Lob gibt es für den staatlichen Start-up-Fonds AWS und INITS, die an der Entstehung von My Sugr „maßgeblich“ beteiligt gewesen sind. Nur zwei Jahre später folgte der Millionendeal mit Roche, der vom Anwalt Wolfgang Renner mit ausgehandelt wurde.

Patienten werden Kunden

„Start-ups müssen hart bleiben und selbstbewusst sein, wenn sie mit großen Konzernen verhandeln“, sagt Renner, der zu den Verhandlungen nichts Konkretes sagen darf. Er empfiehlt Start-up-Gründern, möglichst bald einen Anwalt an Bord zu holen, und zwar „nicht nur aus Eigeninteresse“. Denn spätere juristische „Aufräumarbeiten“ kosten unverhältnismäßig viel, rechtliche Klarheit sei Investoren und Käufern aber enorm wichtig und meist Voraussetzung für ein Investment. Typisch für die Start-up-Szene nennt Renner eine „ausgeprägte Unternehmenskultur“. Diese „ist oft, was Start-ups erfolgreich macht“.

Das dürfte auch bei My Sugr der Fall sein. Für Schlagzeilen sorgte, dass Mitarbeitern insgesamt eine Million Euro geschenkt wurde. „Das war eine Bauchentscheidung, die wir getroffen haben, bevor wir das Seidl Bier ausgetrunken haben“, erzählt Stangl von jenem Abendessen kurz nach der Fixierung des Exits, bei dem die Gründer diesen Schritt beschlossen haben. Es passt ins Bild, dass das Start-up bei einem Besuch vor Ort liefert. My Sugr scheint das Fleisch gewordene Klischee eines Silicon-Valley-Jungunternehmens zu sein, mitten

im siebten Bezirk in Wien. Herzstück des Büros ist ein Gemeinschaftsbüro, in dem etwas mehr als dreißig Mitarbeiter vor ihren Bildschirmen sitzen. Es ist erstaunlich still – für Besprechungen und Telefonate gibt es einen eigenen Raum. Dazu kommt der Eingangsbereich mit Küche, Getränkekühlschrank und – natürlich – einem Wuzeltisch. Auf dem großen Tisch neben der Kochfläche wird oft gemeinsam zu Mittag gegessen. „My Sugr ist eine Teamstory, und wir wollten, dass Leute das erkennen“, sagt Stangl zur Millionenausschüttung.

Doch um Geld ging es den Gründern anfangs nicht. Facebook-Chef Mark Zuckerberg sprach einst von einem „perversen System“ im Silicon Valley. „Menschen entscheiden sich oft dafür, ein Unternehmen zu gründen, bevor sie wissen, was sie machen wollen – und das finde ich extrem rückständig“, sagte er vergangenen Sommer. Die besten Firmen seien jene, die irgendeine Form von Veränderung vorantreiben wollen. Das sehen auch die Gründer von My Sugr so. „Es geht um die Frage, was ich beitragen kann, welchen Wert ich stiften will“, sagt Stangl. Dass rund ein Drittel des Teams selbst Diabetes hat, sieht er als großen Vorteil. „Wir fokussieren auf die Endkunden“, sagt COO Kittelberger. Besonders im Gesundheitsbereich gebe es „unendlich viele Apps, doch nur wenige nehmen das Thema tatsächlich ernst“. My Sugr habe etwa von Anfang an versucht, „saubere“ Arbeit zu leisten. Damit meint Kittelberger, dass die Daten der Kunden geschützt sind und regulatorische Hürden genommen werden. „Die meisten Anwendungen in der Branche werden für Ärzte entwickelt, die sie dann ihren Patienten empfehlen“, sagt Kittelberger. Das funktioniere aber nur selten.

An der Kundenfokussiertheit von My Sugr soll sich auch nach der Übernahme durch Roche nichts ändern. „Wir bleiben eigenständig; integrieren unbedingt notwendige Prozesse, dürfen aber nach wie vor offen sein“, erklärt Kittelberger. Derzeit sucht das Unternehmen Mitarbeiter, um weiter wachsen zu können. Der Bewerbungsprozess sei intensiv, denn später sollen die Mitarbeiter möglichst selbstständig arbeiten. „Als verantwortliche Manager und Gründer geben wir die strategische Richtung vor, aber das Team soll autonom agieren und viel Verantwortung übernehmen“, sagt Stangl. Besonders hoffen die zwei Manager darauf, dass sich unter den Bewerbern auch „schlaue Diabetiker“ befinden. —