

2021

SECOND EDITION

THE GROW [MAGAZINE]

GROW

THE GROW ENTREPRENEURS-
THE GROW RALLEY, THE GRO
WINETASTING, THE GROW SUMM
THE GROW PITCHROOM, SALS
GROW PODCAST, THE GROW TV
CLUB, THE GROW ROADSHOW
GROW GOLFTURNIER, THE GRO
SUMMER TIME, THE GROW CHA
SALSUP, THE GROW EXPERTS, T
TV, THE GROW ENTREPRENEURS
THE GROW RALLEY, THE GI
WINETASTING, THE GROW SUMM
THEGROWPITCHROOM, SALSUP,
MAGAZINE, THE GROW TV, T
CLUB, THE GROW ROADSHOW
GROW RALLEY THE GROW
PODCAST, THE GROW TV, THE
THE GROW ROADSHOW, THE GR

**CLUB, THE GROW ROADSHOW,
W GOLFTURNIER, THE GROW
MER TIME, THE GROW CHARITY,
UP, THE GROW EXPERTS, THE
V, THE GROW ENTREPRENEURS
/, THE GROW MAGAZINE, THE
OW WINETASTING, THE GROW
ARITY, THE GROW PITCHROOM,
THE GROW PODCAST, THE GROW
S-CLUB, THE GROW ROADSHOW,
ROW MAGAZINE, THE GROW
MER TIME, THE GROW CHARITY,
THE GROW EXPERTS, THE GROW
THE GROW ENTREPRENEURS-
V, THE GROW EXPERTS, THE
GOLFTURNIER, THE GROW
GROW ENTREPRENEURS-CLUB,
ROW RALLEY, ...**

... und all diese Highlights erwarten Sie als Unternehmer als Mitglied des neuen
THE GROW Entrepreneurs-Club. Mehr Informationen dazu ab **Seite 63**.

THE GROW

VORWORT	6
WER WIR SIND	10

GRÜNDER-STORIES

ANDRE BRAUN	12
DANIEL KRAUSS	14
MIRIAM WOHLFARTH	16
NEXT GENERATION - DIE KINDER DER GRÜNDER	18
WARUM STARTUPS SCHEITERN	20

POLITIK

DR. MARGARETE SCHRAMBÖCK: DIE STARTUP- LANDSCHAFT IN ÖSTERREICH	22
WOLFGANG BOSBACH: DEUTSCHLAND BRAUCHT MEHR MUT	24

WIRTSCHAFT

6 FRAGEN AN FRANK THELEN	26
INTERVIEW BERTRAM BROSSARDT	28
INNOVATION IM MITTELSTAND, WIE KANN DAS FUNKTIONIEREN?	30
TILO BONOW - DER MITTELSTAND HAT KURZE ARME, ABER TIEFE TASCHEN	34
IBRAHIM MEFIRE KOUOTOU: VOM ANGESTELLTEN ZUM CEO	35
VANESSA WEBER: WIR MÜSSEN AUS DER DECKUNG KOMMEN	36

WISSENSCHAFT

INTERVIEW PROF. DR. MICHAEL HÜTHER	38
VORURTEILE VON STARTUPS GEGENÜBER DEM MITTELSTAND	40
NACHFOLGEPROBLEMATIK - STATUS QUO & HERAUSFORDERUNGEN	42

PARTNER-SPECIALS

INTERVIEW MIT MARIO FÜRST	44
JÜRGEN ZWICKEL: MOTIVATION & FÜHRUNG	46
MICHAEL KÄFER: QUALITÄT AUS LEIDENSCHAFT	48
JULIEN BACKHAUS: UNTERNEHMERTUM BRAUCHT KREATIVITÄT	49
SCALUP: KICKSTARTER - ERFOLG AUF KNOPFDURCK	50

THE GROW ROADSHOW

SPEAKER-ÜBERSICHT	52
STARTUP PITCHES	56
THE GROW STUDIE: ERSTE ERGEBNISSE	60

ENTREPRENEURS-CLUB

ENTREPRENEURS CLUB LOCATIONS & CHAPTERS	62
HABE DIE EHRE MIT BERNHARD SCHINDLER	65
HONOR ENTREPRENEURS	66
ENTREPRENEURS CLUB CHARITY	66
ENTREPRENEURS CLUB ON TOUR	72
RÜCKBLICK: ENTREPRENEURS LUNCH	74
ENTREPRENEURS CLUB TERMINE	78
ENTREPRENEURS CLUB EXPERTEN	80

ÖKOVAATION VENTURES

ÖKOVAATION - DER NEUE TRENDBEGRIFF	88
WAS IST DIE ÖKOVAATION VENTURES?	90

SALSUP

SALSUP FEATURES	92
SALSUP HIGHLIGHTS: LIVE PITCHES & CLOSED SYSTEM	94

THE GROW - WHAT ELSE?

THE GROW PARTNER	100
THE GROW NEWS	102
THE GROW PODCAST & MEDIA	104
THE GROW MAGAZINE 3RD EDITION	106





POMMES & CHAMPAGNER? DIE ZUKUNFT HEISST ÖKOVAATION!

VORWORT VON BERNHARD SCHINDLER

Im Vorwort des zweiten THE GROW Magazins möchte ich gerne auf die Entstehung des „THE GROW Kosmos“ eingehen: 2019 dachte ich mir, es muss doch eine einfache und smarte Lösung geben, um Startups und Mittelstand miteinander zu matchen. Genau daraus entstand 2020 SalsUp, seit August 2021 mit 10 Millionen Euro bewertet, was mich und mein Team stolz macht. Doch bei der einen Idee sollte es nicht bleiben. Von Anfang an hatte ich die Vision im Kopf, nicht nur die Kooperation dieser Parteien, sondern auch die Bereiche Marketing, Mentoring, Finance, Sales und Network in einen Kreislauf beziehungsweise einem Ökosystem zusammen zu bringen.

Gemeinsam mit meinem Team habe ich diese Gedanken aufgeschrieben und besprochen, wie man dies aufbauen könnte und welche Parameter man benötigt. Dabei kam auch die Idee auf, einen eigenen Fonds aus dem Mittelstand zu gründen. Das Konzept wurde dann in den Monaten August und September 2020 konkreter, im Oktober gab es die erste Skizze einer Grafik und bereits im Dezember war die Mission geboren: Mitte 2021 sollte es einen eigenen Fonds geben, der es ermöglicht, dass Startups insbesondere aus dem Mittelstand finanziert werden. Dieser Fonds, in dem sich Mittelständler beteiligen, sollte das Herzstück werden und genau das haben wir mit der Ökovation Ventures GmbH und Co. KG geschaffen.

Die Ökovation Ventures verbindet mehrere Firmen, die als Kreislauf fungieren. Die digitale Plattform SalsUp, das Mentoring Programm Invest2Grow, das High-Performance Advertising von ScalUp, Kundenservice von ServiUp, Events und Außenwirkung bei THE GROW sowie Investments der Ökovation Ventures selbst. Egal über welchen Schritt ein Startup hineintritt, sei es über ein Mentoring oder über eine Finanzierung: es kann den gesamten Kreislauf durchlaufen und somit alles mitnehmen, was es braucht, um am Markt erfolgreich zu werden.

Ich bin sehr stolz, dass wir dieses System gemeinsam aus meiner Initiative heraus geschaffen haben. Es soll der Grundstein sein, um Startups in Deutschland, Österreich und der Schweiz und künftig auch in ganz Europa, zu skalieren, groß zu machen. Und das von der Idee über die Seed-Phase bis hin zu Series B.

Für mich ist es besonders wichtig, dass es mit der neuen Bundesregierung eine Community und eine Vertretung der Startups gegenüber den neuen Ministerien gibt. Das Thema Gründen muss mehr Beachtung finden und intensiver diskutiert werden. Das betrifft sowohl die Skalierung als auch die Unterstützung. StartUps sind der Mittelstand von morgen und aktuell – zumindest aus meiner Erfahrung – gibt es kein rechtliches Modell, das sicherstellt, dass StartUps auch zum Mittelstand von morgen werden können, wenn sich im Rahmen nichts ändert. Deswegen finde ich auch ganz klare Worte, was getan werden muss, um die Gründer:innen viel besser und intensiver zu unterstützen.

Es geht nicht nur um einzelne Hilfs-Programme, sondern um viel mehr. Es geht darum, Ideen im DACH-Raum zu behalten und nicht zu verlieren. Hierzu bedarf es auch einem Bürokratieabbau: es muss heute möglich sein, innerhalb einer Woche eine GmbH zu gründen! Nur so schaffen wir eine einzigartige Kombination aus Champagner und Pommes. **Übrigens: diese Kombination ist sehr sexy!**

Ihr Bernhard Schindler



Bernhard Schindler
Chairman THE GROW



WAS FÜR EIN JAHR

VORWORT VON GEROLD WOLFARTH

Was für ein Jahr, was für Monate, was für eine Zeit. Die letzten Wochen haben von uns allen unheimlich viel abverlangt. Wir waren mit neuen Situationen konfrontiert, mit Krisen und Katastrophen. Und gleichzeitig haben wir unzählige wertvolle Erfahrungen sammeln dürfen und großartige Menschen getroffen.

Im April und Mai fanden die THE GROW-Events in Wien und Zürich statt. Damals haben wir bereits den THE GROW Entrepreneurs Club vorgestellt. Und wir sind stolz zu verkünden, dass dem THE GROW Club nach drei Monaten bereits 100 fantastische Entrepreneurinnen aus dem DACH-Raum angehören.

Der Austausch unter den Mitgliedern ist bereits in vollem Gange. Neben zahlreichen Besuchen bei unseren Entrepreneurinnen zum Beispiel in Berlin, Tirol oder München fand bereits das erste Club Event statt. So konnten wir beim Entrepreneurs Lunch im Juli mit Vorträgen von Thomas Sattelberger, Christian Linder, Prof. Dr. Nadine Kammerlander und Wolfgang Bosbach den Austausch zwischen den Unternehmerinnen und Unternehmern fördern und innovative Ansätze präsentieren.

Ein besonders wichtiger Aspekt des Clubs liegt im Bereich Charity. Wir freuen uns, dass wir Spenden für die „Nicolaidis YoungWings Stiftung“ und für „s Münchner Herz“ sammeln und übergeben konnten.

Auch in der Flutkatastrophe standen wir zusammen und haben neben klassischen Spenden auch durch eine Weinauktion Gelder für die Unterstützung von Betroffenen in Höhe von über EUR 40.000 aufbringen können. Die Solidarität, die sich hierbei in den letzten Wochen gezeigt hat, ist für mich ein unheimlich schönes Zeichen des Zusammenhalts.

Der THE GROW Summit 2021 ist das absolute Highlight unserer diesjährigen Veranstaltungsreihe. Auf meinem eigenen Firmen-Campus freue ich mich über den Besuch unserer Experten und Stammgäste sowie toller weiterer Teilnehmer aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik in Endsee. Außerdem dürfen sich die besten Startups der DACH-Region bei diesem Event präsentieren und vom Austausch mit Unternehmerinnen und Unternehmern profitieren.

Wir hoffen, dass Sie dabei sind und auch in den kommenden Monaten mit uns gemeinsam Startups und den Mittelstand zusammenbringen, damit wir den Wirtschaftsstandort DACH-Region nach vorne bringen.

Ich freue mich auf alles, was da noch kommt.

Ihr Gerold Wolfarth

Gerold Wolfarth,
Chairman THE GROW



THE GROW –
DAS ERSTE FORMAT
VOM MITTELSTAND FÜR
UND MIT STARTUPS,
UM INNOVATIONEN IM
DACH-RAUM UND IN EUROPA
ZU FORCIEREN.

WIR SIND THE GROW

PITCHROOM

ENTREPRENEURS-CLUB

ROADSHOW

SALSUP

RALLEY

WIESN PARTY

GOLFTURNIER

EXPERTS

WINETASTING

PODCAST

SUMMER TIME

TV

CHARITY

MAGAZIN

THE GROW



WIR WOLLEN EUROPA DIGITALISIEREN

INTERVIEW MIT ANDRÉ BRAUN



WIE HAT DEINE GRÜNDER-GESCHICHTE BEGONNEN?

Ich komme nicht aus einer Unternehmerfamilie, sondern bin in eher schwierigen Verhältnissen und mit einer Pflegefamilie aufgewachsen. Mit 14 habe ich eine Ausbildung zum Erzieher begonnen und parallel Fivee Media gegründet. Ein Youtube Consulting Netzwerk für Brands, die die Generation Z ansprechen wollten. Wir haben hier eng mit Influencern zusammengearbeitet und als Full-Service Agentur Creators von Management über Videoproduktion bis hin zu Merchandising unterstützt. Die Firma haben wir dann letztes Jahr verkauft.

WIR WOLLTEN MARKEN HELFEN, WERBUNG ZU SCHALTEN, DIE NICHT PEINLICH IST UND GUT KONVERTIERT.

Die Story, wie mein Plutus Co-Founder Marko Kraemer und ich uns gefunden haben ist ziemlich witzig: Ein 15-Jähriger und ein 17-Jähriger – auch ein Kerl, der mit 9 Jahren schon die ersten Minecraft Sachen verkauft hat – finden sich auf LinkedIn. Wir haben uns dann schnell persönlich getroffen und es war sofort klar, dass das sowohl geschäftlich als auch freundschaftlich gut passt. Am gleichen Abend ging dann auch schon unsere Website online. Nachdem wir uns 20 Tage kannten, haben wir beschlossen, gemeinsam Silvester in Serbien zu verbringen und haben dort in zwei Wochen die Plutus GmbH gegründet.

DU WARST SEHR JUNG BEI DEINER ERSTEN UNTERNEHMUNG. WIE HAT DEIN UMFELD ANFANGS REAGIERT? GAB ES VIELE KRITIKER?

Ich habe sehr viele Freunde, die auch junge Gründer sind und bin negativen Reaktionen deswegen nie so wirklich begegnet, mein Umfeld hat recht positiv reagiert. Zu Beginn habe ich lange mit meinen Pflegeeltern diskutiert, aber der Businessplan hat das Übrige getan.

ICH WAR FUCKING 14, WAS HÄTTE DENN PASSIEREN SOLLTEN?

Ich denke das ist für mich eher eine Frage der Zukunft und Gegenwart, denn die Projekte werden nicht weniger. Es ist deswegen schwierig, weil dein Umfeld es mitmachen muss, wenn du 20 Stunden am Tag arbeitest und am Wochenende entsprechend schlapp bist. Es gibt dann aber auch wieder Monate im Sommer, wenn das Geschäft gut läuft und man sich zum Brainstormen für längere Zeit gemeinsam ins Ausland flüchten kann.

WAS TREIBT DICH AN, SO VIELE UND IMMER WIEDER NEUE PROJEKTE UMZUSETZEN?

Unsere gesamtheitliche Vision ist es, Europa zu digitalisieren. Wir sind zuversichtlich, dass wir das mit unseren verschiedenen Projekten erreichen werden: von Kommunen und Städten wie Frankfurt, über Einzelhändler, Bäckereien, Fachverlage und Fahrschulen über Angebote wie Videoproduktion oder Social Media Management. In jedem der Projekte verfolgen wir das Ziel, der innovativste Anbieter zu sein.

Jede der Unternehmungen hat einen eigenen Geschäftsführer und Projektleiter, aber alle stehen hinter unserer gemeinsamen Vision. Wir wollen Europa zu dem machen, was es immer war: ein attraktiver Wirtschaftsstandort mit sicherer Lebensqualität. Das fängt damit an, dass ich in der Bahn problemlos Videokonferenzen abhalten kann und geht bis hin zur Online-Bestellung und Lieferung meines Lieblings-Bäckers um die Ecke.

WAS WAR AUS DEINER SICHT DEIN GRÖSSTER ERFOLG?

Nicht der Verkauf von Fivee, sondern die Gegenwart. Wir haben ein wahnsinnig tolles Team mit so vielen intelligenten Menschen. Jetzt in der aktuellen Situation merken wir jeden Tag wie wir uns weiter übertrumpfen und die Agentur-Szene aufmischen. Wir wollen die deutsche Microsoft Teams Alternative werden, das erste komplett digitale Schulungsportal auf die Beine stellen und Vieles mehr. Wir haben ganz frisch eine neue, kostenfreie Corona Multi-Service App auf den Markt gebracht. Mit dieser kann man einen Slot bei einer Teststation buchen, bekommt das Ergebnis danach digital auf das Handy und kann sich damit 48 Stunden per QR-Code „ausweisen“ und so zum Beispiel Zugang zu bestimmten Events, Geschäften und Freizeitangeboten bekommen.

DAS, WAS JETZT KOMMT, IST DER GRÖSSTE ERFOLG.

Kürzlich wurde der 18-jährige Andre Braun, CEO von Plutus, von der FAZ als „digitaler Zauberer“ bezeichnet. Wir haben mit ihm über seine Gründer-Story und die wichtigsten Erfolgsfaktoren für StartUps gesprochen.



Andre Braun, jüngster Entrepreneur bei THE GROW, CEO Plutus

WELCHE FAKTOREN HABEN DAFÜR EINE ROLLE GESPIELT?

Unsere Mitarbeiter, das Netzwerk und die Kontakte. Man braucht außerdem Durchhaltevermögen und die Sturheit, das zu machen, was man möchte. Es kommt schon Mal vor, dass man ein Jahr auf der Stelle tritt, aber dann muss man weitermachen genau das Ziel weiterverfolgen, das man sich gesetzt hat.

Netzwerken ist das Wichtigste: Das Schöne am Netzwerken ist, dass du was machst, was nicht dein Business ist. Wenn du neue Leute kennlernst, kannst du ihnen deine Vision weitergeben. Mit jedem Mal wird deine Vision besser und du lernst, ein gesundes Standing zu halten und dazu zu stehen, was du sagst.

Transparenz und Zuverlässigkeit sind enorm wichtig im eigenen Netzwerk. Wenn du rausgehst und der Meinung bist „wir sind die Krassesten und Coolsten“ dann lernst du auch nie die Leute kennen, die besser sind als du. Junge Gründer sind oftmals nicht ehrlich genug und positionieren sich stärker, als sie sind. Das Schlimme ist, dass sich Kunden oft darauf verlassen.

MACHT EUCH NICHT GRÖßER ALS IHR SEID. SEID EHRlich UND TRANSPARENT, DANN KOMMT IHR BEI DEN MENSCHEN BESSER AN.

Wenn wir diese Kunden dann anrufen, vertrauen sie uns nicht mehr und das ist schade. Jeder ist ein wesentlicher Teil der Digitalisierung. Aber leider verursachen 99% der Agenturen, die Probleme, mit denen wir jeden Tag kämpfen.

WIE HAST DU DIE RICHTIGEN LEUTE FÜR DEIN TEAM GEFUNDEN?

Ich war Speaker bei einer Agentur und habe mich schnell mit deren Geschäftsführer Oliver Stoldt angefreundet, der Gott und die Welt kennt. So fand ich mich irgendwann zu einem Essen in Frankfurt mit Dr. Stefan Söhngen wieder, der hauptberuflich Relationer ist. Er hat mich durchpositioniert und dadurch ist mein Netzwerk explodiert. Über diese beiden habe ich viele große Leute kennengelernt – so bin ich zum Beispiel auch regelmäßig mit Christian Lindner im Austausch.

Genau das braucht man als StartUp. Wenn du dieses Netzwerk nicht hast, kannst du es zwar trotzdem schaffen, brauchst aber 5 Jahre länger. So schnell wie sich unser Netzwerk derzeit weiterentwickelt, so schnell sind wir im Backend gar nicht.

GRÜNDER BRAUCHEN EIN GUTES NETZWERK, DAS GUT GEPFLEGT WIRD. WENN MAN SEINE VISION NACH AUSSEN TRÄGT, KOMMT DAS GUT AN UND WENN MAN EINMAL DRIN IST, KOMMT EINS ZUM ANDEREN.

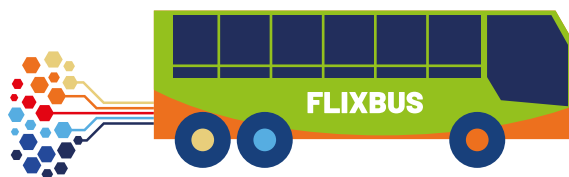
WAS SOLL DER NÄCHSTE SCHRITT MIT PLUTUS SEIN?

Wir wollen den Schritt von Digitalisierung zu Automatisierung gehen. Und wir wollen neben Mittelstands-Kunden auch Kleinstunternehmen betreuen. Dafür gehen wir auch Kooperationen mit namhaften Unternehmen, wie zum Beispiel Radio Frankfurt ein, um für deren Kunden da zu sein. Wir wollen den guten Service einer Top-Agentur mit Automatisierung kombinieren. Dabei haben wir aber einen echten professionellen Projektmanager, der hinten dran sitzt. Das ist der nächste große Schritt ein Ecosystem aus vier bis fünf Plattformen bis Juni oder Juli auf den Markt bringen.

ODER PLANST DU SCHON DEINE NÄCHSTE FIRMA?

Weitere Firmen ja, aber im Plutus Ökosystem. Unsere Vision wird uns sicherlich noch 10 Jahre auf Trapp halten, danach lassen wir uns etwas Neues einfallen.

Was mir noch besonders wichtig ist zu sagen: Wir planen aktuell keinen Exit. Wir können gar kein Exit-getriebenes Unternehmen sein, da wir aufgrund des Themas und unserer Produkte zu hohe Ausgaben haben. Aber das ist uns egal, darauf kommt es uns nicht an; wir zahlen uns auch selbst keine hohen Management-Gehälter aus.



FÜR MICH IST GRÜNDER SEIN ECHTE SELBSTVERWIRKLICHUNG

INTERVIEW MIT DANIEL KRAUSS

WIE KAM DIE IDEE ZU FLIXBUS? UND WIE WAREN DIE ERSTEN REAKTIONEN AUS DEINEM UMFELD?

Die Busplattform war der Beginn und entstand zufällig. Wir haben ein halbes Jahr überlegt und unterschiedlichste Ideen gesponnen – auch eine Geriatrie-Idee hatte es aufs „Treppchen“ geschafft. Wir wollten etwas Echtes erschaffen, etwas das Menschen bewegt – dass es dann wortwörtlich dazu kam, war ein Zufallsprodukt.

Irgendwann gab es einen Spiegel-Bericht über den Fernbus-Markt. In England war das schon ganz normal, bei uns gab es nur Bahn, Flugzeug und Auto – und die Preise waren auch nicht zum Jubeln. André war als Kommunalpolitiker noch näher an diesem Thema dran und am meisten an der Idee interessiert. Er hat uns dann klargemacht, wie groß der Markt ist, der sich liberalisiert und wir haben beschlossen mitzumischen.

SPANNEND, IN EINEM DIR VÖLLIG UNBEKANNTEN FELD ZU GRÜNDEN!

Tatsächlich macht es sehr viel Sinn. Wenn man die Kriterien betrachtet, die für den Erfolg ausschlaggebend sind, landet die Marktgröße auf dem ersten Platz, gefolgt von Team und Idee. Wenn Menschen nur der Idee nachhaken, kann das zu narrow-minded sein und die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns oder eines nur durchschnittlichen Erfolges erhöhen.

DU WARST ZUVOR BEI SIEMENS UND MICROSOFT – WIE KAM DER TURN ZUM GRÜNDER?

Ich hatte coole erste Arbeitgeber, habe dort aber auch gelernt, dass ich meines eigenen Glückes Schmied werden will. Es war klar, dass Jochen und ich uns selbstständig machen wollten. Wir waren ewig zusammen auf der Suche und hatten 2005 schon ein kleines Consulting-Unternehmen.

Subjektiv betrachtet liebe ich es, gesamtverantwortlich zu sein und bin ein Workaholic. Microsoft hat eine Leistungskultur, aber du hast immer eine schützende Hülle, die dich davor bewahrt, dass etwas Schlimmes passiert. Aber auch davor, dass etwas sehr Schönes passiert.

Ich mag es, am Ende die Verantwortung zu tragen und denke es gibt so etwas wie das „Unternehmer-Gen“. Das ist sicherlich nicht für jedermann und -frau etwas, aber ich find's geil. Ich mag die „Echtheit“ und dass man Misserfolge direkt mitbekommt. Für mich ist Gründer sein, echte Selbstverwirklichung und ich kann mit Stolz sagen, dass ich in der Maslowschen Bedürfnis-Pyramide die oberste Stufe erreicht habe.

IN WENIGEN WORTEN: WAS WAREN DIE GRÖSSTEN VERÄNDERUNGEN FÜR DICH AUF DEM WEG VOM STARTUP ZUM UNICORN FLIXMOBILITY?

Irgendwann machst du nicht mehr alles selbst, musst delegieren lernen und dich auf deine Führungsaufgabe konzentrieren. Du musst die Führungskräfte führen und bist trotzdem für die Rahmenbedingungen verantwortlich.

Ich Sorge dafür, dass die komplette Mannschaft optimal arbeiten kann.

WAS WAREN DEINE TOP LEARNINGS WÄHREND DIESER ZEIT?

Als Gründer bist du immer auch ein Stück naiv und hast einen großen Wunsch. Die Wahrheit ist, dass alles, was schiefgehen kann, schiefgehen wird. Es wird sich nicht einfach fügen und in der Realität trifft Murphys Law immer zu.

Wie wichtig ein handverlesenes, kulturell harmonisierendes Team ist. Du solltest Personalentscheidungen, wen du einstellst, nie ganz aus der Hand geben. Die Chemie oder Komposition muss stimmen wie bei einer Top Fußballmannschaft.

WELCHE ROLLE HABEN KOOPERATIONEN BEIM AUF- UND AUSBAU VON FLIXMOBILITY GESPIELT?

Die Beziehungen zu unseren mehreren hundert Mobilitäts-Partnern sind elementar und unser Kernansatz. Sie sind der Nukleus unseres Geschäftsmodells. Ansonsten wollten wir uns größtmögliche Unabhängigkeit bewahren, um nicht an Schnelligkeit zu verlieren.

WAS WIRD DER NÄCHSTE GROSSE SCHRITT FÜR FLIXMOBILITY?

Außerhalb von unserem Kernprodukt und der Internationalisierung: FlixTrain soll eine ebenbürtige Schwester werden. Das Geschäftsmodell ist dabei ähnlich wie bei den Bussen. Es ist ein Erfolgsrezept, das sich bewährt hat.



Daniel Krauss, Entrepreneur,
CIO/CHRO & Co-Founder, FlixMobility GmbH

WAS STELLST DU DIR UNTER MOBILITÄT DER ZUKUNFT VOR?

Der große und einzige bisher verbleibende Vorteil eines Verbrenner-Motors ist, dass er Strecken – und Größen-unabhängig ist. In Zukunft braucht es mehr bedarfsgerechte Mobilität. Ein kleiner Smart zum Einkaufen, mit dem Van nach Italien und immer mehr öffentliche Verkehrsmittel als Ergänzung. Flugmittel werden nur noch für interkontinentale Strecken Relevanz haben.

Das ganze Mobilitäts-System muss nahtlos funktionieren und ein einheitlicher Datenraum werden, der den Nutzen in den Mittelpunkt stellt. Die Anwendbarkeit muss deutlich einfacher werden – aktuell brauchst du über verschiedene Verkehrsmittel hinweg gefühlt 100 Einzel-Apps.

Es wird neue Speicher-Möglichkeiten geben. Es wird zu einer Renaissance der Verbrennungsmotoren kommen. Es wird um E-Fuels neue Brennstoffzellen-Technologie und selbst Themen wie Gas geben. Es muss eine höhere Technologieoffenheit geben, denn Mobilität wird komplexer und Technologie ist das A und O.

NEBEN MOBILITÄT: GIBT ES WEITERE THEMEN, FÜR DIE DU PERSÖNLICH BRENNST?

Bildung, vor allem kindliche und jugendliche Bildung. Nachhaltigkeit, denn jeder halbwegs umsichtige Mensch unserer Generation sollte das als Metathema unserer Zeit verstehen. Finanzen. Finanzsysteme interessieren mich einfach, von Aktien bis DFI Crypto.

KÖNNTEST DU DIR VORSTELLEN IN DIESEN BEREICHEN NOCH MAL ETWAS ZU GRÜNDEN?

(lacht) Sag niemals nie. Im Bereich NGO und Bildung eventuell, „for profit“ eher nicht.

WAS MÜSSEN WIRTSCHAFT UND POLITIK TUN, UM GRÜNDER:INNEN BESSER ZU UNTERSTÜTZEN?

Die Redner beim THE GROW Entrepreneurs Lunch haben den Nagel auf den Kopf getroffen.

REGULATORIK

Es kann nicht sein, dass die Umsetzung von einer Idee zu einer GmbH so kompliziert ist. In den baltischen Staaten geht das alles digital in wenigen Minuten. Dass es bei uns einen Notar braucht, ist absolut veraltet, geradezu mittelalterlich.

FINANZIERUNG

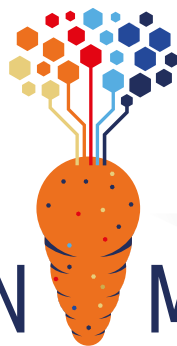
Die Finanzierungsangebote sind schon besser geworden – vor allem für Early Stage StartUps. Aber danach wird es eng, da kommt das Kapital meist aus den USA oder Kanada und das ist schade.

TALENT

Wir haben zu wenig qualifiziertes Talent. Nicht weil wir zu viele „Dumme“ haben, sondern weil wir schlichtweg zu wenig Menschen haben. Es gibt genug zu tun, aber wir haben nicht genug qualifiziertes Personal in allen Bereichen – das zieht sich vom Handwerk bis Data-Science.

WAS WÜNSCHT DU DIR VON DEN GRÜNDER:INNEN VON MORGEN?

Ich wünsch mir mehr Gründerinnen und auch mehr Investorinnen. Weil es immer noch zu einseitig ist und das sollten wir ändern. Menschen sollen Ihre Idee nicht ewig mit sich rumschleppen, sondern machen. Scheitern ist ok, es kann nicht immer aufs erste Mal klappen. Wenn du den Reiz verspürst, probier's einfach aus.



GRÜNDEN MUSS EIN BERUFSWUNSCH WERDEN

INTERVIEW MIT MIRIAM WOHLFARTH

NACH DEM ERFOLGREICHEN AUFBAU VON RATEPAY - WIE KAM DIE IDEE ZU BANXWARE?

Die erste Idee ist durch Kundenbedürfnisse entstanden. Ich habe immer sehr nah am Kunden gearbeitet und so den Bedarf nach einer besseren Lösung für einfache Liquidität (auf Marktplätzen) erkannt. Das hat mich nicht mehr losgelassen und ich begann mich damit genauer zu beschäftigen.

Es stellte sich heraus: da gibt es eine große Marktlücke. Zwar existierten viele Anbieter für normale Kredite, aber kein Unternehmen, das sofort Liquidität und das Geld am gleichen Tag anbieten kann. Warum das wichtig ist? Als Unternehmen benötigt man für die unterschiedlichsten Dinge Geld, um zu wachsen und das oftmals sehr ad hoc. Stell dir vor du bist ein kleiner Händler, der für einen großen Feiertag investieren möchte. Zum Beispiel in Online-Marketing und 2-3 Aushilfskräfte, damit du mittelfristig mehr Umsatz machen kannst. Wir können anhand echter Umsätze unserer Kunden sehen, dass das keine sterbenden Unternehmen sind, die verzweifelt nach Geld Ausschau halten. Wir unterstützen damit aufstrebende Firmen.

HATTEST DU RESPEKT DAVOR, WIEDER ZU GRÜNDEN?

Ich bin eher der Gründer- als Management-Typ. Strategie und Budgets sind immer sehr theoretisch und ich arbeite lieber Hands-On. Das macht mir mehr Spaß und jetzt war genau die richtige Zeit, so was zu machen. Ich habe noch genügend Energie, ein gutes Netzwerk, viele Kontakte und viel Wissen über die Branche. Auch meine Mitgründer kennen die Themen sehr gut und so ist es cool, gemeinsam noch mal ganz neue Sachen zu lernen.

STICHWORT NETZWERK: WELCHE ROLLE HAT DIESES BEIM AUF- UND AUSBAU DEINER UNTERNEHMEN GESPIELT?

Bei Ratepay hatte ich noch kein gutes Netzwerk und dadurch war es schwieriger, Termine oder Finanzierungen zu bekommen. Das eigene Netzwerk gibt einem die Möglichkeit zum Austausch, bringt Sicherheit und nimmt Sorgen: „sollte es schiefgehen, habe ich mein Netzwerk“.

Es ist so wichtig, Fragen stellen zu können. Eine Person allein kann nicht Experte für Banken-Regulatorik, KI, Produktvermarktung, Vertrieb und Programmieren sein. Ich plädiere dafür, dass jeder dieser Bausteine funktionieren muss. Deswegen glaube ich fest an diverse Teams.

Viele Gründer:innen sind leider sehr verkopft und können ihr Produkt im Zweifel nicht optimal präsentieren. Wenn du aber ein Unternehmen schaffen möchtest, musst du Kunden und Kooperationen gewinnen. Technologie kann so gut sein, wie sie will, am Ende man muss es verkaufen können. Deswegen ist der Vertrieb extrem wichtig – und oft unterschätzt.

WAS WAREN DIE GRÖSSTEN HERAUSFORDERUNGEN WÄHREND DEINER GRÜNDUNGEN?

Bei Ratepay die Kapitalbeschaffung und Finanzierung. 2009 fand wegen der Finanzkrise niemand Finanzprodukt auch nur annähernd sexy. Wir wurden von den VCs fast ausgelacht, zudem hatte niemand von uns eine Gründungshistorie oder einen Elite-Uni Abschluss. Schlussendlich hat das Netzwerk und ein Kontakt geholfen, einen Business-Plan zu schreiben und uns geholfen, richtig auf die Investoren zuzugehen. Danach war es schwer, da wir uns innerhalb des Gründerteams zerrüttet haben.

Am Ende war ich allein verantwortlich und musste ganz offen meine Schwächen kommunizieren. Durch den transparenten Umgang war das Verhältnis mit den Investoren sehr von Vertrauen geprägt und das war ein gutes Learning.

Als wir mit Banxware angefangen haben, sah die Welt noch anders aus. Es war Herbst 2019 und mein Co-Founder Jens und ich haben auf einer Konferenz an der Idee gesponnen. Wir konnten schnell eine Bank finden, die mitmachen wollte, haben den ersten MVP gebaut, einen Pilot-Kunden ausgewählt und schon im Februar 2020 war alles bereit für den Start.

Dann kam Corona, der ausgewählte Kunde sprang ab und unsere Bank – die Wirecard-Bank – ging in die Luft. Wir mussten erst alles wieder aufbauen, wie bei einem umgefallenen Jenga, und das hat viel Zeit gekostet.

WELCHE TIPPS WÜRDDEST DU ANDEREN GRÜNDER:INNEN MITGEBEN?

1. Einfach mal machen und nicht ewig warten. Die Abenteuerlust wird definitiv belohnt, denn es macht Spaß zu sehen, wie aus der eigenen Idee etwas ganz Großes wird.
2. Keine Angst und Zweifel haben, was passiert, wenn es scheitert. Nur 1 von 10 Startups schafft es, deswegen muss man daran glauben.
3. Man muss immer wieder aufstehen und nicht direkt verzweifeln, wenn etwas schief läuft. Fehler sind Teil des Prozesses.
4. Möglichst jung und mit kleinem Kapitalgründet. Hat man erst mal eine Wohnung, Kinder und allerhand Versicherungen ist das finanzielle Risiko viel größer.

STÖRT ES DICH, DASS FINANZEN OFT ALS „LANGWEILIG“ GELTEN UND VIELE MENSCHEN SICH NICHT DAMIT BESCHÄFTIGEN WOLLEN?

Es ist schade, weil es jeden betrifft. Jeder muss sich mit seinen Finanzen auseinandersetzen, jeder macht es, aber keiner spricht darüber. Ich finde die Entwicklungen, die derzeit stattfinden, unglaublich spannend. Es gibt zum Beispiel immer mehr vertikalisierte Plattformen und Nischen-Marktplätze. Ich glaube sehr stark daran, dass Einfachheit und Fokussierung auf ein spezielles Vertical Erfolg bringen.

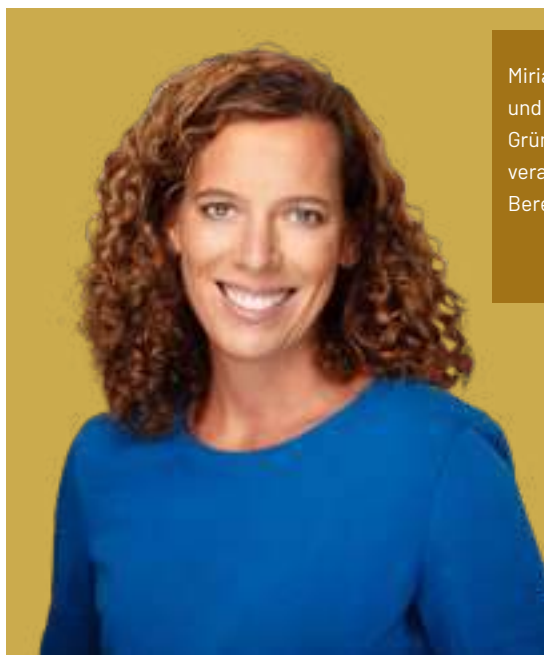
Es herrscht eine große Nachfrage nach Finanzprodukten. Erfolgreiche Ökosysteme brauchen verschiedene Produkte und auch integrierte Finanzdienstleistungen – ähnlich einer Bank. Ein digitales Zuhause für eine Zielgruppe. Menschen sehnen sich nach Schnelligkeit und Einfachheit sowie intuitiven Oberflächen und Prozessen.

Die Rolle der Banken wird sich ändern. Die Bank muss zum Menschen kommen und nicht andersherum. Und das nicht mehr als „Bank“ sondern als integrierte Lösung innerhalb einer Plattform, die für den Kunden die größte Relevanz hat. Eine Umfrage hat ergeben, dass wenn Marken wie Lidl oder Amazon Konten anbieten würden, die Menschen das zu großer Zahl in Anspruch nehmen würden.

WAS MUSS DIE POLITIK TUN, UM GRÜNDER:INNEN BESSER ZU UNTERSTÜTZEN?

Es gibt bereits viele Initiativen wie den Zukunftsfonds, aber es muss mehr passieren und die Wirtschaft muss stärker an Startups herangeführt werden und Kooperationen schließen. Hier brauchen wir eine Brücke zwischen Mittelstand und Startups, denn der Mittelstand will digitalisieren und die Startups brauchen Kunden. Auch der Staat muss verstärkt mit Startups arbeiten und könnte eine Quote bei öffentlichen Ausschreibungen einführen. Israel ist hier ein Vorzeigeland für Innovation. Der Staat fördert die Szene aktiv, wodurch es wahnsinnig viele, große Startups gibt.

Bilder und Rollenvorbilder müssen sich ändern. Es braucht Kinderbetreuung für weibliche Gründer. Ich habe nie aufgehört zu arbeiten und wurde dafür viel angefeindet. Dabei habe ich ein tolles Verhältnis zu meiner Tochter. Es muss hier mehr passieren und das Thema Kinder muss ein Familien- kein Frauenthema werden.



Miriam Wohlfarth ist Geschäftsführerin und Gründerin der Ratepay GmbH sowie Gründerin der Banxware GmbH und verantwortet in beiden Unternehmen die Bereiche Marketing und Vertrieb.

Miriam Wohlfarth, Entrepreneurin, Gründerin und MD von Ratepay & Banxware

Es braucht mehr Flexibilität für Eltern und mehr Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau denn als Eltern ist man gemeinsam für ein Kind verantwortlich.

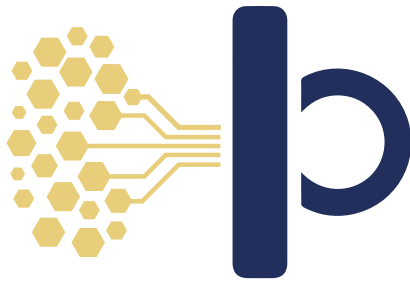
Es handelt sich um ein Gesellschaftsthema: es muss aus den Köpfen raus, dass eine Mutter eine Rabenmutter ist, wenn sie wegen einem Kind nicht zurückstecken will. Das hält viele Menschen vom Gründen ab und das ist schade, denn es gibt zu wenige Gründerinnen in Deutschland.

WIE SIEHST DU DIE ZUKUNFT DER BILDUNG, EINEM DEINER HERZENS-THEMEN?

Die Bildung muss sich dem Wandel anpassen. Schulen müssen zeigen, was die Berufe der Zukunft sind und die Fächer sollten hinterfragt werden. Gründen sollte mehr und mehr ein Berufswunsch werden. Die Zeit, in der bestimmte Fächer gelehrt werden, könnte auch für neue Fächer genutzt werden – zum Beispiel Alltagswissen, digitale Skills und Programmieren. Unser altbackenes Schulsystem muss reformiert werden. Und das ist aufgrund des föderalistischen Systems schwer. Wir brauchen Reformen, sonst bekommen wir nie eine Einigung und neue Wege, um schnellere Entscheidungen zu treffen.

Wir haben einen Fachkräftemangel und benötigen mehr Mitarbeiter mit digitalen Fähigkeiten. Wenn wir nicht mit Innovation Schritt halten, wird unser Wohlstand verloren gehen, denn das aktuelle System funktioniert nicht mehr – und hier müssen wir eben in den Schulen ansetzen.





NEXT GENERATION? – DIE KINDER DER GRÜNDER

BEOBSACHTUNGEN UND GESPRÄCHE MIT DER NEUEN GENERATION

DASS UNTERNEHMER:INNEN EINE EMOTIONALE BINDUNG ZU IHRER FIRMA HABEN, ERKLÄRT SICH VON SELBST. JAHRELANGER UNERMÜDLICHER EINSATZ FÜR DAS UNTERNEHMEN, UNZÄHLBARE ARBEITSSTUNDEN UND DER UNERSCHÜTTERLICHE GLAUBE AN DIE EIGENE GESCHÄFTSIDEES. UND DIE KINDER DIESER UNTERNEHMER:INNEN? PROFITIEREN INDIREKT MIT VOM ERFOLG.

DOCH WIE GEHT ES WEITER, WENN DIE SENIORIN ODER DER SENIOR AN DEN RUHESTAND DENKT? WAR ES FRÜHER FAST GANG UND GÄBE, DASS DIE KINDER VON FIRMENINHABERN DEN FAMILIENBETRIEB ÜBERNEHMEN, SIEHT DIE SITUATION HEUTE GANZ ANDERS AUS. NUR NOCH ETWA 50 PROZENT DER UNTERNEHMEN WERDEN INNERHALB DER FAMILIE AN DIE NÄCHSTE GENERATION WEITERGEGEBEN.

SINA TRINKWALDER ist Unternehmerin, Gründerin und Geschäftsführerin der ökosozialen Textilfirma Manomama. Außerdem ist sie Leiterin einer Digitalagentur, Investorin, Buchautorin – und Mutter. Beim Thema Nachfolge hat sie eine klare Meinung.

„Ein mittelständischer Unternehmer muss sich sehr frühzeitig damit auseinandersetzen, dass er nicht über das ewige Leben verfügt. Und je schneller und je früher er das macht umso einfacher wird es. Es ist wichtig, sich von Tag eins an klarzumachen: ich habe eine Führungsverantwortung, aber ich bin nicht unersetzlich. Wenn man sich das vor Augen hält, dann ist es auch nicht ganz so schwer, eine neue Generation ans Ruder zu lassen. Seien es die eigenen Kinder oder nicht.“

Was aus meiner Sicht problematisch ist, ist die krampfhaften Einstellung ‚Mein Sohn muss das einmal übernehmen.‘ Mein eigener Sohn ist 16 Jahre alt. Er hätte sogar die Auswahl aus mehreren Firmen. Aber er sagt auch ganz klar: ‚Mama, das ist dein Ding. Lass mich erst mal mein Ding machen.‘

Es ist meines Erachtens ganz wichtig, keinen Druck auf die Folge-Generation auszuüben. Denn Druck ist nie gut. Ohne eigene Überzeugung in die Fußstapfen der Eltern zu treten, macht keinen Sinn. Häufig werden auch die Wunschvorstellungen von Eltern in den Nachwuchs hineinprojiziert. Dabei kann es durchaus vorkommen, dass ein Unternehmer Kinder hat, die keine unternehmerischen Talente haben. Und das ist nicht dramatisch, es ist völlig okay.“

Sie hätte die Firma ihres Vaters übernehmen können, wollte aber nicht: **KATHARINA KREITZ**. Sie ist CEO & Founder der Vectoflow GmbH – ein Unternehmen das spezielle Sensoren im Bereich der Aerodynamik herstellt.

„Ich bin eine ‚böse Tochter‘. Denn ich habe das Unternehmen meines Vaters nicht übernommen. Und mein Vater sucht eigentlich händeringend einen Nachfolgekandidaten. Von meinen Geschwistern bin ich die Einzige, die passen würde. Aber ich möchte lieber mein eigenes Unternehmen groß machen, das meinen Interessen entspricht. Wir sind inzwischen 6 Jahre am Markt und gucken sogar selbst schon nach Firmen, die wir eventuell übernehmen würden. Die von meinem Vater gehört nicht dazu.“

Er hat mir das Unternehmer-Gen mitgegeben. Daher kann er sich nicht beschweren, dass ich meine eigene Firma gegründet habe. Er fand es sicherlich schade, aber er hat es akzeptiert.“

Ins eigene Firmenbusiness eingestiegen ist **EUGEN RUSS**. Nach vielen Jahren in Consulting-Unternehmen und als Gründer anderer Unternehmen, ist er nun als Managing Director bei Russmedia Equity Partners tätig. Daher kennt er auch potenzielle Problemfelder, die auf die nachfolgende Generation zukommen.

„Es gibt einen Aspekt, der alle ‚Übernehmer‘ beschäftigt. Und zwar: ‚Hätte ich es auch geschafft, wenn ich selbst gemacht hätte?‘ Ich glaube, das verfolgt jeden bis zu einem gewissen Grad. Doch ich habe bei meiner Entscheidung ganz klar die Vorteile gesehen. Es war eben schon viel Fundament da. Wir hatten für die Nachfolge-Regelungen eine professionelle externe Begleitung in Anspruch genommen. So war eindeutig geregelt ist, wie es vonstattengeht.“

Das ist wichtig, denn es treffen nun einmal zwei Perspektiven aufeinander. Die eine Person hat das Unternehmen aufgebaut und vielleicht über die letzten 40 Jahre erfolgreich geführt. Er oder sie war immer in der Position alles bestimmen zu können. Und dann kommt eine neue Person daher, die kein Mitarbeiter ist, sondern eigene Ideen mitbringt. Und auch den Anspruch hat, diese Ideen durchzusetzen. Da gibt es ein Konfliktpotenzial, das es von beiden Seiten zu bewältigen gibt. Beide Seiten müssen hier bis zu einem gewissen Grad kompromissbereit sein. Doch es lohnt sich.“

curious? JOIN the GROW!



Nachzuhören in der
Show-Aufzeichnung



5 GRÜNDE, WARUM STARTUPS SCHEITERN

URSACHE, WIRKUNG & DER WEG AUS DER KRISE

VIELE STARTUPS SCHEITERN BEREITS IN DEN ERSTEN JAHREN MIT IHREN GESCHÄFTSIDEEN. ES GIBT ZAHLREICHE GRÜNDE, WARUM SIE SCHEITERN. OFT IST ES NICHT NUR EIN FAKTOR, DER DAZU FÜHRT, DASS DER ERFOLG AUSBLEIBT, SONDERN DIE KOMBINATION AUS MEHREREN GRÜNDEN. WELCHE HAUPTGRÜNDE DAHINTERSTECKEN, ERFÄHRST DU IN DIESEM ARTIKEL.

SCHEITERN ALS CHANCE

Hierzulande schweigen Gründer und Investoren gerne über das Scheitern von Versuchen, etwas Neues aufzubauen. Das Scheitern gilt weiterhin als ein großer Makel.

Die Beteiligten kehren das schon mal gerne unter den Teppich. Aus einer gescheiterten Gründung können junge Unternehmer jedoch viel lernen. In den Vereinigten Staaten hat man bereits das Wichtigste an einer fehlgeschlagenen Gründung verstanden: sie ist eine Blaupause dafür, wie man es nicht machen sollte.

1. MARKTPROBLEME

Ein Hauptgrund für das Scheitern von Unternehmen ist, dass es für das Produkt, das sie entwickelt haben, keinen oder nur einen geringen Markt gibt. Hier sind einige häufige Symptome:

→ Es gibt keinen überzeugenden Usecase oder kein überzeugendes Ereignis, das den Käufer dazu veranlasst, sich tatsächlich zum Kauf zu verpflichten. Gute Vertriebsmitarbeiter werden dir sagen, dass man unter den heutigen schwierigen Bedingungen nur dann einen Auftrag erhält, wenn man Käufer findet, die richtig begeistert sind oder extreme „Schmerzen“ haben.

So spricht man auch davon, ob ein Produkt ein Vitamin (nice to have) oder ein Aspirin (must have) ist.

→ Die Marktgröße der Leute, die „Schmerzen“ haben und über Geldmittel verfügen, ist einfach nicht groß genug.

→ Das Markt-Timing ist falsch. Es kann sein, dass du deinem Markt ein paar Jahre voraus bist und er in diesem Stadium noch nicht bereit für deine spezielle Lösung ist.

2. SCHEITERN DES GESCHÄFTSMODELLS

Eine weitere häufige Ursache für das Scheitern von StartUps besteht darin, dass Gründer zu optimistisch sind, wie einfach die Kundengewinnung sein wird. Sie gehen davon aus, dass sie eine interessante Website, Dienstleistung oder ein interessantes Produkt entwickeln und die Kunden ihnen die Türe einrennen. Das mag bei den ersten Kunden der Fall sein, aber danach wird die Kundengewinnung schnell zu einer teuren Aufgabe. In vielen Fällen sind die Kosten für die Kundenakquise (CAC) tatsächlich höher als der Lebenszeitwert dieses Kunden (CLV).

Dass du in der Lage sein müssen, deine Kunden für weniger Geld zu akquirieren, als sie während der gesamten Dauer Ihrer Geschäftsbeziehung mit ihnen an Wert generieren werden, ist verblüffend offensichtlich. Dennoch schenken die überwiegende Mehrheit der Gründer der Ermittlung realistischer Kundenakquisitionskosten nicht genügend Aufmerksamkeit.

KONZENTRIERE DICH AUF DAS, WORAUF ES BEI DEINEM GESCHÄFTSMODELL ANKOMMT:

→ Kannst du einen skalierbaren Weg finden, um Kunden zu gewinnen?

→ Kannst du diese Kunden dann zu einem deutlich höheren Preis als die Akquisitionskosten monetarisieren?

Es kann sehr hilfreich sein, die Dinge in solchen einfachen Fragen zu betrachten.

3. SCHWACHES MANAGEMENTTEAM

Ein weiteres Problem, das zum Scheitern von StartUps führt, ist ein schwaches Managementteam. Ein gutes Managementteam ist klug genug, um die Gründe 2, 4 und 5 zu vermeiden. Schwache Managementteams machen Fehler in mehreren Bereichen:

→ Sie haben oft eine schwache Strategie und bauen ein Produkt, das niemand kaufen will. Dabei haben sie nicht genug getan, um die Ideen vor und während der Entwicklung zu validieren. Dies kann sich bis hin zu schlecht durchdachten Strategien für die Markteinführung auswirken.

→ Sie sind in der Regel schlecht in der Umsetzung, was dazu führt, dass das Produkt nicht richtig oder nicht rechtzeitig entwickelt wird und dass die Markteinführung schlecht umgesetzt wird.

→ Sie werden schwache Teams unter sich aufbauen. Es gibt ein bewährtes Sprichwort: A-Spieler stellen A-Spieler ein, und B-Spieler können nur C-Spieler einstellen (weil B-Spieler nicht für andere B-Spieler arbeiten wollen). Der Rest des Unternehmens wird also schwach sein und die schlechte Ausführung wird sich weiterverbreiten.

4. DAS GELD GEHT AUS

Ein vierter wichtiger Grund für das Scheitern von StartUps ist, dass ihnen das Geld ausgeht. Eine wichtige Aufgabe des Geschäftsführers ist es, zu wissen, wie viel Cash noch vorhanden ist und ob das Unternehmen damit einen Meilenstein erreichen kann, der zu einer erfolgreichen Finanzierung oder zu einem positiven Cashflow führt.

MEILENSTEINE FÜR DIE BESCHAFFUNG VON FINANZIELLEN MITTELN

Die Bewertungen eines StartUps ändern sich im Laufe der Zeit nicht linear. Nur weil zwölf Monate vergangen sind, seit Sie Ihre erste Finanzierungsrunde aufgenommen haben, bedeutet das nicht, dass Sie jetzt mehr Geld wert sind. Um eine Erhöhung der Bewertung zu erreichen, muss ein Unternehmen bestimmte wichtige Meilensteine erreichen. Für ein Softwareunternehmen könnten diese etwa wie folgt aussehen (dies sind keine festen Regeln):

- Fortschritte bei der Bewertung in der Seed-Runde: Ziel ist es, ein wesentliches Risikoelement zu beseitigen. Das könnte das Einstellen eines wichtigen Teammitglieds sein, der Nachweis, dass ein technisches Hindernis überwunden werden kann, oder der Bau eines Prototyps und die Reaktion von Kunden.
- Das Produkt im Betatest und eine Kundenvalidierung. Wenn das Produkt fertig ist, aber noch keine Kundenvalidierung vorliegt, wird sich die Bewertung wahrscheinlich nicht wesentlich erhöhen. Der Teil der Kundenvalidierung ist viel wichtiger.
- Das Produkt wird ausgeliefert, und einige frühe Kunden haben dafür bezahlt, verwenden es in der Produktion und berichten über positives Feedback.
- Die bei einer Erstveröffentlichung üblichen Probleme mit der Produkt-/Marktanpassung (es fehlen einige Funktionen, die sich in den meisten Verkaufssituationen als erforderlich erweisen usw.) wurden weitgehend beseitigt. Es gibt erste Anzeichen dafür, dass das Geschäft anläuft.
- Das Geschäftsmodell ist erprobt. Es ist nun bekannt, wie man Kunden akquiriert, und es wurde bewiesen, dass dieser Prozess skaliert werden kann. Die Kosten für die Kundenakquise sind akzeptabel niedrig, und es ist klar, dass das Geschäft profitabel sein kann, da die Einkünfte aus jedem Kunden diese Kosten übersteigen.

→ Das Geschäft hat sich gut entwickelt, benötigt aber zusätzliche Mittel, um die Expansion weiter zu beschleunigen. Dieses Kapital könnte für die internationale Expansion oder für die Beschleunigung der Expansion verwendet werden, oder um den Bedarf an Betriebskapital zu decken, wenn das Unternehmen wächst.

Ein häufiges Problem ist, dass einem StartUp die finanziellen Mittel ausgehen und es nicht in der Lage ist, weiteres Kapital zu beschaffen, um den nächsten Meilenstein zu erreichen. In vielen Fällen ist es immer noch möglich, Cash zu beschaffen, aber die Bewertung wird deutlich niedriger ausfallen.

WANN SOLLTE MAN DAS GASPEDAL DURCHTRETEN?

Eine der wichtigsten Aufgaben eines CEO ist es, zu wissen, wie man das Gaspedal bedient. In der Anfangsphase eines Unternehmens, während das Produkt entwickelt und das Geschäftsmodell verfeinert wird, musst du das Gaspedal sehr leicht anziehen, um finanzielle Mittel zu sparen. Es macht keinen Sinn, viele Vertriebs- und Marketingmitarbeiter einzustellen, wenn das Unternehmen noch dabei ist, das Produkt so weit fertig zu stellen, dass es wirklich den Marktbedürfnissen entspricht. Dies ist ein weit verbreiteter Fehler, der nur dazu führt, dass das Unternehmen schnell verbrennt und viel Frustration entsteht.

Auf der anderen Seite kommt der Zeitpunkt, an dem sich das Geschäftsmodell bewährt hat. Das ist der Zeitpunkt, an dem du das Gaspedal kräftig durchdrücken solltest. So stark, wie es die dem Unternehmen zur Verfügung stehenden Kapitalressourcen erlauben. Mit „Geschäftsmodell hat sich bewährt“ ist gemeint, dass Daten verfügbar sind, die schlüssig zeigen, wie hoch die Kosten für die Gewinnung eines Kunden sind (und dass diese Kosten bei der Skalierung beibehalten werden können), und dass du in der Lage bist, diese Kunden mit einer Rate zu monetarisieren, die deutlich über den CAC liegt.

Als CEO, der zum ersten Mal ein Unternehmen leitet, ist es oftmals schwierig zu wissen, wie du zu diesem Zeitpunkt reagieren sollst. Bis jetzt hast du wie besessen auf jeden Penny der Unternehmensfinanzen aufgepasst und die Ausgaben zurückgehalten. Plötzlich musst du einen Schalter umlegen und anfangen, aggressiv zu investieren, bevor der Umsatz steigt. Dies kann die Einstellung mehrerer Vertriebsmitarbeiter pro Monat oder die Ausgabe beträchtlicher Summen für SEM bedeuten. Diese Umstellung kann sehr kontraintuitiv sein.

5. PRODUKTPROBLEME

Ein weiterer Grund für das Scheitern von StartUps ist, dass es ihnen nicht gelingt, ein Produkt zu entwickeln, das den Bedürfnissen des Marktes entspricht. Dies kann entweder an der einfachen Ausführung liegen. Es kann aber auch ein weitaus strategischeres Problem sein, nämlich das Scheitern bei der Anpassung von Produkt und Markt.

In den meisten Fällen entspricht das erste Produkt, das ein StartUp auf den Markt bringt, nicht den Marktbedürfnissen. Im besten Fall braucht es ein paar Überarbeitungen, um die Passung zwischen Produkt und Markt zu erreichen. In den schlimmsten Fällen liegt das Produkt völlig daneben und muss komplett überdacht werden. Wenn das passiert, ist das ein klares Anzeichen dafür, dass sich das Team nicht die Mühe gemacht hat, seine Ideen vor und während der Entwicklung mit den Kunden zu überprüfen.

VERHINDERE DAS SCHEITERN DEINES STARTUPS MIT SALSUP

Wer ein Unternehmen gründen möchte, geht natürlich ein hohes Risiko ein. Die Überlebenswahrscheinlichkeit über 5 Jahren ist sehr gering und fordert vom Gründungsteam wirklich alles. Wer jedoch die größten Herausforderungen einer Unternehmensgründung kennt, kann sich gegen das Scheitern wappnen.

Um das Scheitern bestmöglich zu verhindern, bietet SalsUp StartUps die optimale Umgebung, um Kooperationen mit dem Mittelstand und Investoren zu starten, gemeinsam zu wachsen und Werte zu leben. Unter anderem durch die SalsUp Plattform, die THE GROW Roadshow und den THE GROW Entrepreneurs Club ergibt sich ein einzigartiges Ökosystem für die nachhaltige Entwicklung von Innovationen. Außerdem gibt es mit der Ökovation Ventures AG die erste eigene Fondsgesellschaft, um gezielt in die innovativsten StartUps zu investieren.

Um das Angebot hochkarätig zu erweitern, bietet SalsUp demnächst ein in Europa einzigartiges Programm zur Finanzierung von StartUp-Skalierungen. StartUps bekommen durch Kampagnen der Ökovation Ventures AG finanzierte Investitionen und Unterstützung in SEO-Marketing. Dabei entstehen für StartUps keinerlei Kosten hinsichtlich Sales.



Dr. Margarete Schramböck, Bundesministerin
für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort,
Österreich



DIE STARTUP-LANDSCHAFT IN ÖSTERREICH – WAS TUT DIE REGIERUNG?

EINSCHÄTZUNGEN VON DR. MARGARETE SCHRAMBÖCK

Die jungen Gründerinnen und Gründer sind das Salz in der Suppe der österreichischen und der europäischen Wirtschaft. Wir müssen für sie Rahmenbedingungen schaffen, die nicht wie ein Korsett sind, sondern wie ein Sprungbrett. Und das beginnt schon sehr früh.

Deswegen unterstützen wir junge Menschen bereits in der Schule. Es gibt zum Beispiel das Programm „Jugend Innovativ“, bei dem sie lernen, wie Gründen funktioniert und bei dem sie aber auch die Kultur des Scheiterns lernen. Wie ist es denn, einmal nicht erfolgreich zu sein? Sie müssen lernen, dass das keine Brandmarkung ist, sondern etwas ganz Normales im Wirtschaftsleben. Und wenn man in Projekten scheitert, dann heißt es aufstehen und weitermachen. Nicht jedes Startup wird von Anfang an erfolgreich sein. Und das ist auch ganz normal. Gerade im deutschsprachigen Raum in Deutschland, der Schweiz und in Österreich

haben wir einiges zu tun, den jungen Menschen auch diese Kultur des Scheiterns mitzugeben.

Das Zweite, was wir tun können, ist finanziell unterstützen. Ich freue mich sehr, dass wir dieses Jahr fünf Milliarden Euro für die Investitions-Prämie beschlossen haben. Wir sind die einzigen in ganz Europa die das tun. Davon profitieren KMU genauso wie viele Startups, denn deren Geschäftsmodelle benötigen diese Investitionen.

Wir sprechen hier über 14 Prozent Cash, welches die Unternehmen für jede Digital-Investition und für jede ökologische Investition zurückbekommen. Damit wollten wir einen Schwerpunkt setzen auf die Zukunftsthemen. Denn digitale Transformation ist das Schlüsselthema für den Erfolg. Es macht die Unternehmen krisenfester. Es sichert viele Arbeitsplätze und vor allem für die Startups ist diese Unterstützung wichtig.

Gerade sie sind besonders daran beteiligt, die großen Probleme der Menschheit zu lösen. Da geht es um das Thema Lebensmittelversorgung.

Es geht um das Thema Bildung. Und es geht um das Thema der neuen Produktionsformen. Dazu tragen Startups sehr viel bei.

Europa ist in der Technologieführerschaft weit zurückgefallen. Die einzigen, die uns hier helfen können, sind die Startups. Denn die großen Firmen sind schon abgewandert. Da waren wir in der Vergangenheit naiver als wir sein sollten. Unternehmen wurden verkauft und jetzt müssen wir sehen, wie wir weiterkommen. Darum müssen wir die Startups jetzt bei der Skalierung unterstützen. Wenn sie wachsen, müssen wir sie viel stärker am europäischen Markt unterstützen. Das tun wir im Moment noch nicht ausreichend.

**ICH GLAUBE, ES IST DAS WICHTIGSTE,
DASS WIR DAS JETZT NICHT NUR ANKÜNDIGEN,
SONDERN UMSETZEN.**



Nachzuhören in der
Show-Aufzeichnung

SIE SIND EIN VERBAND, GRÜNDERZENTRUM, HOCHSCHULE ODER UNIVERSITÄT?

LADEN SIE ALLE IHRE STARTUPS UND CORPORATES EIN
ZUM MATCH: WIR BIETEN IHNEN DIE SALSUP PLATTFORM
INHALTSBELADEN UND KOSTENLOS IN IHREM LOOK & FEEL AN!

UND WIR SIND SCHON ERFOLGREICH DABEI:

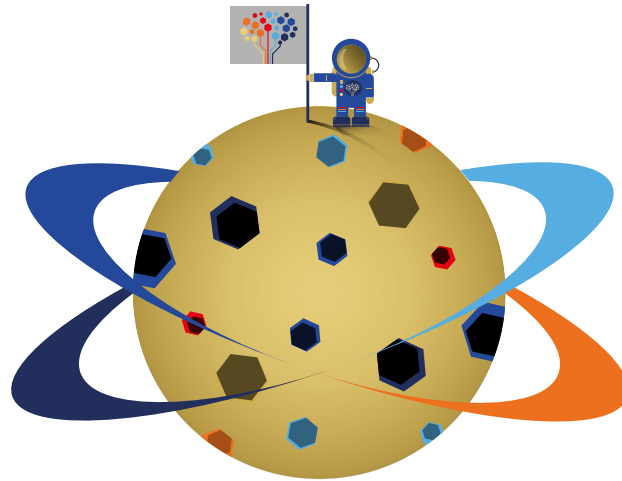


WWW.SALSUP.DE



SALSUP

IHR ANSPRECHPARTNER:
DENNIS STANGL DENNIS.STANGL@SALSUP.DE



DEUTSCHLAND BRAUCHT MEHR MUT!

INTERVIEW MIT WOLFGANG BOSBACH

WAS MÜSSEN WIR WIRTSCHAFTSPOLITISCH, FINANZPOLITISCH, STEUERPOLITISCH TUN, DAMIT WIR NACH DER PANDEMIE MÖGLICHTST RASCH WIEDER ZUR ALTEN WIRTSCHAFTSKRAFT ZURÜCKKEHREN?

Wir dürfen nie vergessen, dass es zwei große Denkschulen gibt. Die eine Denkschule sagt ‚Wohlstand erreichen wir am besten durch Umverteilung, durch neue oder höhere Steuern.‘ Das andere Denkmodell lautet ‚Wohlstand durch Arbeit, durch Fleiß, durch Innovation.‘ Und schon sind wir beim Thema.

Wenn Sie an eine Schultafel schreiben würden: „Ende des Wachstums“. Da würden viele Schülerinnen und Schüler unterschreiben. Ja, wir können ja nicht immer mehr auf Wachstum setzen. Ressourcenverbrauch, Klimawandel und so weiter sind die Themen. Wenn Sie jedoch darunter schreiben „Ende des Wachstums an sozialen Leistungen“. Dann werden die gleichen rufen ‚Nein, das muss immer weitergehen.‘

Es gibt einen untrennbaren Zusammenhang zwischen der Wirtschaftskraft eines Landes und der sozialen Leistungsfähigkeit.

IST EINE VERNEINUNG DES WACHSTUMS EIN RAUB AN DER ZUKUNFTSPERSPEKTIVE DER MENSCHEN?

Ja, denn es geht nicht um Wachstum um des Wachstums willen, sondern es geht um Wachstum und moderne, innovative Produkte und Dienstleistungen. Darum die Voraussetzungen für Prosperität auf ganz anderen Gebieten zu schaffen. Das ist einmal die gute Situation auf dem Arbeitsmarkt, eng gekoppelt mit dem Thema Berufsausbildungsplätze. Und das betrifft den Bereich der Sozialpolitik.

Gerade die DACH-Region hat ein hohes Maß an sozialer Stabilität und gesellschaftlicher Festigkeit. Das verdanken wir der Tatsache, dass wir Sozialstaaten haben, die dank Wirtschaftskraft in der Lage sind, soziale Ungleichheit bis zu einem gewissen Grad auszugleichen. Das gilt für das Thema öffentliche Aufgaben, finanziert durch die Wirtschaftskraft, und es betrifft das Thema öffentliche Ausgaben. Dass wir nicht immer weiter die Verschuldung ausdehnen zu Lasten zukünftiger Generationen.

Wachstum ist kein Selbstzweck, sondern Wachstum ist eine Voraussetzung dafür, dass wir wirtschaftliche und gesellschaftliche Stabilität in unseren Ländern behalten. Das eine hängt eng mit dem anderen zusammen.

Wir werden Bereiche haben, die einfach nicht mehr die wirtschaftliche Kraft und Prosperität haben wie in der Vergangenheit. Wir sehen das am deutlichsten beim Thema Energiewende. Wir steigen aus der klassischen Verstromung bis 2038 aus. Das Thema erneuerbare Energien hat mittlerweile eine überragende Bedeutung, die immer größer werden wird. Es geht also in erster Linie um qualitatives Wachstum. Es geht nicht um mehr Ressourcenverbrauch, um einen größeren CO₂-Abdruck.

Sondern es geht darum, dass wir in einer Welt, die sich – nicht nur bei uns – dramatisch verändert, in der DACH-Region in der Lage bleiben, ebenfalls mit modernen Produkten und Dienstleistungen, mit neuen innovativen Ideen auf die Märkte zu gehen. Märkte, die wir heute viel schneller erobern müssen, als es in der Vergangenheit der Fall war.

Nachzuhören in der Show-Aufzeichnung





Wolfgang Bosbach, Honor Entrepreneur und Politiker

WIE ERREICHEN WIR DENN MEHR MUT ZUM RISIKO UND ZUR SELBSTSTÄNDIGKEIT, GERADE AUCH IN DEN ZUKUNFTS-TRÄCHTIGEN GESCHÄFTSBEREICHEN?

Es ist ein fundamentaler Unterschied, ob ich sage: ‚Der ist gescheitert. Dem vertraue ich jetzt nicht mehr.‘ Oder ob ich sage: ‚Der ist mit seinem Geschäftsmodell gescheitert. Aber er hat es wenigstens einmal versucht.‘

Deswegen wünsche ich mir eine politisch-inhaltliche Auseinandersetzung. Also wie muss die Politik die Rahmenbedingungen verändern, um Startups und junge Unternehmen zu unterstützen, um Venture Capital zu mobilisieren und um in die technologische Zukunft zu investieren? Das ist die Seite der politischen Rahmenbedingungen. Die andere Seite ist die gesellschafts-politische Debatte um das Thema Risiko.

Ich habe das in meinem Freundeskreis erlebt. Mein bester Freund hatte zwei grandiose Ideen zeitgleich. Mit der einen Idee ist er kläglich gescheitert. Mit der zweiten Idee ist er zu einem wohlhabenden Mann geworden. Und es gab niemand in unserem Freundeskreis, der sich von ihm abgewendet hat, weil er gescheitert ist. Jeder hat gesagt ‚der hat es wenigstens versucht‘. Und beim zweiten Mal hat es geklappt.

Da haben wir aber oft noch eine etwas andere Kultur als z. B. in den USA. Deshalb wünsche ich mir in Deutschland oder in der DACH-Region ein politisches, ein gesellschaftliches Klima, in dem wir nicht mit dem Finger auf den zeigen, der es nicht geschafft hat. Sondern wo wir ihn loben, indem wir sagen, ‚er hat es wenigstens versucht‘. Und wo wir uns dann die Frage stellen, warum er gescheitert ist. Vielleicht waren die Rahmenbedingungen so, dass er es zu diesem Zeitpunkt gar nicht schaffen konnte.

Wenn wir den jungen Menschen oder denen, die an den Start gehen, schon vorab das Gefühl geben, dass sie auf keinen Fall scheitern dürfen, dann werden wir so eine Art Vollkasko-Mentalität bekommen. Jeder, der mit neuen Produkten oder neuen Ideen an den Start geht, weiß schon selbst, dass es ein Riesenerfolg werden kann, aber auch eine große Enttäuschung.

**WACHSTUM IST KEIN SELBSTZWECK,
SONDERN WACHSTUM IST EINE VORAUSSETZUNG
DAFÜR, DASS WIR WIRTSCHAFTLICHE UND
GESELLSCHAFTLICHE STABILITÄT IN UNSEREN
LÄNDERN BEHALTEN. DAS EINE HÄNGT ENG MIT
DEM ANDEREN ZUSAMMEN.**



DIE AUSLESE GEHÖRT LEIDER DAZU

6 FRAGEN AN FRANK THELEN

1. WELCHE PRODUKTE UND/ODER DIENSTLEISTUNGEN VON JUNGEN UNTERNEHMEN WERDEN DIE GEWINNER DER NÄCHSTEN JAHRE SEIN?

In den nächsten fünf Jahren werden Gründer mehr denn je neue Basis-Technologien verwenden können. Also Blockchain, 5G, 6G, 3D-Druck, Quantencomputer, neue Algorithmen, unendliche Rechen-Kapazitäten der Cloud usw. Wer das geschickt nutzt und dann ein – bildlich gesprochen – zehnmal besseres Produkt, einen zehnmal besseren Service anbietet, der ist der Gewinner. Wer das nicht tut, wird wahrscheinlich keinen Erfolg haben. Denn es gibt ja glücklicherweise viele kluge Köpfe, die auch Zugriff zu Kapital haben und damit genau diese neuen Produkte und Dienstleistungen entstehen. Also es ist das, was Erfolg haben wird. Es ist aber auch das, was notwendig ist, für bereits etablierte Unternehmen, weil wir eine Menge toller neuer Services erleben werden.

2. 70% ALLER STARTUPS ÜBERSTEHEN DAS ERSTE FIRMIENJAHR NICHT. WORAN LIEGT DAS IHRER MEINUNG NACH UND WIE KANN DIES VERHINDERT WERDEN?

Muss man fairerweise sagen, diese Auslese, so hart das ist, gehört dazu. Weil ansonsten könnte jeder einfach nur ein Startup gründen und hätte mit einer hohen Wahrscheinlichkeit Erfolg. Was sind Möglichkeiten, um eine bessere Erfolgchance zu haben? Das eine ist Erfahrung. Dass man sich Leute ins Team holt. Weil man jedoch gerade erst am Start ist, ist es nicht einfach diese Leute für

sich zu begeistern. Oftmals haben diese Menschen weitere Optionen, also z.B. sehr hohe Gehälter oder Beteiligung. Aber wenn man erfahrene Leute mit an Bord holen kann, ist das sehr hilfreich. Natürlich gehört auch eine Finanzierung dazu. Je mehr Kapital man hat und umso mehr Versuche man hat, das Produkt am Markt zu platzieren.

Aber auch hier wieder die Herausforderung: Wie begeisterst du Kapitalgeber von deinem jungen Unternehmen? Also das ist glaube ich ein normaler Auslese-Prozess und Gründer müssen versuchen besser zu pitchten, bessere Talente zu generieren. Aber am Ende des Tages wird es bei einer ähnlichen Quote bleiben. Denn wäre die Quote auch niedriger, dann wären die neuen Ideen nicht ambitioniert genug, sondern würden nur in bestehende Business-Modelle reingehen. Und das wäre dann vielleicht okay, aber auch kein wirklicher Erfolg. Und deswegen, ja, das Startup Leben ist hart.

3. WAS IST DIE TOP KERNKOMPETENZ, DIE EINE GRÜNDERIN ODER EIN GRÜNDER HEUTZUTAGE HABEN MUSS?

Ich glaube, die wichtigste Eigenschaft für Gründer ist die Passion für das, was er oder sie erschaffen will. Dieses „Ich brenne dafür, ein Flugzeug elektrisch anzutreiben, denn Ich glaube Öl verbrennen ist der falsche Weg.“ Oder „Ich brenne dafür, mehr Transparenz in den Jobmarkt reinzubringen, weil ich glaube, dass da heute Dinge intransparent sind und Leute Werte abgreifen, was nicht okay ist.“ Oder „Ich brenne dafür, den perfekten Smoo-

thie auf den Markt zu bringen, weil die Produkte heute nicht gut sind. Und ich will, dass die Leute sich gut ernähren.“

Wofür auch immer du brennt, das Wichtigste ist, dass du eine ganz klare Vision hast und dich nicht ablenken lässt. Es wird Leute natürlich geben die sagen „du schaffst das alles nicht“. Und es werden Leute sagen „das Produkt macht keinen Sinn“. Aber du als Gründer musst für dein Produkt, deine Vision brennen und sie wirklich auch ohne Wasser durch die Wüste tragen. Und das ist die wichtigste Kernkompetenz.

4. WELCHE BRANCHEN SOLLTEN GANZ BESONDERS AUF INVESTITIONEN IN STARTUPS SETZEN UND WESHALB?

Ich glaube, dass alle großen etablierten Player mit Startups kooperieren sollten. Warum? Sie haben oftmals Services, die neu, anders, besser, agiler sind. Startups bringen etwas zu den etablierten Unternehmen, was diese selbst nicht haben. Nämlich neue Gedanken und Mut.

Auf der anderen Seite hat aber das Großunternehmen viel Kapital, starke Vertriebsstrukturen, eine gute Organisation, um z.B. Dinge zu zertifizieren oder direkt in die Läden zu bringen. Ich glaube, diese Kooperation zwischen Startups und großen Unternehmen ist für beide Seiten ein sehr guter Weg. Und ich würde mich freuen, wenn wir davon noch mehr sehen würden.

5. WELCHE SIND DIE DREI WICHTIGSTEN SCHLÜSSELFAKTOREN, DIE DAFÜR SORGEN, DASS UNSERE BESTEN INNOVATIONSTRÄGER NICHT LÄNGER IN DIE USA UND NACH CHINA ABWANDERN?

Um das Talent hier in Deutschland und Europa zu halten, brauchen wir eine mutige Politik. Wir haben es nicht mal geschafft ein ESOP-Programm, also Employee Stock Option Program, auf den Weg zu bringen, das steuerlich und vom Handling her Sinn macht. Olaf Scholz hat das ganz klar blockiert. Das heißt, man gründet ein Startup und eigentlich möchte man jedem im Team eine Beteiligung ermöglichen. Sodass jeder die Chance hat, Vermögen aufzubauen.

Und wir kriegen das nicht hin. Und deswegen glaube ich einfach, dass die Politik sich trauen muss, hier die richtigen Rahmenbedingungen für Startups zu etablieren. Die sind vom deutschen Startup Verband und anderen Quellen ganz klar definiert. Es ist klar, was zu tun ist, aber die Politik traut sich leider bis heute nicht, das Ganze umzusetzen.

Frank Thelen ist ein europäischer Seriengründer, Technologie-Investor und TV Persönlichkeit. Als Gründer und CEO von Freigeist Capital konzentriert er sich auf Frühphasen-Investitionen wie Lilium Aviation, Xentral, Wunderlist, Ankerkraut oder YFood. Er veröffentlichte die beiden Bestseller „Startup-DNA“ und „10xDNA“.

Wir brauchen niedrigere Steuern z.B. für Venture Capital Fonds. Wir brauchen die Möglichkeit, dass die Rente, in der sehr viel Kapital gebunden ist, auch z.B. in Aktien investiert. Dann wird der Aktienmarkt wieder ein Katalysator für Venture Capital. Und nur wenn Venture Capital an den Aktienmarkt übergeben kann, können große Unternehmen entstehen.



Frank Thelen, Gründer, CEO von Freigeist Capital und Autor

6. WELCHE POLITISCHEN VERÄNDERUNGEN SIND NOTWENDIG, UM EINE BESSERE FÖRDERUNG VON STARTUPS ZU ERZIELEN?

Der Wähler muss wählen. Und man sollte sich die Wahlprogramme genau durchlesen. Vieles was sich zunächst grün und toll anhört, wird am Ende des Tages der Startup-Kultur schaden. Wir brauchen eine faire, offene Marktwirtschaft. Wir brauchen Mitarbeiterbeteiligungsprogramme.

Wir brauchen eine andere Wirtschaftspolitik. Die konnte in der GroKo aktuell nicht umgesetzt werden. Und deswegen ist jede einzelne Stimme wichtig, die sich für Parteien einsetzt, die das richtige Programm haben, um Startups zu fördern. Die dann wie Biontech oder CuraVac hoffentlich Antworten finden auf die großen Herausforderungen der Welt.

Auch wenn es Rückschläge gibt. Also wir brauchen mutige Investoren. Wir brauchen einen funktionierenden Markt. Von der Mitarbeiterbeteiligung über einen IPO. Und da muss sich jeder fragen, in welchem Parteiprogramm man das findet.



DIE INNOVATIONEN VON STARTUPS SIND DER FRISCHE WIND IN DER M+E INDUSTRIE

INTERVIEW MIT BERTRAM BROSSARDT

HERR BROSSARDT, WAS VERSTEHEN SIE PERSÖNLICH UNTER MODERNEM UNTERNEHMERTUM?

Das frühzeitige Erkennen wohin Entwicklungen gehen, welche Auswirkungen sie haben und das Treffen von Entscheidungen, die für die Zukunft notwendig sind – und zwar anhand von handfesten Fakten. In Bayern hat dieses Unternehmertum Tradition und insbesondere in der bayerischen M+E- Industrie gibt es hierfür hervorragende Beispiele.

IHRE ÜBER 3000 MITGLIEDER STAMMEN AUS DER METALL- UND ELEKTRO-INDUSTRIE. WELCHE HERAUSFORDERUNGEN SIND AKTUELL DIE GRÖSSTEN? WELCHE TRENDS ZEICHNEN SICH AB? UND WIE HAT CORONA DIESE LAGE BEEINFLUSST?

Die Corona-Pandemie hat die Metall- und Elektroindustrie tief erschüttert. Der Staat hat richtigerweise beherzt eingegriffen und Stützen aufgestellt – etwa durch großzügigere Regelungen bei der Kurzarbeit oder durch Wirtschafts- und Kredithilfen. Im ersten Quartal 2021, auf dem Höhepunkt der zweiten Welle der Pandemie, fuhren 36,7 Prozent der bayern vbm Mitgliedsbetriebe Kurzarbeit. Eine arbeitsmarktpolitische Maßnahme, welche den Arbeitsmarkt stabil halten konnte.

So werden wir in diesem Jahr das Niveau von vor der Corona-Krise erreichen, das Vorzeessions-Niveau dem Jahr 2018, aber erst 2022. Gebremst wird der Aufholprozess in der Metall- und Elektroindustrie von einem zum Teil massiven Mangel an Material und Vorprodukten.

Das ist inzwischen ein echtes Aufschwung-Hindernis, wir gehen aber bisher davon aus, dass es sich um eine temporäre Erscheinung handelt. Die Beschäftigungspläne stehen im Übrigen unter den Vorzeichen der digitalen Transformation. Insgesamt blicken wir aber zuversichtlich auf die M+E Industrie.

JEDER SPRICHT VOM FACHKRÄFTEMANGEL – WIE KRITISCH IST DIESER IM METALL UND ELEKTRO-BEREICH?

Zum Ende dieses Jahres werden in der bayerischen M+E Industrie 837.000 Personen beschäftigt sein. Das sind rund 35.000 weniger als zum Höchststand Mitte 2019. Was ein Widerspruch zu sein scheint, ist keiner: Wir haben in manchen Regionen ein Nebeneinander von beginnender Arbeitslosigkeit und Langzeitarbeitslosigkeit bei gleichzeitigem steigenden Fachkräftemangel. In der bayerischen Metall- und Elektroindustrie sehen laut unserer aktuellen Umfrage drei Viertel der Unternehmen bereits negative Auswirkungen durch den Fachkräftemangel. Mit der Corona- Pandemie hat sich die Geschwindigkeit der digitalen Transformation massiv erhöht.

In diesem Prozess werden Arbeitsplätze wegfallen, aber an anderer Stelle entstehen viele neue Jobs. Für diese müssen die Beschäftigten fit gemacht werden. Qualifizierung ist das Gebot der Stunde. Die Lage wird sich mittelfristig aber noch weiter verschärfen, da es infolge des demografisch bedingten Mangels an geeigneten Auszubildenden immer schwieriger wird, geeigneten Nachwuchs zu finden. So ist 2021 die Zahl der Ausbildungsverträge in der bayerischen Metall- und Elektroindustrie um 1,6 Prozent auf rund 13.600 zurückgegangen.

Der wichtigste Grund ist der Mangel an geeigneten Bewerbern, nachdem wir im Vorjahr bereits einen – hier vor allem coronabedingten – Einbruch um 13,6 Prozent zu verzeichnen hatten.

WIE STEHEN SIE ZUR NACHHALTIGKEIT UND WIE KÖNNEN SIE IHRE MITGLIEDER BEI ENTSPRECHENDEN MASSNAHMEN ZU UNTERSTÜTZEN?

In unserem Wertekanon bekennen wir uns zu den Grundsätzen der sozialen Marktwirtschaft, zu Staat und Rechtsordnung, zu den Grundsätzen guter Arbeit, zur Nachhaltigkeit sowie zur gesamtgesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen. Wir haben eine ausgeprägte Forschungslandschaft und einflussreiche Unternehmen. So steht Bayern im Bereich der Klima- und Nachhaltigkeitstechnologien für 25 Prozent der deutschen und zehn Prozent der europäischen Forschungsaktivitäten. Nachhaltigkeit geht nur mit der Wirtschaft, nicht gegen sie.

Wir bieten zum Beispiel Mitgliedern einen Leitfaden zu Klimaneutralität im Unternehmen mit Handlungsfeldern, um insbesondere kleine und mittlere Unternehmen dabei zu unterstützen, ihr Engagement zu erhöhen und sich mit den wachsenden Anforderungen in diesem Bereich auseinanderzusetzen. Mit dem kommenden neuen „QuickCheck Klimaneutralität“ analysieren ausgewiesene Experten die CO₂-Emissionen und Klimaschutzpotenziale für Unternehmen und geben Handlungsempfehlungen zur konkreten Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen. Damit können die Grundlagen für mehr Klimaresilienz geschaffen und erste Handlungsmöglichkeiten identifiziert werden, um die Unternehmensstrategie langfristig und nachhaltig auf das Ziel der Klimaneutralität auszurichten. Das alles sind nur Beispiele unserer umfassenden Services.



Bertram Brossardt, Hauptgeschäftsführer der vbw - Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.

WELCHE VORTEILE HAT ES FÜR EIN JUNGES UNTERNEHMEN MITGLIED IN EINEM ARBEITGEBERVERBAND ZU SEIN?

Ein Startup ist ab dem ersten Mitarbeiter auch Arbeitgeber. bayme vbm bieten Startups aus der Metall- und Elektro- sowie IT-Industrie vielfältige Networking- und Kontaktmöglichkeiten auch zu Industrieunternehmen. Vertreter von Mitgliedsunternehmen können an unseren Veranstaltungen, Kreisen und Workshops teilnehmen. Die Arbeitgeberverbände bieten jungen Unternehmen eine Plattform für Austausch und Networking, um Talente zu fördern. Daneben gibt es aber noch spezielle Angebote für Startups.

Auf unserer neuen Microsite fassen wir unsere Leistungen für junge Unternehmen kompakt zusammen. Ein weiterer Service ist die Vermittlung von arbeitsrechtlichen Grundlagen, die Startups und junge Unternehmen beachten müssen. Wir geben Ihnen einen Überblick über die wichtigsten arbeitsrechtlichen Fragestellungen sowie Informationen zu Risiken und Gestaltungsoptionen - von der Begründung bis zur Beendigung eines Arbeitsverhältnisses.

Unsere Juristen beraten Startups auf Wunsch in arbeitsrechtlichen Fragen und vertreten die Mitgliedsunternehmen kostenlos in Prozessen bis zum Bundesarbeitsgericht sowie bei außergerichtlichen Auseinandersetzungen. Diese Angebote halten jungen Unternehmern den Rücken frei und entlasten sie bei ihrem Aufbauprozess. Ein besonderes „Schmankerl“ ist außerdem die Möglichkeit, das Konferenzzentrum im Haus der Bayerischen Wirtschaft (hbw) in München zu Sonderkonditionen zu nutzen.

DIE BAYERISCHEN METALL- UND ELEKTRO-UNTERNEHMER BAYME VBM HABEN UNLÄNGST EINE RUBRIK SERVICES SPEZIELL FÜR STARTUPS GESCHAFFTEN, WIE KAM ES ZUM AUFBAU DIESES SEKTORS?

Die Innovationen von Startups sind der frische Wind in der M+E Industrie. Im Zeitalter der Digitalisierung hängt die Zukunft des Standortes Bayern stark davon ab, inwieweit es uns gelingt, die Rahmenbedingungen auch für Startups attraktiver zu gestalten und diese mit unserer leistungsstarken M+E Industrie zu vernetzen.

Bei Gründung und Aufbau eines Unternehmens kommt es darauf an, die Geschäftsidee mit einem wettbewerbsfähigen Geschäftsmodell zu verknüpfen und sich damit erfolgreich im Markt zu etablieren. bayme vbm unterstützen junge Unternehmen aus der M+E Industrie bei dieser herausfordernden Aufgabe. Wir haben ein zielgruppenspezifisches Angebot speziell für Startups aus der Metall- und Elektro- sowie IT-Industrie geschaffen. Mit unserer neuen Microsite für Startups fassen wir unsere Leistungen für junge Unternehmen kompakt zusammen.

WELCHE DIESER SERVICES WIRD AM MEISTEN GENUTZT?

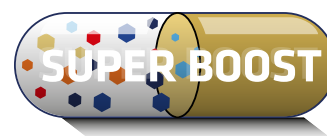
Im Mittelpunkt stehen unsere Plattformen zum Austausch mit etablierten Unternehmen. Unser Ziel ist es, die Sichtbarkeit junger Unternehmen zu erhöhen. Von uns organisierte Messen werden dafür am meisten genutzt. Dabei ist Austausch, Förderung und Hosting das, was junge Unternehmer brauchen. Hierfür haben wir zusätzlich Kongresse und Foren ins Leben gerufen.

Als Beispiele sind etwa unser Business Excellence Day zu nennen, das M+E Forum oder viele regionale Kreise mit Fachthemen für IT-Leadership, Energieeffizienz oder skill sharing. Das funktioniert sowohl vor Ort als auch digital.

WIE SCHÄTZEN SIE DIE RELEVANZ VON STARTUPS FÜR DIE WIRTSCHAFT EIN? GAB ES EINES, DAS SIE KÜRZLICH BESONDERS BEGEISTERT HAT?

Die Wertschöpfungsnetzwerke in Bayern sind leistungsfähig und hoch innovativ. Im Verbund mit etablierten Unternehmen spielen junge Unternehmen eine zunehmende Rolle, wenn es darum geht, Innovation und neue Impulse in die Wirtschaft zu tragen. Hier teilen wir ein gemeinsames Ziel. Die bayerischen Arbeitgeberverbände bieten Gründern die Plattform für deren smarte Ideen. Wer weiß, ob das nächste große Unicorn nicht aus Bayern kommt? Das würde mich auf alle Fälle begeistern.

WIR FREUEN UNS, DASS DER VBW - VEREINIGUNG DER BAYERISCHEN WIRTSCHAFT MIT EINEM EIGENEN SALSUP SHOWROOM ARBEITET



INNOVATION IM MITTELSTAND IST DAS THEMA DER STUNDE

MEINUNGEN VON WOLFGANG GRUPP, CHRISTIAN LINDNER, MIRIAM WOHLFARTH & ROLF SCHRÖMGENS

Wolfgang Grupp ist Entrepreneur, alleiniger Inhaber und Geschäftsführer der Firma TRIGEMA Inh. W. Grupp e.K. und haftet als alleiniger Inhaber der Einzelfirma zu 100%. Er führt sein Unternehmen seit über 50 Jahren.



WOLFGANG GRUPP – KEINE INNOVATION OHNE VERANTWORTUNG

Neue Ideen, Innovation und all das, müssen wir alle konstant mitmachen. Wichtig ist dabei jedoch, dass wir auch eine Verantwortung haben. Dass wir nicht nur Ideen haben und verrücktspielen, nach dem Motto: wenn es am Schluss gelingt, dann ist alles wunderbar und gelingt es nicht, dann wird eben aufgegeben.

Wir brauchen die Verantwortung in die Wirtschaft zurück, denn ich als Unternehmer, als Unternehmerin, kann allein nichts in meinem Unternehmen machen. Ich brauche dafür meine Mitarbeiter:innen, die ich mit einbinde. Und die muss ich auch konstant mitführen und die Verantwortung dafür übernehmen.


Wir brauchen die Beständigkeit und die Komunität. Doch die kann nur existieren, wenn wir konstant neue Ideen aufgreifen. Wenn wir die Zeit mitgestalten und nicht nur hinten nachlaufen. Neue Ideen aufgreifen und in die Zukunft investieren ist essenziell. Unternehmen müssen den Wandel der Zeit rechtzeitig

erkennen und als erste, als Vorreiter, mitmachen.

Nur so können wir immer vorne sein. Alle, die in der Vergangenheit den Wandel der Zeit verschlafen und nicht rechtzeitig agiert haben, sind untergegangen.

Ein Startup hat eine Idee, erkennt etwas und wird dann darauf aufbauen. Doch bereits in diesem Stadium ist es ungemein wichtig, dass auch die Werte mitgemacht und mitbedacht werden. Es muss eine Einheit geben zwischen Mitarbeiter:innen, Verantwortung und Werten. Das alles ergibt dann ein Unternehmen. Das ist die Basis. Daraus kann Wachstum entstehen.

Wir brauchen innovatives Wachstum und nicht ein quantitatives Wachstum. Und wenn die Innovation konstant wächst, muss die Quantität nicht mitwachsen. Das müssen auch die Gründer:innen und Unternehmer:innen wissen.



Christian Lindner ist ein deutscher Politiker der Freien Demokratischen Partei (FDP) und seit Dezember 2012 deren Bundesvorsitzender.

CHRISTIAN LINDNER – DEM KLEINEN MITTELSTAND HILFEN

Haftung ermöglicht mehr Entscheidungsfreiheit. Wer haftet, der wird seine Entscheidungen sorgfältig treffen und geht deshalb verantwortungsbewusst mit der Freiheit um. Ich glaube, dass dieses Prinzip „handeln und für die Folgen aufkommen“ ganz grundlegend ist. Zum Beispiel unter dem Gesichtspunkt der Ressourcenschonung und des Klimaschutzes. Wer z.B. für seine CO₂-Emissionen zahlt, also haftet, der wird über Verhaltensänderungen oder technologische Innovationen anders nachdenken als jemand, der nicht dafür haftet.

Doch um innovative Unternehmen zu bekommen, ist eine Reihe von Rahmenbedingungen notwendig. Die erste ist die Frage: Haben wir eigentlich genug Persönlichkeiten, die eine unternehmerische Biografie anstreben? Die Antwort ist Nein. Wir haben zu wenige, die selbst eine Gründungsabsicht haben oder bereit sind, in die unternehmerische Nachfolge zu gehen. Hier brauchen wir mehr Menschen, die bereit sind, Risiken einzugehen und Verantwortung zu übernehmen. Die inspiriert sind, durch innovative Dienstleistungen und Produkte unser aller Leben besser zu machen. Auch viele Rahmenbedingungen wie Steuer, Bürokratismus, Vermögenssteuer und so weiter sind nicht gerade eine Einladung für Unternehmen.

Und noch ein weiterer Punkt ist mir wichtig: Unicorns sind nicht die Realität der deutschen Volkswirtschaft. Der Mittelstand in Deutschland ist nicht so groß wie Trigema, sondern wesentlich kleiner. Das sind Betriebe, die sind oft

in den 70er Jahren gegründet wurden mit einer Basis-Innovation. Und in diesem Unternehmen gibt es eine Persönlichkeit. Die Netzwerke sind auf ihn oder sie strukturiert, die Letztentscheidung liegt dort, das Kapital ist bei ihr oder ihm konzentriert. Und in diesen Betrieben haben wir ein Problem der Innovations-Absorption-Kompetenz.

Was ist damit gemeint? Es gibt keine gelernte Fähigkeit neue Erkenntnisse in den eigenen Betrieb zu übernehmen und zu übertragen. Das war 30 Jahre lang nicht notwendig. Plötzlich kommt aber eine bahnbrechende, den Markt umwerfende Innovation. Und das Produkt, von dem man 30 Jahre lang gut gelebt hat, ist plötzlich nichts mehr wert.

Mein Vorschlag: Wir brauchen einen Brückenschlag zwischen zum Beispiel unseren Fachhochschulen, die relativ viel wissenschaftliche Expertise haben, und diesen Betrieben. Um über praktische Anwendungsbeispiele neue Innovation in diesen kleinen gewerblichen Mittelstand zu bringen.

Vielleicht ergeben sich daraus auch neue Kooperationen, gegründete Startups oder vielleicht ein Weg in die Nachfolge, weil die angehende Ingenieurin oder der Ingenieur nicht an eine Selbstständigkeit gedacht hat. Und plötzlich gibt's eine Möglichkeit, in das Unternehmen einzusteigen. Und wenn vielleicht ein paar mehr Menschen in den Kapitalmarkt investieren, anstatt das Geld auf dem Girokonto versauern zu lassen, dann sind solche unternehmerischen Träume auch finanzierbar.

Rolf Schrömgens ist Entrepreneur, Gründer von Trivago, einer weltweit führenden Meta-Suchmaschine für Hotels und ist damit einer der erfolgreichsten Gründer Deutschlands.



ROLF SCHRÖMGENS – ABHÄNGIGKEIT VON FINANZMÄRKTEN HEMMT INNOVATION

Wir leben in einer Welt, in der die Veränderungs-Geschwindigkeit jeden Tag zunimmt. Und deswegen glaube ich, dass die wirkliche Stärke eines Unternehmens vielmehr dadurch geprägt wird, was es jeden Tag lernt, als durch das, was es heute produziert.

Vieles hängt davon ab, wie man Umfeldler gestaltet. Wie vertrauensvoll man mit seinen Mitarbeiter:innen umgeht, um überhaupt Innovation möglich zu machen. Denn man kann Innovation nur fordern, wenn man wesentliche Bedürfnisse der Menschen abgedeckt hat im Unternehmen. Das heißt, wenn Menschen sich nicht sicher fühlen, wenn sie sich nicht abgeholt fühlen, wenn sie sich im Power fühlen, wenn sie nicht fühlen, dass sie das beitragen können, dann kann man auch eigentlich keine Innovation erwarten.

Und das ist auch der Grund, warum viel Innovation durch Jungunternehmen passiert. Weil es in einer frühen Phase, in der man direkt mit den Menschen zusammenarbeitet, oft noch dieses Vertrauen und diese Freiheiten gibt. Da kann Innovation entstehen. Aber ich denke schon, dass wir das auch in größeren Unternehmen machen können.

Es läuft so lange gut, wie wir Verantwortung übernehmen. In dem Moment, in dem wir keine Verantwortung mehr übernehmen, weil wir die Verantwortung an die Kapitalmärkte auslagern, in dem Moment haben wir ein Problem. Mit dem Reifen des Unternehmens beginnt immer stärker die Abhängigkeit von Kapitalmärkten. Da laufen wir in eine große Problematik.

Innovations-Finanzierung ist vor allen Dingen Venture Capital-Finanzierung. Es gibt Unternehmen, die in einer sehr frühen Phase ihrer Entwicklung schon sehr stark von den Kapitalmärkten beeinflusst werden.

Es ist dramatisch sich anzuschauen, wie übergreifend das Kapital in der frühen Phase von Unternehmen gerade wird und sich dadurch eigentlich schon ganz, ganz früh Grönder nicht mehr Richtung Innovation orientieren, nicht mehr Richtung wertorientiertes Verhandeln orientieren, sondern sich dadurch ganz stark irgendwie so dem System beugen.

Ich glaube, Risikokapitalgeber sollten sich auch des Einflusses auf die Unternehmen bewusst sein.



Nachzuhören in der
Show-Aufzeichnung



Miriam Wohlfarth ist Entrepreneurin, Geschäftsführerin und Gründerin der Ratepay GmbH sowie Gründerin der Banxware GmbH und verantwortet in beiden Unternehmen die Bereiche Marketing und Vertrieb.



MIRIAM WOHLFARTH – JUNGE LEUTE UND IHRE IDEEN FÖRDERN

Unternehmer müssen offen für Veränderungen sein. Und dafür, auch sich selbst kontinuierlich zu verändern. Heute muss das noch deutlich schneller gehen als noch vor 20 oder 30 Jahren. Daher ist es wichtig, dass wir lernen, uns ständig zu hinterfragen. Die Herausforderung ist, sich auch als mittelständisches Unternehmen mit 280 Mitarbeitern, das sehr profitabel arbeitet, ständig wieder zu hinterfragen.

Ich habe kürzlich ein neues Startup gegründet. Da bin ich jetzt wieder in der Anfangsphase. Aktuell sind wir 18 Leute und die meisten sind sehr jung. Da fängt man wieder von vorne an.

Klar kann man da sehr viel mitnehmen von dem, was man vorher gelernt hat. Aber wenn ich glauben würde, als Chef oder Chefin muss ich alles besser wissen – dann funktioniert das heute nicht mehr.

Wir bauen hier neue Technologien. Und dafür brauchen wir Leute, die da sehr viel besser sind als ich. Ich selbst kann das überhaupt nicht. Die Rolle im Leadership hat sich geändert. Man muss mehr die Leute inspirieren, man muss sie auf eine Reise mitnehmen. Man muss eine Vision vorgeben, wo man hin möchte. Damit man auch die Leute bei sich hat, die bleiben. Denn heute ist es nicht mehr so, dass die Leute 20, 30 Jahre bleiben, wenn sie nicht wirklich an das glauben, was das Unternehmen abdeckt.

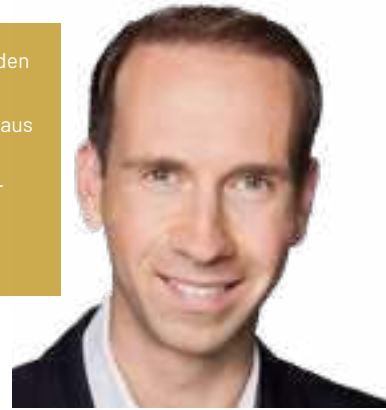
Ich bin außerdem der festen Überzeugung, dass wir mehr Gründer:innen brauchen und ich bin der Meinung, dass wir im Mittelstand zu wenig Innovation haben. Häufig werden Prozesse verbessert und schöner gemacht, aber meiner Meinung entstehen zu wenig „Erfindungen“. Etwas, von dem wir sagen könnten, „da ist was tolles Neues“.

Das muss viel mehr passieren in Deutschland. Wir werden sonst einfach irgendwo stehen geblieben. Und deshalb muss es mehr junge Menschen geben, die da etwas tun. Gerade die jungen Leute haben so viele tolle Ideen. Manche Ideen sind vielleicht total versponnen. Aber das muss rauskommen dürfen. Und es ist ganz wichtig, dass diese Ideen wieder einen Brutkasten bekommen.



Nachzuhören in der Show-Aufzeichnung

Tilo Bonow ist CEO von PIABO, der führenden PR-Agentur der europäischen Digitalwirtschaft mit Hauptsitz in Berlin. Darüber hinaus engagiert sich Tilo als Keynote Speaker, Jurymitglied, Moderator, sowie Mentor für namhafte Konzerne.



Tilo Bonow, CEO von PIABO



„DER MITTELSTAND HAT KURZE ARME, ABER TIEFE TASCHEN“ —

WIE WIR LANGFRISTIG UNSERE GRÜNDER IN EUROPA HALTEN UND DEN MITTELSTAND ATTRAKTIVER MACHEN KÖNNEN

Gorillas, Scalable und Celonis gehören mit Umsätzen in Millionenhöhe zu den erfolgreichsten deutschen Startups des vergangenen Jahres. Doch als attraktives Umfeld gilt Deutschland deshalb noch lange nicht. Immer mehr Startups wandern ins Ausland ab – die Gründe hierfür sind vielfältig. Häufig finden sie dort großzügige Investoren, eine positive Willkommenskultur für Startups, niedrigere Steuern und weniger bürokratischen Aufwand als in Deutschland. Daran muss man anknüpfen, um auch zukünftig unsere besten Köpfe und Gründer in Europa zu halten. Doch wie kann man Gründer:innen und Mitarbeiter:innen motivieren und im Inland halten?

Zum einen ist die Beteiligung von Mitarbeiter:innen am Unternehmenserfolg, gerade auch im High-Tech-Sektor, ein ganz entscheidender Punkt. Der zweite Punkt ist unzweifelhaft das Thema Steuern, denn Deutschland als Hochsteuerland bietet wenig Spielraum. Was hält unsere Gründer:innen denn noch davon ab ins Ausland auszuweichen, wo weniger Steuern gezahlt werden müssen und der übrige Umsatz somit in andere Bereiche investiert werden kann? Der dritte Punkt ist die generelle Innovations- und Wachstumsdynamik.

Viele junge Menschen wollen keine Festanstellung mehr, weshalb es Gründer:innen beim Personal Recruiting nicht gerade leicht gemacht wird.

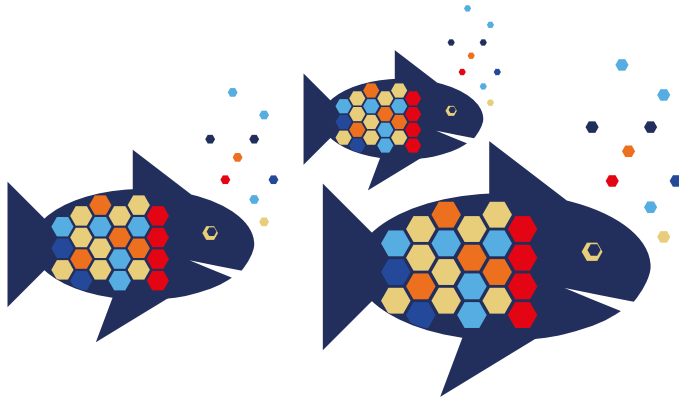
Dazu kommen in Europa Themen wie Datenschutz und Bürokratie, die viele Neulinge dann ersticken. Rund um das Thema Datenschutz entstehen Debatten über simple Themen wie die Corona Warn App. Zugleich werden täglich mehrere hunderte WhatsApp-Nachrichten verschickt, das widerspricht sich. An diesen Punkten muss angeknüpft werden, um auch zukünftig die besten Köpfe und Talente aus der Innovationsindustrie in Europa zu halten.

Betrachtet man diese Aspekte nun für den Mittelstand, stellt man schnell fest: es reicht nicht nur der Beste zu sein. Man muss sich auch sichtbar machen und so gut wie möglich verkaufen, um zum Talent-Magneten zu werden. Während junge Marken häufig mit einer ansprechenden geografischen Lage überzeugen, kann der deutsche Mittelstand aufgrund einer starken Dezentralität hierbei nicht mithalten.

Familienunternehmen punkten eher weniger mit der Lage in der schwäbischen Alb, denn junge Mitarbeiter:innen sehnen sich nach dem hippen Berlin oder coolen London. Daher braucht es für Mittelständler mehr Beteiligung und Investition im Employé Branding. Denn was nützt es, der Beste am Markt zu sein, wenn Andere sich besser verkaufen. Die neue Generation will wissen, für wen sie eigentlich arbeitet und für welche Werte das Unternehmen steht.

Daher sollten unsere Mittelständler hier anknüpfen, um junge Talente anzulocken, denn wir brauchen ganz klar mehr Wirtschaft in Europa und nicht weniger. Und gerade auch in der Startup-Welt, wo es um Geschwindigkeit geht, kann man leider nicht auf Europa warten, auch wenn es die bessere Lösung wäre.

Ferner sollte der Digitalisierung nicht länger die kalte Schulter gezeigt werden. Transparenz und Kultur in Verbindung mit den Werten der aktuellen Welt sollten genutzt werden, um auch in den nächsten 100 Jahren die Familienunternehmen und den Mittelstand attraktiv zu gestalten und den europäischen Wirtschaftsmarkt erfolgreich zu führen.



Ibrahim Mefire Kouotou,
Entrepreneur und CEO EHEIM Verwaltungs GmbH

MAN BRAUCHT MENSCHEN, UM DINGE ZU BEWEGEN

INTERVIEW MIT UNSEREM NEUEN ENTREPRENEUR IBRAHIM MEFIRE KOUOTOU

SIE HABEN EHEIM VON EINER SEHR AN- GESPANNTEN LAGE HERAUS WIEDER ZU EINEM ERFOLGREICHEN UNTERNEHMEN GE- MACHT. WIE HABEN SIE DAS GESCHAFFT?

EHEIM war schon eine weltbekannte Marke, aber dann hat die Nachfolgeproblematik wie bei vielen anderen Familienunternehmen hart zugeschlagen. Die Nachfolge hat nicht funktioniert und die Marke hat stark gelitten. Viele Firmen scheitern genau daran. Bei EHEIM ist beim Übergang vom Gründer zum neuen Management Vieles schief gegangen, was jahrelang unvorstellbare Verluste verursacht hat. Dann kam ich und hab gesagt „back to the roots“: ich habe das „Schwäbische Sparen“ und „Tüftlerei“ gelebt. Extrem wichtig war es auch, das Vertrauen der Mannschaft vor Ort und von den Kunden zurückzugewinnen.

Wir führen heute flach. Es gibt keine Hierarchie mehr mit sieben Geschäftsführern, sondern nur noch einen und dazu auch keine vielen Bereichsleiter mehr, sondern zwei Werksleiter. Es gibt ein afrikanisches Sprichwort, das besagt: wenn das Wasser dreckig ist, muss es sich zuerst absetzen – dann wird sichtbar, was sich auf dem Boden befindet. So ist es auch im Unternehmen. Gibt es zu viel Trubel und zu viele Menschen, hat jeder die Möglichkeit, sich hinter anderen zu verstecken und es wird nicht sichtbar, wo die Probleme liegen. Jeder soll selbst Verantwortung übernehmen und so arbeiten, als ob es sein eigener Laden wäre. So werden Erfolge wie Misserfolge sichtbar und

das führt zwangsläufig dazu, dass jeder wie ein Unternehmer handelt. Außerdem muss ich mir Leute suchen, die mich in Zukunftsthemen weiterbringen.

WENN WIR SCHON VON ZUKUNFT SPRECHEN; WAS BEDEUTET INNOVATION FÜR SIE?

Etwas zu machen, was der Kunde braucht. Innovation bedeutet Problemlösung, auch wenn der Kunde sich dessen nicht bewusst ist. Er wird zunächst vielleicht sagen „das brauche ich nicht“, aber hat er es einmal ausprobiert, ist er begeistert und will es nie wieder hergeben. Innovation ist anstrengend, weil man gegen viel Widerstand kämpfen muss, bis die Kunden das fertige Produkt in der Hand haben.

WIE HABEN SIE ES GESCHAFFT, EHEIM UND DIE HAUSTIERBRANCHE ZU DIGITALISIEREN?

Die konkreten Produkte sind wichtig. Funktionen, die vorher da waren, werden vom Manuellen ins Digitale verändert und man muss alles vom Handy aus bedienen können. Alle waren skeptisch und gefragt, was man da überhaupt verändern kann. Bei Hunden und Katzen gibt es bis auf GPS-Halsbänder und automatische Klappen oder Futterspender wenig Möglichkeiten, aber die Aquaristik bietet viel Potenzial:

Was Viele nicht wissen: Fische sind immerhin das drittbekannteste Haustier in sämtlichen Ländern. Ein Aquarium braucht eine Pumpe,

Filter, Licht, Heizung, Futterautomatik, Chemie und Wasseraufbereitung – das ist vergleichbar mit einem Pool. Einstellungen von unterwegs verändern, Lampen, die die Sonnenstunden der Territorien tropischer Fische imitieren, Filter, die melden, wenn sie zu dreckig sind und Futterspender, die anzeigen, wenn nachgefüllt werden muss.

Wenn der Kunde das alles nicht möchte, kann er aber weiterhin alles manuell steuern, so ist jeder abgeholt und nicht gezwungen, umzuschwenken.

SIE SIND MITGLIED DES THE GROW ENTREPRENEURS CLUB. WARUM?

Theorie und Schule waren noch nie meins. Ich möchte von Menschen lernen, die selbst Etwas geschafft haben. Intelligenz ist keinesfalls mit einem Diplom oder Bildung zu verwechseln. Ich setze auf echte Menschen, die Etwas erreichen. Als jemand, der aus einer völlig anderen Kultur kommt, sage ich: ohne Menschen wäre das nicht möglich. Man braucht Menschen, um Dinge zu bewegen und regen Austausch, was in solchen Netzwerken möglich ist.

Mein bester Mentor war meine Oma, ohne sie wäre Vieles nicht möglich gewesen. Sie hat mir die einfachen Tugenden beigebracht und gelehrt, Verantwortung für mein Tun zu übernehmen. Auch dafür welche Konsequenzen es für meine Zukunft oder Umgebung hat.



Vanessa Weber ist Geschäftsführerin der Werkzeug Weber GmbH & Co KG und führt das Unternehmen in vierter Generation. Sie ist Bloggerin und Fachautorin namhafter Medien, Influencerin rund um die Themen modernes Unternehmertum, Innovation und Führung. Als Gründerin der Vanessa Weber Stiftung setzt sie sich für Bildung und Nachhaltigkeit ein, ist Aktivistin in verschiedenen Umwelt- und Klimaschutzbewegungen sowie engagiert in Gremien verschiedener nationaler und internationaler Wirtschafts- und Berufsverbände. 2019 wurde sie vom Bundeswirtschaftsministerium als „Vorbildunternehmerin“ ausgezeichnet.

Vanessa Weber, Chairwomen THE GROW Rhein-Main Metropolregion, CEO Werkzeugbau Weber, Autorin und Vortragsrednerin

WIR MÜSSEN AUS DER DECKUNG KOMMEN, NICHT NUR AMERIKA UND CHINA KÖNNEN ETWAS!

DU BIST SEIT 23 JAHREN CEO IN EINEM GROSSHANDELS-UNTERNEHMEN, WAS WAREN DIE GRÖSSTEN UMBRÜCHE UND VERÄNDERUNGEN, DIE DU MANAGEN MUSSTEST?

Der Weg in die digitale Welt. Bereits vor über 10 Jahren sind wir als Amazon Vendor in das Thema E-Commerce eingestiegen – das ist für uns schon wieder out. Aber ich habe oft den richtigen Riecher was neue Märkte angeht, dadurch sind wir sehr früh in den Online-Bereich eingestiegen. Corona hat gezeigt, dass viele Händler überhaupt nicht digital sind und heutzutage immer noch keinen Online-Shop haben. Hier haben wir bundesweit noch Hausaufgaben zu machen. Wir investieren gerade in KI, Drohnenbelieferung und 3D-Druck. Meinen Innovationsantrieb habe ich von meinem Vater, der damals auch sofort das erste Fax, den ersten Computer und das erste Mobiltelefon hatte.

Man muss die Nase immer im Wind haben und aktuelle Themen aufgreifen. Natürlich ist manche Idee auch mal schief gegangen, das gehört dazu. Manchmal waren wir unserer Zeit voraus, gerade auch mit dem Thema Nachhaltigkeit das ich schon seit 2012 vorantreibe.

DU SPRICHST VON DEINEM VATER. WORIN UNTERSCHIEDEN SICH FAMILIENUNTERNEHMEN VON ANDEREN?

Inhabergeführte Unternehmen haben einen hohen Wertekomplex. In Aktionärs-gesteuerten Unternehmen beherrschen die Zahlen und nicht die Menschen. Im Familienunternehmen zählt der Mensch mehr – klar müssen die Zahlen stimmen, aber es ist eben nicht das einzige Augenmerk. Der viel zitierte „ehrbare Kaufmann“ hat hier noch Gewicht. Der Handschlag gilt und das Wort hat noch seine Gültigkeit; es braucht nicht immer milliardenschwere Verträge, die zwischen Anwälten geschlossen werden.

WIE SEHR SPÜRST DU DIE HERAUSFORDERUNGEN „FACHKRÄFTEMANGEL“ UND „DIGITALISIERUNG“ IM TÄGLICHEN KONTAKT MIT KUNDEN AUS HANDWERK, GEWERBE UND INDUSTRIE?

Unser Hauptkunde ist aus dem B2B Bereich und hier vor allem die metallverarbeitende Industrie sowie Mittelständige Betriebe. Aber auch das Handwerk, dort steht der Fachkräftemangel an der Tagesordnung, da viele Jugendliche nicht mehr mit ihren Händen arbeiten möchten. In der Industrie entwickelt sich hingegen durch Automatisierung und Industrie 4.0 viel weiter, wodurch sich neue Arbeitsfelder (3D-Konstrukteure/ Data Analysten) ergeben.

WELCHE INNOVATION IHRER BRANCHE HAT SIE KÜRZLICH BEGEISTERT?

Die Dinge, an denen unser PVH Future Lab arbeitet. Ich liebe es, wenn Lösungsansätze verfolgt werden, die es den Mitarbeitern durch KI ersparen, sich durch Akten und Dokumente oder Daten zu kämpfen. Es gibt Anruf-Erinnerungen oder Infos sobald sich Nachfragen ändern. Erkennt die KI zum Beispiel, dass fast alle Kunden einer Branche Handschuhe bei uns kaufen und einer nicht, schlägt sie vor, auch diesem welche anzubieten. Solche Systeme werden künftig Vertriebler unterstützen und die vernetzte Arbeit im Einkauf könnte genau zeigen, welcher Händler was auf Lager hat, wer welche Waren liefert und mit welchem Preis ich am besten in ein Angebot gehe. Im Zusammenschluss mit anderen Nachfolge-Unternehmer:innen wollen wir, unter anderem, das Thema KI im Handel voranbringen.

Ich sehe nicht meinen Wettbewerb, der vor der Tür sitzt als Wettbewerb, wir sitzen alle im gleichen Boot im globalen Wettbewerb. In der Gemeinschaft geht's besser, wir sollten Ideen teilen und Geld und Ressourcen gemeinsam nutzen.

SIE SIND MENTORIN, BOTSCHAFTERIN UND STIFTERIN. WOHER NEHMEN SIE DIE ZEIT FÜR DIESE VIELEN BEEINDRUCKENDEN ENGAGEMENTS? HABEN SIE EIN BESONDERES HERZENS-PROJEKT?

Ich habe vor vier Jahren eine halbe Weltreise über 2,5 Monate gemacht. Bis dahin war ich im Hamster-Rad Tagesgeschäft gefangen. Nach der Reise gab es kein Tagesgeschäft mehr und ich konnte andere Dinge tun. Ich arbeite nicht mehr IM, sondern AM Unternehmen, an der Mitarbeiterführung, Zukunftsfähigkeit und dem Markenaufbau.

Aufgrund des Todes meiner Schwester, habe ich mir die Frage gestellt, was passieren würde, wenn ich auf einmal sterben würde. Daraufhin habe ich meine Stiftung mit den Schwerpunkten Nachhaltigkeit und Bildung gegründet. Wenn man mit Kindern zusammen Bäume pflanzt, die rhetorisch Fit macht und sie plötzlich eigene Projekte starten, merkt man, wie viel sie zu sagen haben.

Im Allgemeinen fördere ich gerne Talente: Ein gutes Beispiel ist Green Monkey. Ich war eigentlich nur in meinem Handyladen und habe beiläufig erzählt, dass bald wieder unser Startup-Wettbewerb „Gründerturbo“ startet. Dann hat mir der Besitzer erzählt, dass er „da auch so eine Idee hat“. Obwohl Sie noch nicht ausgereift war, habe ich ihn ermuntert sich zu bewerben: er hat gewonnen - war bei Höhle der Löwen und ist heute sehr erfolgreich. Bei solchen Geschichten freue ich mich einfach mit!

SIE HABEN VOR KURZEM DAS BUCH #MALEHRlich GESCHRIEBEN. WAS WAR DER ANREIZ DAZU?

Die Idee hinter dem Buch ist, Führungskräften ein „immer dabei Buch“ an die Hand zu geben. Ein Buch, das man immer herausholen kann und das für jede Woche des Jahres einen neuen Impuls gibt. Mal spendet es Trost, mal Inspiration, mal gibt es die reine Erkenntnis, dass auch andere mit ähnlichen Herausforderungen zu kämpfen haben. Ich gebe gerne Impulse weiter und schreibe hier ganz offen heraus, welche Gedanken mir als Unternehmerin durch den Kopf schießen – deswegen auch der Titel.

DIE KAPITEL DREHEN SICH UM WERTE, FÜHRUNG, INNOVATION, NACHHALTIGKEIT, UNTERNEHMERISCHES ENGAGEMENT UND PERSÖNLICHKEIT. WO SEHEN SIE AM MEISTEN NACHHOLBEDARF IN DER DEUTSCHEN UNTERNEHMER-LANDSCHAFT?

Generell im Mut, auch mal neue Dinge auszu probieren. Es ist nicht schlimm, wenn etwas nicht klappt, aber dann habe ich es zumindest probiert. Auch mich haben einige Dinge viel Geld gekostet, aber hätte ich es nicht ausprobiert, wäre ich heute nicht so erfolgreich. Ich wünsche mir mehr Wagemut im Mittelstand. Der größte Hemmschuh ist, dass Veränderungen nicht gemacht werden. Ich sage: zeigt euch, geht raus, sagt, was ihr Gutes tut und traut euch eure Ideen umzusetzen.

WAS IST IHR GRÖSSTES LEARNING ALS UNTERNEHMERIN?

Man muss seine eigenen Erfahrungen machen, seinen eigenen Weg finden und seine Persönlichkeit kennenlernen. Nur Vorbildern nach eifern bringt Nichts, man muss sich selbst kennenlernen und selbst ein Original werden und das braucht Zeit!

BALD STEHEN DIE WAHLEN AN. WELCHE THEMEN MUSS DIE NÄCHSTE REGIERUNG MIT BESONDEREM AUGENMERK VERSEHEN?

Klima, das ist klar. Wichtig ist auch, jetzt nicht noch weiter die Wirtschaft zu schwächen – da hat Corona schon genügend angerichtet. Die deutschen Gesetze sind nicht für Gründer ausgelegt, es ist nicht leicht hierzulande zu gründen oder innovativ zu sein. Datenschutz, Bürokratie – wir legen uns selbst viele Steine in den Weg. Wir brauchen keine zusätzliche Belastung für die Unternehmen. Auch die Klimakrise lässt sich nicht komplett mit politischer Steuerung lösen, sondern damit, Unternehmen zu fördern, die zur Lösung der Krise beitragen.

SIE HABEN BEREITS VIEL ERREICHT. WAS IST EIN ZIEL, DAS SIE UNBEDINGT NOCH ERREICHEN WOLLEN?

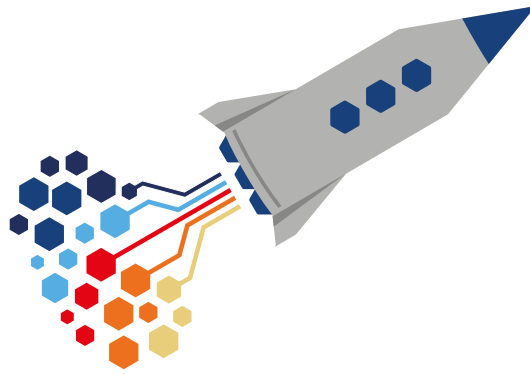
Ich möchte gerne aktiv die Zukunft im eigenen Unternehmen weiter gestalten, die familiären Werte aufrechterhalten und mit meiner Stiftung und dem Baumpflanz-Engagement weiterkommen. Kürzlich habe ich einen großen Partner gewonnen: Salesforce, mit dem wir in den nächsten 10 Jahren eine Million Bäume pflanzen wollen. Ich möchte aber noch mehr Mitstreiter finden, die sich für Nachhaltigkeit und Bildung engagieren und auch mein eigenes Unternehmen dafür einsetzen.

WARUM BIST DU MITGLIED IM THE GROW ENTREPRENEURS CLUB GEWORDEN?

Unternehmertum bewegt mich schon lange und Startup Mentoring mache ich seit vielen Jahren ehrenamtlich. Ich bin als Familienunternehmerin sehr aktiv, habe aber auch gemerkt, dass es manchmal schwierig vorangeht. Also habe ich mich mit zwei anderen Unternehmerinnen zusammengeschlossen und überlegt, wie wir das Thema Nachfolge „sexy“ machen können. Es wird immer viel über Startups gesprochen, aber auch der Mittelstand bringt neue Innovationen und Unternehmen hervor. Auch Green Monkey war ja eine Gründung aus einem bestehenden Unternehmen heraus und unser Drohnenprojekt auch, diesem Thema „Nachfolge“ und „Innovation im Mittelstand“ mehr Aufmerksamkeit zu schenken und eine Stimme zu verleihen, das habe ich mir auf die Fahne geschrieben.

Mit dieser Mission, „Familienunternehmer-Entrepreneurship“ zu stärken bin ich an die THE GROW Chairmen Bernhard und Gerold herangetreten. Um eine breite Masse zu vertreten, die oft nicht gesehen wird. Dafür eine Lobby zu schaffen, das möchte ich bei THE GROW verwirklichen. Wir müssen kluge Lösungen finden, die wir in Zukunft brauchen, um als Europa sichtbar zu bleiben und nicht in der Versenkung zu verschwinden.

WIR SIND SEHR STOLZ, VANESSA WEBER ALS CHAIRWOMAN FÜR DAS CHAPTER RHEIN-MAIN-METROPOLREGION GEWONNEN ZU HABEN – HIER WIRD ES SICHER BALD EINIGES ZU HÖREN GEBEN!



STARTUPS SIND DAS, WAS JEDE WIRTSCHAFT BRAUCHT

INTERVIEW MIT PROF. DR. MICHAEL HÜTHER

SIE SIND SEIT 2004 DIREKTOR UND MITGLIED DES PRÄSIDIUMS DES INSTITUTS DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT KÖLN. AN WELCHEN FRAGEN UND FORSCHUNGSGEBIETEN ARBEITET IHR INSTITUT AKTUELL?

Wir decken ein ganzes Füllhorn an Themen ab. Eines der wichtigsten ist wohl der Strukturwandel. Und deshalb nicht so sehr die kurze Frist der Konjunktur, sondern die langfristige Entwicklung von Wachstum und Verteilung, Bildung, das Investieren und die Bedingungen des Investierens, das politische System und wie Unternehmen sich diesen Bedingungen stellen.

FÜR WELCHES THEMA BRENNEN SIE PERSÖNLICH BESONDERS?

Ich bin als Volkswirt vom Schwerpunkt her Finanzwissenschaftler und finde es spannend, wie der Staat fiskalisch agiert, seine fiskalische Bilanz, die Schuldenkalkulation und wie sich die Schulden im Laufe der Zeit entwickeln.

Außerdem kommt der Historiker in mir zum Tragen: mich interessiert zu sehen, wie Pfadabhängigkeiten im Strukturwandel nachwirken. Viele Dinge lassen sich nicht aus dem Gestern, sondern aus dem Vorgestern erklären. Die Entwicklungen seit dem 19. Jahrhundert sind insbesondere durch unsere Kleinstaaterie und hohe Regionalität in Deutschland geprägt – im Gegensatz zu Frankreich, wo Paris der „Nabel des Landes“ ist. Stattdessen haben wir Industrie in regionalen Clustern in der ganzen Republik.

WELCHE WIRTSCHAFTSZWEIGE WERDEN IN DEN NÄCHSTEN JAHREN FÜR DEUTSCHLAND AN BEDEUTUNG GEWINNEN, WELCHE VIELLEICHT VERLIEREN?

Die Frage ist: geht es wirklich um die Wirtschaftszweige oder eher um die Art des Leistungs-Versprechens?

Die Automobilbranche wird sich immer mehr zur Mobilitäts-Branche entwickeln. Es wird darum gehen, Lösungen für autonomes und emissionsfreies Fahren zu finden. Menschen benötigen immer mehr Bewegungsfreiheit im öffentlichen Verkehr. Es braucht intermodale Konzepte zwischen den verschiedenen Verkehrsträgern: beim autonomen Fahren wäre es denkbar, dass das selbstfahrende Auto direkt am Bahnhof vorfährt, an dem ich gerade aus dem Zug steige, um so direkt weiterfahren zu können.

Natürlich wird es weiterhin Eisenbahnen geben, denn diese haben sich für Massentransporte etabliert und als effizient herausgestellt; die Digitalisierung vermag einen neuen Schub für die Leistungsfähigkeit bringen. Die Botschaft kann nicht sein, dass alle zu Hause sitzen. Die Interaktion wird differenzierter, damit man sich keine Sorge über den ökologischen Fußabdruck machen muss.

Den deutschen Maschinenbau wird es auch künftig geben, weil wir die besten Maschinen der Welt bauen. Auch hier wird von klassischen Maschinen bis 3D-Effizienzsteigerung und Emissions-Freiheit viel passieren. Die Industrie 4.0 ist das Versprechen, digital, hocheffizient

und kostenattraktiv hochklassige Produkte zu produzieren. Es kommt nicht darauf an, was wir machen, sondern wie wir es machen. Auch künftig werden wir Chemie, Stahl, Bau und Gipsproduktion brauchen – Effizienz fängt bei den Grundstoffen an. Wir müssen zeigen, dass wir die Wasserstoffstrategie auch zügig umsetzen können.

WAS SIND DIE GRAVIERENDSTEN VERÄNDERUNGEN IN DER DEUTSCHEN UNTERNEHMER-LANDSCHAFT, DIE SIE BEOBACHTEN DURFTEN?

In den letzten 15 Jahren waren wir unverändert ein erfolgreiches Industrieland – und das ist bemerkenswert, denn das haben Viele nicht erwartet. Wir haben Anpassung, Agilität und Flexibilität erlebt. Den Einzug der Digitalisierung sowie neuer Geschäftsmodelle und erweiterter Vorleistungs-Netzwerke.

Deutschland ist eine Cluster- und Netzwerk-industrie und diese räumliche Dichte bringt Vorteile. Viele Branchen-Cluster und die Bündelung im Raum machen Effizienz in Deutschland möglich. Klassische Unternehmen nutzen digitale Plattformen für Aufträge, Logistik und Vieles mehr. Das macht uns heute ganz anders steuerungsfähig. Wenn man flexible Netzwerke hat, ist Digitalisierung keine große Überraschung. Sie ermöglicht Informationsaustausch und steuerbare Differenzierungsleistung.

Keine andere Wirtschaft ist so international wie die deutsche, was durch unsere Flexibilität bedingt ist, unterschiedliche Märkte und Kulturen anzunehmen und Lösungen zu entwickeln.

Prof. Dr. Michael Hüther ist seit Juli 2004 Direktor des Instituts der deutschen Wirtschaft. Er absolvierte sein Studium der Wirtschaftswissenschaften sowie der mittleren und neuen Geschichte an der Universität Gießen. Nach Abschluss des Promotionsverfahrens wurde er 1991 Wissenschaftlicher Mitarbeiter und 1995 Generalsekretär des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung.

1999 wechselte er als Chef-Volkswirt zur DekaBank und wurde 2001 Bereichsleiter Volkswirtschaft und Kommunikation. Seit August 2001 ist er Honorarprofessor an der EBS Business School in Oestrich-Winkel und seit April 2019 Vorsitzender des Aufsichtsrates der TÜV Rheinland AG. Im akademischen Jahr 2016/17 und im Herbst 2019 war er Gerda Henkel Adjunct Professor im Department of German Studies an der Stanford University, CA, USA.



Prof. Dr. Michael Hüther, Direktor und Mitglied des Präsidiums des Instituts der deutschen Wirtschaft

WIE HABEN SIE DAS VERGANGENE JAHR – STARK DURCH CORONA GEPRÄGT – WIRTSCHAFTLICH WAHRGENOMMEN? WAS HAT SIE ÜBERRASCHT? POSITIV WIE NEGATIV?

Ein exogener Schock ändert die Megatrends nicht. Sie werden zwar vielleicht intensiver, dringlicher und beschleunigt, aber nicht abgelöst. Bemerkenswert war, dass große Industrieunternehmen es geschafft haben, ihre Anpassungsversäumnisse aus den vorgegangenen zwei Jahre abzuschütteln und sich für die Zukunft und neue Dinge fit zu machen. Im internationalen Vergleich stehen deutsche Unternehmen sehr gut da. Wenn man den Vorhang Corona beiseite zieht, muss man aber auch feststellen, dass die Grundrechtseinschränkungen gut verkraftet wurden.

WIE SCHÄTZEN SIE DIE RELEVANZ VON STARTUPS FÜR DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT EIN?

Das ist das, was jede Wirtschaft braucht. Wir haben zu wenige Existenzgründer. In Berlin oder München haben wir eine gute Kultur an international agierenden Startups mit positivem Beitrag zum Wachstum, wie nun auch in Berlin.

Genauer gesagt war dieser erstmals positiv und zuvor immer negativ. Was an der speziellen Geschichte mit doppeltem Strukturwandel durch die Teilung der Stadt kam. Siemens zum Beispiel ist damals von Berlin nach München gewandert und nie zurückgekehrt. Doch Berlin ändert sich und Startups können durch Impulse viel in einer Region mitbewegen und so die Schwelle zum positiven Beitrag beschreiten.

WAS WÜNSCHEN SIE SICH VON DEN GRÜNDER:INNEN VON MORGEN?

Warum haben wir nicht mehr, die den Weg der Gründer:innen gehen? Wer gründet, möchte neue Wege gehen und Risiken tragen. Eine Gründung zu managen und daraus etwas zu machen, erfordert ein bestimmtes Profil, und wir brauchen mehr davon. Die beste Orientierungshilfe sind dabei Venture Capital Firmen und Business Angels. Es ist nicht die Frage, was wir den Gründer:innen sagen müssen, sondern was die Marktwirtschaft im Wettbewerb darf. Wir müssen das „Gründungsgen“ weiterverbreiten und unternehmerischen Erfolg positiv bewerten.

Wir danken sehr herzlich für das Interview und die bisher gute Zusammenarbeit mit SalsUp und The Grow.



VORURTEILE BEI KOOPERATIONEN ZWISCHEN MITTELSTAND & STARTUPS

BEOBACHTUNGEN VON PROF. DR. KOLLMANN

Prof. Dr. Tobias Kollmann ist Forscher, Berater, Experte und Investor. Seit 2005 ist er Inhaber des Lehrstuhls für E-Business und E-ENTREPRENEURSHIP an der Universität Duisburg-Essen und befasst sich dort mit Fragestellungen rund um die Digitale Transformation. Als Mitgründer von Autoscout24 gehört er zu den Pionieren der deutschen Internetszene, sowie von elektronischen Marktplätzen. 2012 war er Business Angel des Jahres in Deutschland und ist außerdem Gründungsmitglied des Bundesverband Deutsche Startups e.V.



Prof. Dr. Tobias Kollmann,
Honor Entrepreneur und Founder
Autoscout 24 & Lehrstuhlinhaber

WELCHE VORURTEILE HABEN STARTUPS GEGENÜBER DEM MITTELSTAND?

ES GIBT EINE MENGE VORURTEILE, WENN
ZWEI WELTEN UND KULTUREN AUFEINAN-
DERTREFFEN. BEI THE GROW IN ZÜRICH, HAT

PROF. DR. TOBIAS KOLLMANN SEINE TOP 3
HERAUSGEPICKT, DIE ER MIT DER ZEIT BEOB-
ACHTEN KONNTE.

1.

GROSSE UNTERNEHMEN ...

... sind zu **langsam** und haben zu **komplizierte** Entscheidungswege und Umsetzungsprozesse

2.

... sind zu **ängstlich**, weil sie nur darüber nachdenken, was sie verlieren können und deswegen haben sie **keinen Mut** für echte innovative Dinge

3.

spielen **unfair** und wollen nur wissen, wie die Innovationen der Startups funktionieren, um es anschließend selber zu machen

NATÜRLICH HAT AUCH DER MITTELSTAND VORURTEILE GEGENÜBER GRÜNDER:INNEN UND STARTUPS. WELCHE? DAS ERFAHREN SIE BEI EINER DER NÄCHSTEN THE GROW

ROADSHOW VERANSTALTUNGEN. FOLGEN SIE DEN THE GROW SOCIAL MEDIA KANÄLEN, UM IMMER AUF DEM LAUFENDEN ZU BLEIBEN.

DIESE VORURTEILE MÜSSEN DRINGEND ÜBERBRÜCKT WERDEN, WENN EINE SINNVOLLE KOOPERATION ENTSTEHEN SOLL.



Nachzuhören in der
Show-Aufzeichnung



NACHFOLGEPROBLEMATIK – STATUS QUO UND HERAUSFORDERUNGEN

UNSERE THE GROW EXPERTEN GEBEN TIPPS FÜR EINE ERFOLGREICHE ÜBERNAHME

WIE IST DIE AKTUELLE SITUATION IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM IN BEZUG AUF DIE NACHFOLGEPROBLEMATIK?

Prof. Dr. Tobias Kollmann: Die KfW weist allein in Deutschland 260.000 Unternehmen aus, die innerhalb der nächsten zwei Jahre eine Nachfolgerin bzw. einen Nachfolger benötigen. Man geht davon aus, dass nur etwa 70.000 dieser Unternehmen tatsächlich einen geeigneten Kandidaten finden. Hier gibt es eine erhebliche Übernahme-Lücke. Mit der müssen wir uns auseinandersetzen.

Prof. Dr. Nadine Kammerlander: Wir haben jedes Jahr diese fünfstellige Zahl an Unternehmen, die einen Nachfolger sucht. Das kann man sich auch ganz einfach ausrechnen. Nach 25 Jahren in etwa braucht jedes Unternehmen einen Nachfolger. Die familieninterne Nachfolge ist noch die beliebteste Form. Der grundsätzliche Tenor ist, dass eigentlich an die Kinder übergeben werden soll.

In etwa 50 Prozent der Fälle gelingt das auch. Die Tendenz ist jedoch sinkend, weil viele Kinder sagen, sie möchten etwas anderes machen. Manche trauen es sich nicht zu oder möchten nicht in der Provinz bleiben, wo das Familienunternehmen angesiedelt ist. Und dann fängt das große Suchen nach einer Nachfolge an.

WIE HABEN DIE LETZTEN MONATE DIESE ENTWICKLUNG BEEINFLUSST?

Prof. Dr. Tobias Kollmann: Corona hat dieses Problem noch einmal verschärft, denn durch die Unsicherheit, welche die Pandemie mit sich gebracht hat, haben viele Übergebende gezögert und die Entscheidung zurückgestellt. Die Interessenten haben diese Entscheidung ebenfalls zurückgestellt. Daraus ergibt sich jetzt, dass wir eine zunehmende Überalterung haben, die noch einmal stärker wird, aufseiten derjenigen, die eine Nachfolge suchen. Und zusätzlich einen noch höheren Bedarf jemanden zu finden.

Es besteht die Gefahr, dass auch gesunde Unternehmen vom Markt verschwinden werden. Und wir wissen alle, was das bedeutet. Nämlich einen Verlust von Arbeitsplätzen.

WELCHEN ANSATZ VERFOLGEN DIESE UNTERNEHMEN, DIE DIE NACHFOLGE NICHT INNERHALB DER EIGENEN FAMILIE REGELN KÖNNEN?

Prof. Dr. Nadine Kammerlander: Viele Unternehmen suchen nach einem strategischen Investor, nach einem Wettbewerber, der einsteigen kann. Aber das ist immer mit Bauchschmerzen verbunden, denn es besteht die große Angst, dass der Name des Unternehmens verloren geht. Oder dass Mitarbeitern gekündigt wird. Und das wollen viele Mittelständler nicht. Einige versuchen an Mitarbeitende weiterzugeben. Das funktioniert in manchen, aber nicht in allzu vielen Fällen. Und dann bleibt eben noch die Variante, das Ganze an einen

Externen weiterzugeben. Man nennt es ein MBI - Management Buy In. In den vergangenen Jahrzehnten war dabei immer die Schwierigkeit, diese Person zu finden und dann das Ganze zu finanzieren. Wir sind in diesem Bereich noch nicht da, wo wir sein wollen. Aber wir stellen fest, dass sich bei beiden Punkten etwas tut.

Prof. Dr. Tobias Kollmann: Helfen kann dabei aus meiner Sicht insbesondere Investitionskapital aus verschiedenen Quellen. Förderprogramme oder Venture Capital. Wenn man dieses nicht nur auf die reinen Neugründungen bezieht, sondern auch mal die Perspektive auf das Feld der Unternehmens-Übernahmen lenkt, dann kann daraus durchaus eine neue Quelle auch für die Lösung dieses Problems werden.

Prof. Dr. Nadine Kammerlander: Es gibt auch immer mehr Plattformen, auf denen sich Verkäufer und Käufer von mittelständischen Unternehmen finden, sodass die Nachfolge dann gewährleistet ist.

WELCHE ROLLE SPIELT DIE FINANZIERUNG BEI DER ÜBERGABE BZW. ÜBERNAHME VON UNTERNEHMEN?

Prof. Dr. Nadine Kammerlander: Was das Thema Finanzierung anbetrifft, sind wir auch noch nicht da, wo wir sein wollen. Eine tolle Möglichkeit sind zum Beispiel Search Funds, die wir aus den USA kennen. Sie dienen dazu, unternehmerische Tätigkeiten von Menschen zu finanzieren, die bestehende Unternehmen übernehmen und dann fit für die Zukunft machen. Mein letz-

ter Stand ist, dass es in Deutschland nur sechs Search Funds gibt. Ich weiß aber von der Beobachtung der Universitäts-Landschaft, dass da im Moment einiges in der Mache ist, sodass die Hoffnung da ist, dass es in drei Jahren noch ganz andere Finanzierungsmöglichkeiten gibt.

Prof. Dr. Tobias Kollmann: Es ist im deutschsprachigen Raum grundsätzlich schwierig, Investitionskapital zu finden. Der erste Grund ist sicherlich ein historischer. Wir haben bei uns in Deutschland das Thema Venture Capital erst seit etwa 30 Jahren auf dem Tisch. Der Etablierungsfaktor dieser Investitionsform ist bei uns noch nicht so ausgeprägt wie in anderen Ländern.

Dann gibt es strukturelle Gründe. Wir haben immer noch ein Vielfaches weniger an Business Angels, also vermögende Privatpersonen, die ihr Geld in Startups investieren und damit Geld auch wieder dem Investitions-Kreislauf zuführen.

Dann gibt es auch noch mal mentale Gründe, denn in Deutschland zum Beispiel denken wir immer noch gerne in „realen Steinen“ und damit insbesondere auch in Immobilien. Das heißt, bei uns wird mehr in den Immobilienbereich investiert als in nicht greifbare virtuelle Werte bei Startups, die sich erst entwickeln müssen. Wir haben hier offensichtlich ein ganz anderes Sicherheitsdenken und zählen auf eine Greifbarkeit von Investments. Da muss man Berührungängste abbauen und aufzeigen, dass das auch ein lohnenswertes Feld ist.

WELCHE ASPEKTE GIBT ES HIERZU BEI EINEM MATCH ZWISCHEN STARTUPS UND MITTELSTÄNDISCHEN UNTERNEHMEN, DIE EINE NACHFOLGE SUCHEN, ZU BEACHTEN?

Prof. Dr. Tobias Kollmann: Es gibt einen hohen Bedarf an Gründern, die nicht nur darüber nachdenken, ein vollkommen neues Startup auf der grünen Wiese aufzubauen, sondern auch die Übernahme-Gründung in Betracht ziehen. Dort können Sie ein bestehendes Unternehmen weiterführen und auf den Assets aufbauen, die dort schon vorhanden sind.

Es ist aber auch vollkommen klar, dass die Unternehmen, die jetzt vor einer Übergabe stehen, aktuell durch eine Generation geleitet werden, die nicht mit dem Thema Digitalisierung groß geworden ist. Das bedeutet, dass wir dort Defizite erkennen. Man muss all denen sagen, die jetzt noch an dem Ruder sind und irgendwann mal ihr Unternehmen übergeben wollen: Ihr müsst das Thema Digitalisierung jetzt in die Hand nehmen. Denn das ist ein wesentlicher Faktor bei der Übergabe im Hinblick auf die Attraktivität des Unternehmens. Denn für die jüngere Generation ist es unattraktiv ein Unter-

nehmen zu übernehmen, das zum Beispiel noch in der Karteikarte die Kunden pflegt und nicht auf digitale Systeme zurückgreifen kann.

WELCHE HERAUSFORDERUNGEN ERGEBEN SICH BEI DER ÜBERGABE EINES UNTERNEHMENS?

Prof. Dr. Nadine Kammerlander: Wir haben festgestellt, dass die Familienunternehmen, bei denen der Senior noch viel Macht hatte, also beispielsweise noch 40 Stunden pro Woche im Unternehmen gearbeitet hat oder im Beirat oder Aufsichtsrat tätig war, dass in diesen Unternehmen die Innovation in den drei Jahren nach der Nachfolge deutlich niedriger war als in den Unternehmen, wo der Senior, die Seniorin sich zurückgezogen hat.

Das ist ein sensibler Moment, der auch die Weichen für die Zukunft des Unternehmens stellt. In dem sich herauskristallisiert, ob beispielsweise der Schritt in die Digitalisierung gelingen kann oder eben auch nicht. Gleichzeitig kann der Senior oder die Seniorin durch eine gute Kommunikation dem Nachfolger oder der Nachfolgerin wahnsinnig viel mitgeben. Wenn das allerdings überhandnimmt, wird Innovation blockiert.

Deswegen ist diese Zeit der Zusammenarbeit, die es da gegebenenfalls auch gibt, eine ganz schwierige oder sensible. Und ich habe auch mit einigen potenziellen externen Nachfolgekandidaten gesprochen, die dann doch nicht zur Nachfolge gekommen sind. Und zwar deswegen, weil sie festgestellt haben, in der Zeit, in der sie mit dem Verkäufer zusammengearbeitet haben, dass dieser einfach nicht loslassen konnte und keine Veränderung zugelassen hat.

Herr Umfahrer, Sie begleiten Unternehmen in der Nachfolgezeit in Ihrer Tätigkeit als Notar. Welcher ist aus Ihrer Sicht der größte Fehler, der bei der Nachfolgeregelung begangen wird?

Dr. Michael Umfahrer: Es ist wirklich ein Problem, dass der Zeitfaktor vielfach unterschätzt wird. Denn eine Unternehmens-Übergabe innerhalb der Familie, also gerade dort, wo auch sehr viel Emotion mitspielt, ist etwas, was man immer wieder hinausschiebt. Und dann fehlt häufig die Zeit, um diese Übergabe wirklich so gestalten zu können, dass sie erfolgreich ist.

WIE KANN SIE DENN ERFOLGREICH WERDEN?

Zunächst einmal ist es wichtig, dass der Prozess von Anfang an professionell begleitet wird. Etwa durch einen Rechtsberater, der häufig eine ganze Generation begleitet und daher auch das entsprechende Vertrauen besitzt. Dann der Steuerberater, der auf jeden Fall dabei sein sollte. Und es gibt dann manchmal auch noch Familien-Berater oder nahestehende

Personen, die auch den Betrieb und die Branche sehr gut kennen. Sie alle sollten mit einbezogen werden in einem solchen Prozess.

WIE SIEHT DIESER PROZESS DANN AUS?

Der Prozess muss damit beginnen, dass man herausfindet, wer aus der Familie überhaupt in der Lage und bereit ist, diesen Betrieb zu übernehmen. Das klingt zwar sehr banal, aber das ist eine wichtige erste Entscheidung. Denn wir beobachten auch, dass die Bereitschaft, den Betrieb zu übernehmen, aus der Familie heute gar nicht mehr so selbstverständlich ist. Wir stellen stattdessen fest, dass die externen Übergaben, also die Verkäufe nach außen, tendenziell zunehmen.

Die Übernahme muss so gestaltet werden, dass man in der Familie einen richtigen Zeitplan, einen Kompetenzplan macht. Dass man die Gesellschafts-Verträge so abstimmt, dass über den Zeitraum der Unternehmens-Übergabe verschiedene Meilensteine festgelegt werden. Und bei diesen Meilensteinen sollte der Übernehmende immer stärker in den Betrieb hineinwachsen und gleichzeitig der Übergebende oder die Übergebende sich aus dem Betrieb zurücknehmen.

Doch auch wenn der Prozess gut aufgesetzt ist – wir haben es mit Menschen zu tun. Wir haben es mit Themen zu tun, bei denen man nicht in die Zukunft schauen kann. Man kann es bestmöglich vorbereiten und begleiten. Aber es gibt keine Garantie dafür, dass eine solche Unternehmens-Übergabe erfolgreich ist.

WORAN SCHEITERN DIE MEISTEN ÜBERGABEN UND WIE LÄSST SICH DIES VERHINDERN?

Es wird versprochen, dass sich die oder der Übergebende zurückzieht, ja es wird sogar festgeschrieben in Verträgen und Vereinbarungen. Doch tatsächlich scheitern Unternehmens-Übergaben dann genau an diesem Punkt, dass der Übergebende sich eben nicht zurückzieht.

Es ist ein ganz wichtiger Punkt, dass man die Kompetenzen in Verträgen ganz klar fest schreibt. Diese Kompetenz-Abgrenzung ist ein ganz wichtiger Punkt. Ich bin davon überzeugt, dass das Niederschreiben und das sich Beschäftigen mit so einer Urkunde ganz wesentliche Aspekte dafür sind, dass man dann auch dazu steht. Das ist anders, als wenn man etwas nur liest oder es in einen Gesprächsverlauf festlegt. Also mit anderen Worten: diese Verschriftlichung ist ein ganz wesentlicher Bestandteil und eine wesentliche Erfolgskomponente.

DAMALS HIESS DAS „MACH DICH SELBSTSTÄNDIG“, STARTUPS GAB ES NOCH NICHT.

INTERVIEW MIT MARIO FÜRST, DER 40-FACHE GRÜNDER, DER JETZT EINE NEUE GETRÄNKE-KATEGORIE ETABLIERT

WIE HAT DEINE GRÜNDERGESCHICHTE BEGONNEN?

Bei meiner ersten Unternehmung war ich 17,5 Jahre alt. Die Geschichte dazu begann 1992 mit einer Einladung zu einem Vortrag zum Thema „Investmentfonds – langfristig gibt es Nichts besseres“. So saß ich mit 60-80 anderen Leuten im Hotel Maritim als ein etwa 50-jähriger Mann die Bühne betrat und eine Stunde zu diesem Thema referierte. Ich habe dadurch vieles verstanden und mitgenommen – vor allem über das Thema langfristig Geld anlegen durch Investmentfonds. Auf der Heimfahrt haben sich meine beiden Kollegen – die ich als Fahrer akquiriert hatte – bedankt, da sie es ebenfalls sehr spannend fanden.

Als ich das meinem Berater erzählte, der mir den Vortrag empfohlen hatte, fragte er: „Warum machst du das jetzt nicht selbst? Du hast bereits jetzt zwei potenzielle Kunden, warum steigst du nicht in das Geschäft ein?“. Sechs Monate und eine interne Weiterbildung später, habe ich gemerkt, dass mir die Thematik gefällt, habe schnell Abschlüsse gemacht. Mit der begonnenen Nebentätigkeit habe ich bald mehr verdient als mit meiner Festanstellung und dadurch bin ich in meiner ersten Selbstständigkeit gelandet.

DAMALS HIESS DAS „MACH DICH SELBSTSTÄNDIG“, STARTUPS GAB ES NOCH NICHT.

WIE KAM ES DAZU, DASS DU DANN GANZE 40 UNTERNEHMEN GRÜNDET HAST?

Die Anfänge waren die Fonds, drei Jahre später kam ein Versicherungs-Vertreter auf mich zu. Er berichtete über seine Kunden, die nun in einem Alter seien, indem Gelder fällig wären und er nicht wisse, wo die Leute das Geld

anlegen sollen. Um diese Kunden zu beraten, haben wir zusammen eine GmbH gegründet. Das war also mein zweites StartUp. Kurze Zeit später kam ein Banker, der aus der Branche raus wollte, auf mich zu. Mit ihm startete ich meine dritte Unternehmung. Und danach jemand aus der US-Immobilienbranche, der Wachstum durch Vertrieb generieren wollte, was ich bieten konnte. Irgendwann hatte ich viele Geschäftskunden, diese hatten viele Dächer und so bin ich auch mit Solar in die erneuerbaren Energien eingestiegen – und so ging es immer weiter mit der Vernetzung und eins führte zum anderen.

Ich mache alles mit Leidenschaft und Begeisterung. Neben einem klaren Fokus war ich aber immer offen für Neues. Ich habe mich aufs Verkaufen fokussiert, auf das „Sales-Marketing“. Ein gutes Produkt ist ein gutes Produkt, aber nicht immer gewinnt das Beste am Markt. Wie schaffe ich es also im Marketing, dass die Authentizität nicht verloren geht? Du musst den Bedarf des Kunden ermitteln, sofort reagieren und ihm Produkt - mit Emotionen aufgeladen - nahebringen. Ich kann verkaufen, ich weiß aber auch wann die Reise in einer Firma für mich vorbei ist und wann ich das Baby weitergebe – es ist wichtig, dass du deiner eigenen Stärken bewusst bist.

ICH HABE IN MEINEM LEBEN NIE GEARBEITET

WAS WAREN DEINE WICHTIGSTEN LEARNINGS ALS UNTERNEHMER?

1. Man kann nicht immer davon ausgehen, dass dein Gegenüber das gleiche Verständnis hat wie du selbst
2. Schaff dir Verbündete (Das ist auch die Lösung für 1.)

3. Bau dir ein gutes Team, das Unternehmung mitgestaltet, entwickelt und mit zum Erfolg führen kann
4. Verlass permanent deine Komfortzone als Gründer
5. Du brauchst Marathon-Läufer und Sprinter in deinem Team
6. Divise: Machen, nur dann kannst du auch etwas erreichen

DEIN AKTUELLES PROJEKT IST KLOSTER KITCHEN – WAS IST DAS UND WIE KAM ES DAZU?

Wir sehen uns als neue Getränke-Kategorie: Organic Power Drinks. Welche neuen Getränke-Segmente wurden denn in den letzten 120 Jahren kreiert? Neben Energy-Drinks durch Red Bull gab es wenige Innovationen. Wir haben unsere Produkte 2015 entwickelt und sind 2016 in den Markt eingestiegen. Da gab es noch keine anderen Ingwer-Shots. Heute gibt es immer mehr Mitbewerber – und das finde ich gut, sonst würde es keinen Markt geben.

Unser USP liegt darin, dass der BIO-Ingwer durch ein selbst entwickeltes Verarbeitungsverfahren weder gequetscht noch gepresst, sondern klein geschnitten. Dank der Ingwerstückchen bleiben die wertvollen Wirkstoffe erhalten und sorgen für ein besonderes Geschmackserlebnis. Dieses Verfahren kann bisher kein anderer. Mit unseren Organic Power Drinks unterstützen wir Menschen in ihrem aktiven, gesunden und nachhaltigen Lebensstil. Unsere Produkte sind zu 100% vegan. Kloster Kitchen steht für einzigartige Geschmackserlebnisse.



HE SHOT THE SHERIFF



Mario Fürst, Entrepreneur,
vierzigfacher Gründer
und CEO von Kloster Kitchen

Wir haben uns von Anfang an dafür entschieden, keine Health Claims auf unsere Produkte zu drucken, wir wollen durch Geschmack überzeugen und einen Wohlfühlmoment erzeugen.

WIE SIEHT DEINE VISION FÜR DIE ZUKUNFT VON KLOSTER KITCHEN AUS?

Ich wünsche, dass mir irgendwann jemand irgendwo auf der Welt eines meiner Produkte anbietet und empfiehlt. Also ganz klar: Kloster Kitchen weltweit in 147 Ländern erfolgreich zu verkaufen. Deshalb bin ich auch sehr dankbar über die Partnerschaft mit Eckes-Granini, denn auf dem internationalen Parkett sind wir noch ganz am Anfang – haben aber große Ambitionen. Jetzt erst recht.

IHR HABT KÜRZLICH EINE KOOPERATION MIT ECKES-GRANINI GESCHLOSSEN, WIE HABT IHR DAS GESCHAFFT? WAR DAS VON ANFANG AN DER PLAN?

Wir haben bereits kurz nach Markteintritt gemerkt, dass das Geschäftsmodell sehr gut skalierbar ist, weil das Produkt gut bei den Verbrauchern ankommt. Die FMGC-Branche ist besonders schnell, deswegen wussten wir früh,

dass das etwas Großes werden kann. Uns war bewusst, was wir selbst können und was nicht. Ein strategischer Partner, der sich in der Getränke-Branche auskennt, war von Anfang an unser Wunschpartner.

Die beste Finanzierung ist Geld, das der Kunde in dein Produkt steckt. Damit generierst du Kapital, das du wieder nutzen kannst.

WAS SOLLTEN GRÜNDER BEACHTEN, WENN SIE SOLCHE KOOPERATIONS-VERHANDLUNGEN FÜHREN?

Als Erstes: je weniger Druck herrscht, desto positiver ist die Verhandlung. Das klingt einfach und ist meines Erachtens die Wahrheit. Es gibt mir zu viele Gründer, die einen schnellen Exit wollen, aber es nicht entsprechend kommunizieren. In solchen Verhandlungen musst du dich klar fokussieren und überlegen, was du willst. Will ich das Unternehmen schnell verkaufen und einen Exit schaffen oder langfristig gemeinsam eine tolle Unternehmung aufbauen. Wenn du diese Entscheidung triffst, dann bist du ehrlich und authentisch.

WIE FINDE ICH ALS GRÜNDER DEN RICHTIGEN PARTNER?

Viele suchen Kapitalgeber, und wissen nicht mal warum genau. Wenn wir heute Wachstumskapital suchen und mich jemand fragt wofür, dann kann ich klar sagen, was wir alles benötigen. Ich kann sagen, was für Marketing, Produktentwicklung, Expansion und Personal einkalkuliert ist, und warum entsprechend z.B. fünf Millionen verplant sind, welche am Ende ein profitables Wachstum und positiven EBITDA erzeugen. Ich als Gründer kann das nur mit dem Team entscheiden, wer der richtige Partner ist.

Es muss ein Plan da sein. Werde dir klar, was dein Weg ist und was du dafür an Kapital brauchst. Dein Businessplan muss untermauern, wie du das Geld in Wert umwandelst, damit es in der Due Diligence den Investor überzeugt.

WIR HATTEN KEIN PITCH-DECK UND ICH GLAUBE, DASS VIELE KEINS HABEN. DIE MEISTEN GUTEN DEALS KOMMEN ÜBER DAS NETZWERK ZUSTANDE.



MOTIVATION UND FÜHRUNG: WEGE AUS DER KRISE

INTERVIEW MIT JÜRGEN ZWICKEL

WIR ALLE ERLEBEN DERZEIT HERAUSFORDERNDE ZEITEN, DIE KEINER VON UNS VOR EINIGEN MONATEN SO VORAUSGESAGT HÄTTE. WIE GEHT ES GENAU WEITER? WAS KOMMT NOCH ALLES AUF UNS ZU? WAS BEDEUTET DIESE ZEIT FÜR MEIN UNTERNEHMEN? DAS SIND EXEMPLARISCH NUR DREI FRAGEN, DIE SICH DIE MEISTEN VON UNS WAHRSCHEINLICH GESTELLT HABEN UND AUCH IMMER WIEDER STELLEN.

Und bei all dem: Was bedeutet das letztendlich auch für die eigene Motivation und die Motivation und Führung der Mitarbeiter? Genau diese Frage ist es, die du dir immer wieder stellen und auch ehrlich beantworten solltest.

Wir können Mitarbeiter nur erfolgreich und intelligent führen, wenn wir uns selbst intelligent führen. Sowohl mental wie auch emotional. Das gilt gerade in herausfordernden Zeiten wie diesen. Doch wie gelingt uns eine mental und emotional intelligente Selbstführung? Es ist dieser klare und ehrliche Blick auf uns selbst, den wir hierfür mitunter brauchen. Denn Klarheit ist ein wichtiger Aspekt der Selbsterkenntnis im Leben. Denn je besser du dich selbst kennst, desto besser und intelligenter kannst du dich selbst führen. Und je besser du dich selbst führen kannst, desto besser und erfolgreicher kannst du auch deine Mitarbeiter führen. Gerade deshalb ist persönliche Klarheit der erste wichtige Schritt für einen Weg aus der Krise.

WIE SCHAFFE ICH PERSÖNLICHE KLARHEIT?

Klarheit erzeugt Gewissheit. Klarheit gibt neue Kraft. Klarheit hilft, Wesentliches vom Unwesentlichen unterscheiden zu können. Klarheit stärkt die Aufmerksamkeit. Klarheit fördert die Motivation. Klarheit ist die Grundlage guter Entscheidungen und durch Klarheit gelangen wir somit auch zu besseren Ergebnissen. Eine gute Möglichkeit, um in die persönliche Klarheit zu gelangen ist, dass du dir selbst gute und reflektierende Fragen stellst und diese auch ehrlich für dich beantwortest:

- Wo stehst du gerade auf einer Skala von 0 bis 10 was dein Energieniveau betrifft? Wenn es keine 9 oder 10 ist – was kannst du tun, damit du dein Energieniveau spürbar erhöhen kannst? Was tut dir gut? Woran hast du Freude? Welche Energiekiller gilt es zu eliminieren?
- Welche Werte sind dir gerade in diesen herausfordernden Zeiten wichtig. Was möchtest du selbst erfahren bzw. deinen Mitarbeitern spürbar vorleben?
- Welche Wirkung geht derzeit von dir aus? Ist es eine Wirkung, die deine Mitarbeiter bzw. andere Menschen positiv und stärkend beeinflusst? Was kannst du tun bzw. konkret bei dir verändern, damit deine persönliche Wirkung noch positiver zur Geltung kommt?

→ Was sind deine (vor allem auch mittel- und langfristigen) Ziele, für die es sich lohnt, auch in diesen herausfordernden Zeiten, weiterhin dran zu bleiben? Welchen großen Nutzen haben andere Menschen von deiner Dienstleistung und von deinen Produkten? Auf welche Art und Weise verbesserst bzw. erleichterst du dadurch das Leben deiner Kunden bzw. der Menschen?

→ Auf welche Art und Weise kannst du selbst durch diese derzeitige Situation wachsen? Was kannst du aktuell in dieser Krise lernen und wie nutzt dir diese Erkenntnis für die Zukunft?

Beantworte dir einmal diese Fragen. Mache dir deine Antworten bewusst und nutze diese, um deinen Fokus zu schärfen bzw. neu auszurichten. Dadurch kannst du gleichzeitig deine eigene Motivation positiv beeinflussen, was wiederum deine Mitarbeiter bzw. die Menschen in deinem Umfeld stärkt.

Jürgen Zwickel ist Keynote-Speaker, Seminarleiter, Persönlichkeitscoach und Experte für eine mental und emotional intelligente Selbstführung und Leadership. Als 5-facher Buchautor ist er zudem ein inspirierender Impulsgeber für eine erfolgreiche Potenzialmaximierung und für die Stärkung der Persönlichkeitsfitness. Mit seiner einzigartigen Inspirationskraft und seinem tiefgründigem Wissen begleitet, begeistert und stärkt er seit fast 20 Jahren tausende von Menschen und auch Unternehmen auf ihrem Weg zum nächsten Level getreu seinem Motto: Da geht noch was - entdecke in Dir, was möglich ist!



Jürgen Zwickel, Entrepreneur, Autor und Keynote-Speaker

FÜHRUNGSKRAFT: FELS IN DER BRANDUNG, KOMMUNIKATOR UND VORBILD

Gerade in herausfordernden und außergewöhnlichen Zeiten suchen Mitarbeiter Orientierung und Halt. Viele Menschen umtreiben in diesen Tagen auch Ängste: Die Angst um den Arbeitsplatz, die Angst um ihre Gesundheit, die Angst, ihren Verpflichtungen nicht mehr nachkommen zu können, die Angst um ihre Liebsten. In Krisenzeiten sind Mitarbeiter mehr gefordert als in „normalen“ Zeiten. Doch Angst fördert nicht die Motivation sondern lähmt eher ein zielgerichtetes Verhalten und auch Handeln.

Einer solchen Angst begegnen wir immer mit Vertrauen. Und jetzt bist du als Führungskraft oder als StartUp Gründer gefordert, dieses Vertrauen durch eine gute und intelligente Mitarbeiterkommunikation herzustellen. Wie kann das gelingen?

Dabei hilft es, sich immer wieder zu fragen, was genau, in welcher Reihenfolge und zu welchem Zweck an die Mitarbeiter kommuniziert werden soll. Welche Maßnahmen werden zu welchem genauen Zweck ergriffen? Welche genaue Ausrichtung wird in Zukunft ins Auge gefasst? Was bedeutet das konkret für die Mitarbeiter?

Wichtig ist zudem dies ehrlich, authentisch und mit einer glaubwürdigen Zuversicht weiterzugeben. Stichwort: „Walk your talk“. Sage, was du meinst, glaubst und fühlst und handle auch selbst so, wie du es sagst. Eine authentische Kommunikation erhöht die Vertrauenswürdigkeit und stärkt massiv den Vorbildcharakter. Und das „Vorbild sein“ ist die stärkste Führungskompetenz, die du ausstrahlen kannst.

bewegt, belastet und wie sie diese herausfordernden Zeiten für sich sehen und was für sie wichtig ist. Beziehungspflege ist grundsätzlich, aber gerade in herausfordernden Zeiten, eine der wichtigsten Führungsaufgaben.

Zeige ihnen zudem auf, dass Krisen immer auch Möglichkeiten für eine persönliche Weiterentwicklung und für Innovationen sind. Das gilt sowohl für den Einzelnen, als auch für Abteilungen oder ganze Unternehmen. Ermutige deine Mitarbeiter, durch eigene Ideen und kreative Ansätze für solche Weiterentwicklungen und Innovationen zu sorgen.

Gemeinsam statt einsam. Diese drei Wörter habe ich in den vergangenen Wochen immer wieder gehört bzw. auch gelesen. Und genau das gilt auch für jedes StartUp bzw. Unternehmen in herausfordernden Zeiten.

“ EIN PROBLEM IST HALB GELÖST, WENN ES KLAR FORMULIERT IST. ”

John Dewey, Philosoph

Führe einen Perspektivwechsel durch und versetze dich in die Rolle deiner Mitarbeiter: Was würdest du jetzt von deinem Vorgesetzten erwarten? Welchen Umgang und welche Kommunikation würdest du dir in herausfordernden Zeiten wünschen? Mache dir immer klar: deine Mitarbeiter sind deine wichtigsten Kunden und sie können gerade in diesen herausfordernden Zeiten nur klar sehen, wenn sie dich bzw. die Führungskräfte auch verstehen.

ZUSAMMEN SEID IHR STARK

Auch das Gefühl der Zusammengehörigkeit und der Gemeinschaft kann sich positiv auf die Motivation des Einzelnen auswirken. Hier bieten sich virtuelle Gruppenmeetings an, in denen nicht nur fachliche Themen, sondern auch persönliche Erfolgserlebnisse, hilfreiche Erfahrungen und persönliche Belange zur Sprache kommen. Suche den persönlichen Kontakt zu deinen Mitarbeitern. Frage sie, was sie derzeit

Eine gemeinsame Ausrichtung passiert nicht, sondern wird vor allem durch die verantwortlichen Menschen bzw. Führungskräfte durch ihre Wirkung und durch ihr Verhalten kreiert.



THE GROW PORTRAITS – QUALITÄT AUS LEIDENSCHAFT

INTERVIEW MIT MICHAEL KÄFER

WIE GESTALTETE SICH IHR START IM FAMILIENUNTERNEHMEN?

Ich wusste schon sehr früh, dass ich unser Unternehmen einmal übernehmen möchte. Ich bin mehr oder weniger im Feinkostladen aufgewachsen und habe schon als 16-jähriger auf Veranstaltungen mitgearbeitet. Nach dem Studium habe ich mich 1984 aber erst einmal mit der Diskothek P1 und verschiedenen Restaurantkonzepten selbstständig gemacht. 1988 bin ich denn mit 20 % der Anteile meiner Großmutter in die Geschäftsleitung eingestiegen und habe in den folgenden Jahren auch meinem Onkel und meinem Vater nach und nach ihre Anteile abgekauft.

Seit 1998 bin ich alleiniger Gesellschafter der Käfer Gruppe, die heute neben dem Stammhaus in der Münchner Prinzregentenstraße mit Feinkostladen und Restaurant auch den international operierenden Party Service, die Gastronomien im Deutschen Bundestag, in der BMW Welt, im ICM auf der Messe München und auf der Hamburg Messe, das Gut Kaltenbrunn am Tegernsee, mehrere Käfer Delis und die Lizenzvergabe umfasst.

WOFÜR STEHT FEINKOST KÄFER?

Unser Slogan lautet schon lange „Qualität aus Leidenschaft“, und dies leben meine MitarbeiterInnen und ich jeden Tag. Wir haben den Anspruch, dass jedes Produkt und jede Dienstleistung unsere sechs Käfer Werte erfüllt: einzigartig, liebenswert, hochwertig, überraschend, emotional und nachhaltig. Unsere KundInnen und Gäste sollen unsere Freude und unser Engagement bei der Erfüllung ihrer Wünsche spüren.

WAS VERSTEHEN SIE UNTER INNOVATION? WIE STELLEN SIE SICHER, DASS FEINKOST KÄFER SICH WEITERENTWICKELT?

Ernährung ist immer ein Spiegel des Zeitgeistes. Für uns als führende Marke in diesem Segment ist es daher elementar, aktuelle Strömungen aufzunehmen und uns stetig weiterzuentwickeln.

Michael Käfer ist geschäftsführender Gesellschafter der Käfer Gruppe, die in den Bereichen Party Service, Gastronomie, Einzelhandel und Lizenzvergabe tätig ist. Unter seiner Führung hat sich das 1930 gegründete Familienunternehmen stetig weiterentwickelt und beschäftigt heute weit mehr als 1.000 Mitarbeitende.

Wir holen uns unsere Inspirationen dort, wo neue Trends entstehen. Das geschieht häufig bei Kollegen im Ausland wie etwa in New York, aber auch in der Mode und im Design. Daneben sind unsere Food Scouts permanent unterwegs und suchen nach den besten Produkten und Lieferanten, die neue Wege einschlagen.

Nachhaltigkeit und alternative Ernährungsformen sind gerade große gesellschaftliche Themen, die auch bei uns im Fokus stehen. Meine Frau Clarissa als Aufsichtsratsvorsitzende der Käfer AG hat im vergangenen Jahr eine große Nachhaltigkeitsinitiative über alle Unternehmensbereiche ausgerollt und gemeinsam mit Führungskräften Maßnahmen u.a. in den Bereichen Energie, Verpackung, Abfall, Digitalisierung, Produkte und Arbeitsmittel sowie sozialem Engagement entwickelt. Zudem eröffnen wir noch im September unser erstes vegetarisch-veganes Restaurant Green Beetle in München, das von Grund auf ausschließlich nach nachhaltigen Gesichtspunkten geplant wurde.



Michael Käfer, Entrepreneur und
Vorstandsvorsitzender der Käfer AG

WELCHE INNOVATION AUS DER FOOD-BRANCHE HAT SIE ZULETZT BEGEISTERT?

Die veganen Fleischalternativen des Münchner Unternehmens Greenforce. Die Burger, Pflanzlerl und das Hack basieren auf Erbsenprotein und die Fertigmischungen müssen einfach nur angerührt und dann zubereitet werden. Wir haben uns viele Fleischalternativen angesehen, und diese hat uns vom Geschmack, der Textur, der Zutatenliste und auch vom Handling her überzeugt.

EINIGE UNSERER VERANSTALTUNGEN DES ENTREPRENEURS CLUBS WERDEN BEI IHNEN ABGEHALTEN. WAS MACHT EIN EVENT IN IHREN LOCATIONS BESONDERS?

Unser Ziel ist bei jeder Veranstaltung, die Gäste wieder aufs Neue zu überraschen und ihnen ein unvergessliches Erlebnis zu bieten. Daher: Lassen Sie sich überraschen.



UNTERNEHMERTUM BRAUCHT KREATIVITÄT & LEIDENSCHAFT

INTERVIEW MIT JULIEN BACKHAUS

WIE KAMST DU AUF DIE IDEE, EINEN EIGENEN VERLAG ZU GRÜNDEN? BEZIEHUNGSWEISE WIE GESTALTETE SICH DER ANFANG DEINES BERUFLICHEN WERDEGANGS?

Eine ausgeprägte Leidenschaft für gute Kommunikation hatte ich schon als Kind. In meiner Jugend verliebte ich mich immer stärker in die Medienwelt. Weil ich auf einem Bauernhof groß geworden bin, war mir Selbstständigkeit enorm wichtig. Daraus wurde dann irgendwann der Plan, etwas Eigenes in den Medien zu machen.

VON ALLEN MENSCHEN, DIE DU IM RAHMEN DEINER KARRIERE KENNENLERNEN DURFTEST – GAB ES JEMANDEN, DER DICH BESONDERS BEEINDRUCKT HAT? WARUM?

Nein – jeder, mit dem ich gearbeitet habe, hat etwas ganz Besonderes. Wladimir Klitschko hat den Drive, Dieter Bohlen ist ein beeindruckender Kaufmann und Reinhold Messner vermittelt dir, wie man sich lebendig fühlt. Und ich hätte noch 500 weitere Geschichten.

DEINE BÜCHER DREHEN SICH RUND UM ERFOLG UND „GEWINNER“. WAS IST DEIN #1 TIPP FÜR JUNGE MENSCHEN AM ANFANG IHRER KARRIERE?

In Büchern liegt dir die Welt zu Füßen. Alle Erfolge, die je gefeiert und alle Fehler, die je gemacht wurden, sind in Büchern niedergeschrieben. Als ich mit 18 begann, diesen Schatz zu heben, änderte sich alles. Ich empfehle jedem Menschen - nicht nur jungen - diese Bücher zu lesen.



Julien Backhaus, Entrepreneur und Verleger
Fotograf: Oliver Reetz

WAS WÜNSCHT DU DIR VON UNTERNEHMER:INNEN DER ZUKUNFT?

Manchmal kommt es mir so vor, als seien die neuen Unternehmen wie Maschinen konstruiert. Sie sind nur noch effiziente Organismen, die keine Seele haben. Ich würde mir wieder mehr Kreativität und Leidenschaft wünschen, die auch mal die Grenzen der BWL überschreitet.

Julien Backhaus ist Verleger und Medienunternehmer (u.a. ERFOLG Magazin, wirtschaft tv) sowie Autor mehrerer Bücher. Sein aktueller Bestseller heißt „Bullshit Rules“.

REDNER, AUTOR, VERLEGER, TV-PRODUZENT – FÜR WELCHE DEINER TÄTIGKEITEN BRENNST DU AM MEISTEN?

Für mich sind das alles Ausprägungen meiner unternehmerischen Leidenschaft. Denn oft tue ich alle vier Dinge am selben Tag. Und das liebe ich sehr. Diese Abwechslung ist die Würze meines Lebens. Dürfte ich nur eine einzige Sache davon tun, wäre ich weniger glücklich.

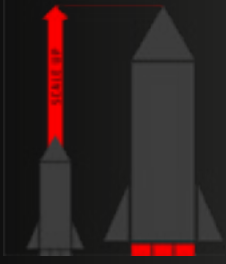
WAS BEGEISTERT DICH PRIVAT? WELCHEN LEIDENSCHAFTEN GEHST DU NACH?

Es gibt nicht den privaten und den beruflichen Julien. Meine Arbeit ist mein Leben. Ich verbinde es gerne mit etwas Luxus und Komfort, das macht mir Spaß.

WAS IST DEIN NÄCHSTES GROSSES ZIEL?

Ich habe noch nie öffentlich über meine konkreten Ziele gesprochen. Natürlich werden wir unser Titelportfolio weiter ausbauen, genauso wie unsere TV-Angebote. Bald launchen wir eine neue Digitalplattform. Und ich engagiere mich als Beirat in der Backhaus Stiftung, die meine Frau Eva gegründet hat.

Lieber Julien, herzlichen Dank für das Interview und auf eine gute Zusammenarbeit!



STARTUP KICKSTARTER ERFOLG AUF KNOPFDRUCK

DIE WELTNEUHEIT AB 9-2021

Der Markenaufbau für ein Startup-Unternehmen ist echter Ausdauersport. Es gibt sehr viele Hürden, die Startups bedenken müssen, um zielgerichtet erfolgreich zu werden. Das genaue Geschäftsmodell muss geprüft sein, das Branding und die Positionierung müssen passen und es müssen Ressourcen sowie Strategien für Produktion, Logistik, Marketing und Vertrieb geschaffen werden. All das ist für ein Startup kaum zu bewältigen und genau aus diesem Grund haben wir uns es zusammen mit der ÖKOVAION VENTURES GmbH & Co. KG zur Aufgabe gemacht den Rahmen zu schaffen, um Startups zum Erfolg zu führen!

Und genau an diesem Punkt setzen wir an. Zusammen in unserem Netzwerk erarbeiten wir vom Start weg das genaue Branding, die Marketing-Unterlagen für Investmentgespräche, Designs und kümmern uns um die Umsetzung der Homepages, des Verkaufsfunnels und allen anderen Online Kanälen von Google MyBusiness bis hin zu Facebook, LinkedIn und Co. Die nötigen finanziellen Ressourcen können wir über die Ökovation Ventures abdecken.

Für Startups gibt es nun einen neuen Weg der Skalierung und des Markeneinstiegs. Genau diesen führt SCALUP im Moment als einzi-

ger Dienstleister in Europa mit dem Thema Kickstarter-Kampagnen ein, denn das ist „THE NEW WAY OF SCALING YOUR STARTUP“. Der neue Weg der Skalierung über Kickstarter Kampagnen. Es genügt ein innovatives Produkt und die Vision großes zu erschaffen!

Wie das genau funktioniert können wir hier in 5 einfachen Phasen erklären!

1

ENTDECKUNGS-PHASE

Ein Startup hat vielleicht das begehrtesten Produkt der Welt geschaffen. Eines, das die Branche revolutioniert und von Vielen geliebt werden wird. Aber ohne die richtige Botschaft und Markenpositionierung wird Niemand wissen, warum

es gebraucht wird. Wir tauchen tief in das neue Produkt ein, extrahieren deine Story, die die Welt hören muss, und positionieren dich für den Kickstarting-Erfolg.

2

PRE-CAMPAIGN SETUP

Wenn das Produkt neu positioniert wurde, ist es an der Zeit, die effektivsten Marketingmaterialien zu erstellen, um das Produkt im richtigen Licht zu präsentieren. Hier schalten wir unser Design- und

Grafikteam dazu. Unsere Grafiker sorgen nicht nur dafür, dass die Dinge hübsch aussehen, sondern gestalten die Arbeiten so, dass sie für den jeweiligen Zweck funktionieren.

3

PRE-CAMPAIGN LAUNCH

Das Ziel der Pre-Campaign ist einfach: Wir wollen das Ergebnis der Kampagne kontrollieren, indem wir eine hoch qualifizierte Community aufbauen, bevor wir starten.

Es ist an der Zeit, unsere glänzenden neuen Marketingmittel zum Einsatz zu bringen. Wir setzen bezahlte Internetwerbung ein, um die Besucherzahlen zu erhöhen und eine E-Mail-Liste aufzubauen. Unser Werbeteam wird zum Experten für den Einsatz der Werbegelder, um den ROI

(Return of Invest) und das Ergebnis der Kampagne zu maximieren.

Während unser Werbeteam eine hoch qualifizierte E-Mail-Liste aufbaut, arbeitet unser Performance-Team an der Kampagnenstrategie. Während dieses Prozesses erstellen wir alle Marketing-Assets, planen E-Mail-Marketingkampagnen und entwickeln Belohnungsoptionen, um die Vorbestellungen der Kampagne zu maximieren.

4

KAMPAGNEN LAUNCH

Das ist unser Lieblingsteil. Die Startups nehmen sich einen Stuhl, lehnen sich zurück und sehen zu, wie wir die Schleusen öffnen. Da unsere qualifizierte E-Mail-Liste bereitsteht, erreichen wir das Kampagnenziel immer innerhalb der ersten 24 bis 48 Stunden. Dadurch steigt die Kampagne in der Rangliste nach oben, was sie vor Hunderttausende

weitere potenzielle Unterstützer bringt. Nachdem das Kampagnenziel überschritten wurde, setzt unser Team zusätzliche Werbung, E-Mail-Marketing und soziale Medien ein, um den Schwung fortzusetzen. Das Endergebnis ist eine Kampagne, die das ursprüngliche Ziel um ein Vielfaches übertrifft.

5

POST-CAMPAIGN

Die Finanzierung hört nicht auf, wenn die Kampagne beendet ist. Es ist nicht ungewöhnlich, dass sich die Kampagnenergebnisse durch unsere nachgelagerten Kampagnen verdoppeln.

Wir vermarkten die neuen Unterstützer weiter, indem wir sie durch fachmännisch gestaltete Up-

sell-Trichter führen. Warum sollte man aufhören, Vorbestellungen entgegenzunehmen, wenn die Kampagne beendet ist? Die Vorbestellungssysteme werden von uns auf der unternehmens-eigenen Website und anderen Crowdfunding-Websites eingerichtet, um den Umsatz auch nach der Kampagne zu maximieren.



Josef Köppl, Entrepreneur,
Founder & CEO ScalUp GmbH

UNSERE VISION

NACHDEM WIR MIT UNSERER MARKETINGAGENTUR UND ALS ZERTIFIZIERTER FACEBOOK UND GOOGLE PARTNER ERFOLG NACH ERFOLG FEIERN KONNTEN UND IM MITTELSTAND ETABLIERT SIND, BEFASSTEN WIR UNS WEITER MIT DEM GEDANKEN KICKSTARTER.

NACH SEHR LANGER KONZEPTION DES VERKAUFSFUNNELS, DER MARKETINGSTRATEGIEN UND EXTREM VIELEN TESTS AUF DEN PLATTFORMEN, IST ES UNS NUN GELUNGEN, DEN PERFEKTEN WEG ZU FINDEN. GENAU DIESEN WEG WERDEN WIR NUN ALS ERSTE AGENTUR IN GANZ EUROPA ETABLIEREN.



STAMMGÄSTE, POLITIKER & ENTREPRENEURE

THE GROW REDNER, DISKUSSIONSTEILNEHMER UND FREUNDE



CHRISTIAN
LINDNER



DR. MARGARETE
SCHRAMBÖCK



DANIEL
KRAUSS



FRANK
THELEN



MIRIAM
WOHLFARTH



DR. WALTER
DÖRING



PROF. DR.
NADINE
KAMMERLANDER



OLIVER
KAHN

IM RAHMEN DER
20-JAHRFESTER
DER BK GROUP AG



WOLFGANG
GRUPP JUNIOR



ROBERT
HORNSTEINER



PROF. DR. DR.
WERNER
WEIDENFELD



ARNE
GELS



DIRK
LEHNER



KATHARINA
KREITZ



PROF. DR.
MAXIMILIAN
LUDE



ROLF
SCHRÖMGENS



**GEROLD
WOLFARTH**



**DEJAN
JOVICEVIC**



**MARIO
ERNST**



**PROF. DR.
TOBIAS
KOLLMANN**



**CHRISTIAN
MOHR**



**PROF. DR.
HERMUT
SCHÖNENBERGER**



**WOLFGANG
BOSBACH**



**STEFAN
MENNERICH**



**SINA
TRINKWALDER**



**SUSANNE
HAHN**



**FRANK
TROCH**



**HUBERT
AIWANGER**



**DR. MARKUS
ANDING**



**PROF. DR. DR.
EWALD
MITTELSTÄDT**



**MATTHIAS
RÖHRING**



**JOSEF
KÖPPL**



**WOLFGANG
GRUPP**



**BERNHARD
SCHINDLER**



**TILO
BONOW**



**MARCELL
JANSEN**

THE GROW ROADSHOW [UNSERE EXKLUSIVEN STAMMGÄSTE 2021]



ANNA
ALEX



PATRICK
MÜLLER



DR. ERHARD
BUSEK



MARKUS
ACHLEITNER



FELIX
SCHAUERTE



HANS
LUTHARDT



BURKHARD
SCHNEIDER



BRITTA
THIELE-
KLAPPROTH



FABIAN
TAUSCH



MANUEL
STROEH



JOACHIM
MEYER



FRANK
TROCH



BERND
SIBLER



DR. ANDREAS
RICKERT



NINA
PÜTZ

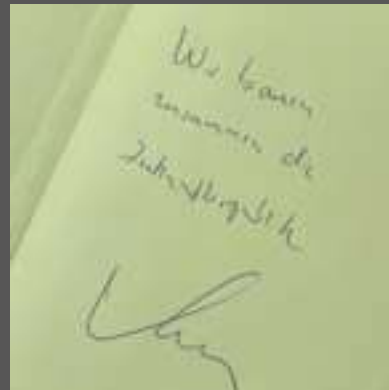


PROF. DR.
TORSTEN WEBER



80 PERSÖNLICHKEITEN MIT EINEM ZIEL: DIE ZUKUNFTSREPUBLIK

EMPFEHLUNG VON THE GROW CHAIRMAN BERNHARD
SCHINDLER NACH PERSÖNLICHEN GESPRÄCHEN
MIT DEN HERAUSGEBERN



Wer denkt nicht ständig an sie: die Zukunft. Im Moment mehr denn je. Wie wird es meinem Unternehmen, mir und meinen Lieben, und der Gesellschaft gehen? Wie wird mein Unternehmen die Krise, den wo möglich nächsten Lockdown überstehen? Werden wir die Herausforderungen, die Schicksalsschläge bestehen? Können wir uns auf die Zukunft überhaupt noch vorbereiten? Planen?

Diese Zukunftsungewissheit hat sechs junge Unternehmer zusammengeführt und veranlasst, ein Buch herauszugeben, in dem sie selbst sowie 74 weitere überwiegend junge Persönlichkeiten ihre Zukunftsvisionen skizzieren.

Zu den Herausgebern zählen: Marie-Christine Ostermann, Geschäftsführerin des Lebensmittelgroßhändlers Rullko, Celine Flores Wilters, Gründerin und Chefin der Beratung The People Branding Company, die The Grow Entrepreneurin Miriam Wohlfarth, Gründerin und Geschäftsführerin des Fintechs Ratepay,

Entrepreneur Daniel Krauss, Mitbegründer und -geschäftsführer von FlixBus, Dr. Andreas Rickert, Gründer und Vorstandsvorsitzender der gemeinnützigen Beratungs- und Analysegesellschaft Phineo, sowie Hauke Schwiezer, Geschäftsführer der Bildungsplattform Startup Teens.

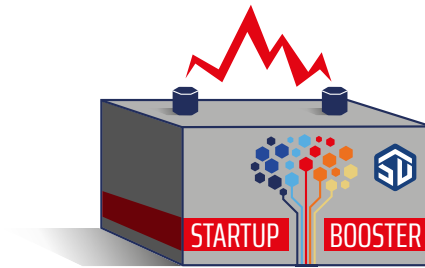
Im März 2020 war es soweit, den GründerInnen wurde Angst und Bange. So hat es uns als junge in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft engagierte Menschen hart getroffen“, berichten die Herausgeber. „Wir setzen uns ja schon seit Jahren im Rahmen der Plattform StartupTeens für die Förderung des unternehmerischen Denkens und Handelns in Deutschland ein. In Zeiten wie diesen, in denen das ganze Land aufgrund des Coronavirus heruntergefahren war und immer noch hustend sich von Welle zu Welle schaukelt, scheint das wichtiger und dringlicher denn je.

Dieses Buch soll deshalb auch ein Weckruf für alle Unternehmer:Innen und Gründer:Innen sein. Wir möchten mit unseren Zukunftsvisionen einen Beitrag dazu leisten, aus dieser Stillstandsrepublik eine Zukunftsrepublik zu machen.“

Und tatsächlich: Herausgekommen ist ein Buch mit mehr als 350 Seiten, das nicht nur so kurzweilig zu lesen ist, wie es der Klappentext verspricht: „Dieses Buch ist ein gigantisches Feuerwerk an Visionen, persönlichen Einschätzungen und Wegweisern für das kommende Jahrzehnt,“ so THE GROW Chairman Bernhard Schindler.

Ein Dank an dich lieber Andreas Rickert für deine klare Botschaft an uns THE GROW: „Wir bauen zusammen die Zukunftsrepublik!“





STARTUP PITCHES BEI THE GROW

DIESE STARTUPS HABEN SICH IM
RAHMEN DER ROADSHOW PRÄSENTIERT

PITCHES IN WIEN



NUCARMO

JOHANNES HÄSSLER IST FOUNDER DER NEW CAR MOBILITY GMBH I.G., WELCHE UNTER DEM MARKENNAMEN NUCARMO AUF DEM DEUTSCHEN MARKT AUFTRETEN WIRD! JOHANNES HÄSSLER HAT ANFANG 2019 EINES DER UMSATZSTÄRKSTEN REISEBÜROS IN DER REGION FREIBURG ÜBERNOMMEN UND WURDE DANN VON DER KRISE VOLL GETROFFEN. AUS DIESER SITUATION HERAUS HAT ER ERFOLGREICH EINEN NEUEN LOGISTISCHEN GESCHÄFTSZWEIG GEGRÜNDET, WORAUS DIE IDEE EINES EIGENEN AUTOABOS ENTSTANDEN IST.

Stellen Sie sich vor: Welches Traumauto wollten Sie schon immer einmal fahren? Genau dieses Traumauto können Sie jetzt fahren.

Und zwar nicht wie bei einer Langzeitmiete, bei der Sie nur eine Fahrzeugkategorie buchen. Nein, Sie suchen sich Ihr Traumauto in Ihrer Wunschfarbe und mit Ihrer Wunschausstattung aus. So lange Sie möchten und wann Sie möchten. Komplette stressfrei und sorgenfrei. Vielleicht im Sommer ein schickes Cabrio und im Winter ein fantastisches SUV? Der Auto-Abo-Markt bietet ein riesiges Potenzial, denn die Millennial-Generation wird sich kein eigenes Auto mehr kaufen. Die neue Generation möchte abonnieren. Aufgrund meiner Logistik-Erfahrung weiß ich, worauf Kunden Wert legen – und das sind genau unsere Werte: Exzellenter Kundenservice, perfekte Logistik und vor allen Dingen ein Kundenerlebnis.



BREAZY HEALTH

ANDREAS THOM IST CEO UND GRÜNDER VON BREAZY HEALTH. DIE FIRMA WURDE 2018 GEGRÜNDET UND HAT SICH DAS ZIEL GESETZT, ALS ZENTRALE, DIGITALE THERAPIEPLATTFORM DIE BEHANDLUNG VON MENSCHEN MIT CHRONISCHEN ATEMWEGSWEGERKRANKUNGEN ZU REVOLUTIONIEREN.

Meistens fängt es im Frühling an: Augenjucken, Naselaufen, Husten und Schleim. Es geht vielleicht weiter mit Medikamenten, Pillen, Inhalieren und vielleicht sogar einer Spritze. Darüber hinaus zusätzlich Arzttermine. Ich verliere den Überblick, ich bin nicht mehr richtig, belastbar, ich werde immer älter, ich habe Angst vor

schlimmeren Erkrankungen. Woher ich das weiß? Weil wir die App Breazy Track entwickelt haben, weil ich selbst Asthmatiker bin und weil wir, die drei Gründer, 6 Millionen Asthmatiker in Deutschland 40 Millionen in Europa und über 314 Millionen auf der Welt helfen möchten. Wie? Wir unterstützen die Patienten dabei, ihre Therapie selbst zu verstehen und welche Medikamente wie und wann helfen. Außerdem hilft es den Ärzten bei der Therapie der Patienten. Wir sind besser als andere Startups in diesem Bereich, weil wir seit 2019 auf dem Markt sind, über 15 Tausend Downloads haben, große Partner gewonnen haben und sind in Deutschland das erste Startup, das das PneumoDigital Siegel erhalten hat.

HOUSE OF PASSION

HOUSE OF PASSION

JANNES GAUKEL VON HOUSE OF PASSION MÖCHTE ERFOLGS- HUNGRIGEN UND WISSENSDURSTIGEN MENSCHEN ZEIGEN, WIE SIE EIN SELBSTBESTIMMTES UND NACHHALTIG ERFOLG- REICHES LEBEN DURCH DIE MACHT IHRER GEDANKEN & GE- WOHNHETEN KREIEREN. UND DAMIT ENDLICH DIE VERANT- WORTUNG FÜR SICH UND IHRE TRÄUME ÜBERNEHMEN.

Dieser Pitch wurde vom Vortragenden leider abgebrochen – Das Startup beschäftigt sich damit, durch unterschwellige Bot- schaften, Menschen zu helfen ihre Gewohnheiten (wie beispiele- weise das Rauchen) zu ändern, Neues zu lernen und ihr Leben besser zu gestalten.



DENTON SYSTEMS GMBH

MARIUS LIEFOLD IST CEO DER DENTON SYSTEMS GMBH. DIE DENTON-METHODE IST EIN PATENTIERTES VERFAHREN, WELCHES EINEN GESUNDEN AUSGANGSZUSTAND VON GEBISS UND KIEFER SCANNT, VERMISST, SPEICHERT. SOMIT IST ES WIE EIN COMPUTER-BACKUP REPRODUZIERBAR.

Stellen Sie sich vor, Sie sind im schönen Österreich im Ski-Urlaub. Und auf einmal sehen Sie Nichts mehr, Sie hatten einen Unfall, liegen im Schnee und neben Ihnen einige Ihrer Zähne. Normalerweise müssten Sie jetzt nach Hause fahren und würden einen Freihand gefertigten Zahnersatz bekommen, der nicht immer unsichtbar ist. Mit Denton und Ihrem persönlichen Back-up für die Zähne, können Sie weltweit zu jedem Zahnarzt gehen und auf

Knopfdruck Ihre individuellen Daten übermitteln. So fahren Sie fast mit Ihren eigenen Zähnen wieder nach Hause. Aber ehrlich gesagt, ist das nur ein kleiner Teil, denn Ihre Zähne sind so viel mehr als ein Teil des schönen Aussehens. Sie können für Migräne, Schlafstörungen und weitere Symptome verantwortlich sein. Sie kennen vielleicht auch Menschen, die von Arzt zu Arzt rennen und niemand kann nachhaltig helfen. Denn durch Stress, Zähne knirschen, einen Unfall und durch jeden Eingriff, verlieren wir unseren gesunden Ausgangszustand, den wir trotz Arztbesuch nicht wieder bekommen. Das betrifft jede 5. Person in Deutschland, was einen jährlichen, riesigen Schaden in Form von Krankschreibungen nach sich zieht. Denton kann den gesunden Ausgangszustand auch Jahre später wieder herstellen.

[WINNER]

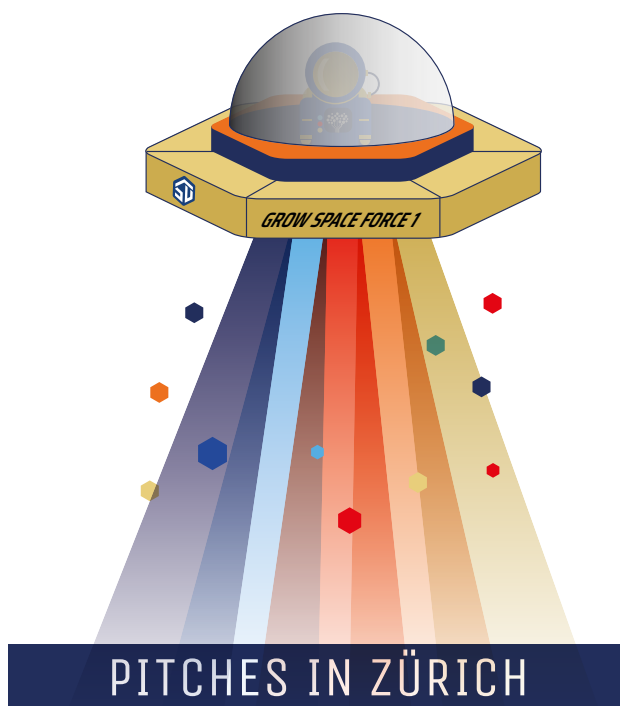


QUICK SPEECH

LUKAS SNIZEK GRÜNDETE DAS EDUTECH STARTUP QUICK- SPEECH BEREITS WÄHREND SEINES STUDIUMS. QUICKSPEECH IST EINE LERNPLATTFORM, DIE ES UNTERNEHMEN ERMÖG- LICHT, IHRE EIGENEN MITARBEITENDEN SOWIE VERTRIEBS- PARTNER SPIELERISCH LEICHT ZU TÄGLICHEN LERNEN ZU MACHEN.

Wir haben eine App entwickelt, die es Mitarbeitern ermöglicht, spielerisch leicht zu täglichen Lernern zu werden. Über 80% der Arbeitenden weltweit arbeiten ohne PC, sondern auf Baustellen, im Verkauf, in Krankenhäusern oder im Außendienst. Dazu kommt, dass der Schulungsbedarf aufgrund der immer kürzeren Produkt-Innovations-Zyklen immer größer wird und Kunden den Service immer mehr schätzen. 92% der Menschen kaufen aufgrund von Service im stationären Handel. Deshalb ist es wichtig,

dass genau diese Mitarbeiter eines haben: Wissen. Ihnen fehlt jedoch die Zeit. In über 90% der Unternehmen, die Mitarbeiter ohne PC schulen, läuft das immer noch so ab, dass sie für Schulungen abgezogen werden. Dabei gibt es drei große Probleme. Erstens, es kostet Zeit, in der die Mitarbeiter nicht am Arbeitsplatz sind. Zweitens kostet es sehr viel Geld und drittens es funktioniert fast nicht. Schon wenige tage nach herkömmlichen Schulungen, bleibt nur ein Bruchteil des Wissens hängen. Deswegen haben wir QuickSpeech entwickelt. Unsere App bedient sich am Microlearning, das heißt, es gibt tägliche kurzweilige Quizzes, Lückentexte, Karteikarten und Videos. Und es funktioniert: die tägliche Trainings-Beteiligung liegt derzeit bei 75 %, die Zeitersparnis bei 34% und wir erreichen 26 % gemessenen Wissens-Zuwachs



FLEXIRIO

FLEXIRIO

HARALD BAUER IST DER GRÜNDER VON FLEXIRIO. FLEXIRIO IST DAS FLEXIBELSTE MÖBELSYSTEM DER WELT UND DAS ERSTE NACHHALTIGE LEGO-BAUKASTENSYSTEM, WELCHES JEDES ERDENKLICHE MÖBEL MITWACHSEND MÖGLICH MACHT.

Flexirio ist das flexibelste Möbel und eine patentierte Weltneuheit. Es ist nicht nur das erste nachhaltige Lego-Baukasten System, sondern auch das erste, das sich junge Leute leisten können. Ich selbst bin Tischler und Produktdesigner, 34 Jahre alt und in meinem Leben mehr als 20-mal übersiedelt. Jedes Mal musste ich einen Transporter mieten, viel Freunde um Hilfe fragen und

sperrige Möbel transportieren. Noch dazu gehen Möbel dabei kaputt, lassen sich nicht wieder aufbauen oder passen schlichtweg nicht in die neue Wohnung. Damit bin ich nicht allein: 44% der jungen Menschen, die in der Stadt leben, einmal im Jahr übersiedeln und nach Möbeln suchen, welche multifunktional sind und nicht zu viel Aufwand für den nächsten Umzug bedeuten. Eine Wickelkommode oder ein Kinderbett werden nicht lange benötigt und Eltern könnten sich allein bis zum 10. Lebensjahr ihres Kindes viel Geld sparen. Flexirio wächst mit und ich kann meine Möbel in Einzelteile zerlegen und zu neuen kombinieren.



MON.COURAGE

EVA HELMETH IST DIE GRÜNDERIN VON MON.COURAGE. MON.COURAGE HAT EINE ECHE WELTNEUHEIT ENTWICKELT: DEN FACE & BODY STICK - EIN PFLEGESTIFT, DER SÄMTLICHE CREMES UND HAARKUREN ERSETZT. EIN IDEALER BEGLEITER IM ALLTAG UND AUF REISEN. SO EINFACH KANN NACHHALTIGE, FAIRE BIKOSMETIK SEIN.

Ich suche dich. Du hast Freunde, du hast eine Community, du hast Menschen, die an deinen Lippen hängen? Dann werde jetzt mon.courage Botschafter und wir werden die Kosmetikbranche revolutionieren. Ich habe auf vier Kontinenten Sozialwissenschaften studiert und war viel unterwegs. Meine Reiselust und mein Wissen über Heilpflanzen haben mich inspiriert, den Face und Body Stick zu erfinden. Er ersetzt die 8 gängigsten Cremes und

du kannst ihn für Lippen, Gesicht und Haare verwenden. Ich habe 25 Pflanzenwirkstoffe so kombiniert, dass der Stick nicht nur super gut über die Haut gleitet, sondern auch vor Wind und Wetter schützt. Auch unter der Dusche kannst du ihn zum Eincremen verwenden. Mir liegt eines besonders am Herzen: Als ich in Südafrika war, habe ich gesehen, wie Menschen neben Mülldeponien leben und keinen Zugang zu Hygiene-Artikeln haben. Wenn ich 100.000 Sticks verkaufe, können zwei Tanklasten voll Plastikmüll vermieden werden. Wenn ich noch mehr verkaufe, kann ich die Rohstoffe direkt von den Herstellern beziehen. Das ist für mich gute, faire, Bio-Kosmetik. Immer mehr Menschen entscheiden sich für Naturkosmetik und 70% der unter 35-Jährigen legen Wert auf wenig Verpackungsmüll.



LETOH ROOMS

MIT LETOH ROOMS ENTWICKELT GRÜNDERIN FABIENNE JEANNERET DAS ETWAS ANDERE HOTELPRINZIP. DIE KOMPLETT AUTOMATISIERTE UNTERKUNFT, DIE OHNE PERSONAL VOR ORT AUSKOMMT. DIE IDEE: ALTE, JEDOCH NOCH INTAKTE HOTELS IN DEN ALPEN WERDEN RENOVIERT UND ZU EINEM MODERNEN ERLEBNISSZENARIO.

Die Hotellerie wird sterben, hohe Personalkosten, hoher Investitionsbedarf, die sich immer schneller entwickelnde Digitalisierung sind problematisch für Betriebe. Allein in der Schweiz haben in den letzten 10 Jahren 1000 Betriebe ihre Türen für immer geschlossen. Dazu kommt es speziell in den Alpen zu einer Nachfolgeproblematik. Man rechnet mit einem weiteren Rückgang

des Angebots von bis zu 30%. Wir steuern gegen und schaffen ein modernes, zukunftsfähiges und skalierbares Konzept. Bestehende Immobilien werden nachhaltig umgebaut und so die regionale Wirtschaft ländlicher Regionen wieder angekurbelt. letoH rooms ist die Hotelerfahrung der neuen Generation. Alle Prozesse sind digital aufgebaut, zum Beispiel schon das Frühstück, über App bestellt, morgens frisch geliefert. Zusammen mit meinem Team konnte ich in den letzten Jahren vielen Hotels helfen, ihre Betriebskosten durch Digitalisierung zu senken – und das bis zu 60%. letoH rooms denkt anders, nachhaltig, automatisiert, modern. Handeln sie jetzt, um die Hotel-Branche auf den Kopf zu stellen.

[WINNER]



MACU 4

DR. MYRIAM LINGG IST EINE VON 3 CO-FOUNDERN VON MACU4. MACU4 MACHT ES MÖGLICH EINEN PROTHESEN-SCHAFT INNERHALB VON MINUTEN ANSTELLE VON STUNDEN ZU PERSONALISIEREN UND DEN ANWENDERN EIN KOSTENGÜNSTIGES, MODULARES, LEICHTES & ATMUNGSAKTIVES PROTHESENDESIGN BEREITZUSTELLEN.

Wusstet ihr, dass es weltweit ca. 1 Mio. Menschen gibt, denen ein Unterarm fehlt? Bis zu 80% davon tragen keine Prothese, entweder weil sie durch die hohen Kosten keinen Zugang zur Prothetik haben und wieder andere lehnen sie ab, weil sie schwer sind und man sehr darunter schwitzt. Wir haben eine System-Innovation

entwickelt, die den Zugang zur Prothetik erleichtert. Unser Produkt ist nicht nur ein Design, für eine passive Arm-Prothese, sondern eine Software-Lösung, um einen Armschaft innerhalb von Minuten, statt Stunden zu personalisieren. Das Material ist wärmeausgleichend und sehr leicht. Gleichzeitig kann sie fürs Radfahren und Schwimmen verwendet werden, was insbesondere für Kinder von Vorteil ist. In Kombination ist unsere Lösung günstig und somit auch für Menschen mit geringen finanziellen Mitteln erschwinglich. Wir setzen auf 3D-Druck und sind die einzigen am Markt, die mit einer Automatisierungstechnik arbeiten, um die Prothesen individuell anzupassen.

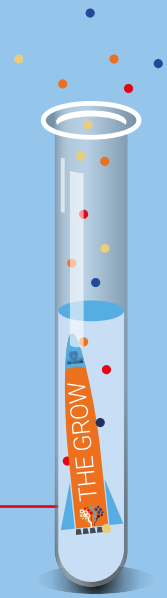


CONSTELLR

CHRISTIAN MITTERMAIER IST GRÜNDER VON CONSTELLR. CONSTELLR LIEFERT DIE GRUNDLAGE FÜR EINE PRÄZISE, VERLÄSSLICHE UND FRÜHZEITIGE PROGNOSE ÜBER DEN GESUNDHEITZUSTAND VON PFLANZEN. MIT HILFE VON CONSTELLR'S PATENTIERTEN SATELLITENTECHNOLOGIE WERDEN TEMPERATURDATEN DER PFLANZEN ERHOBBEN, UM SMART FARMING ZU BETREIBEN.

Wir ermöglichen es, weltweit rechtzeitig auf die Bedürfnisse von landwirtschaftlichen Nutzpflanzen einzugehen, bevor Ernte-Einbußen bestehen. Und das mit Hilfe von Wärmekarten, unserer eigenen Flotte von Mini-Satelliten. Klimawandel, extreme Wetterereignisse, Regularien – die Anforderungen für effizientes Bewirtschaften von Feldern nimmt immer weiter zu. Wer rechtzeitig weiß, was seine Felder benötigen und welche Folgen

sich daraus ergeben, sichert seine Wettbewerbsfähigkeit. Sensoren, Drohnen und Flugzeuge unterstützen bereits optimales Feldmanagement, jedoch sind die Hürden für den Einsatz hoch: teuer, aufwendig und schwer skalierbar. Mit den bisherigen Satellitendaten werden meist nur sichtbare Veränderungen wie die Blattfarbe analysiert. Jedoch ist dieser Faktor Tage bis Wochen zu spät, um präventive Maßnahmen zu ergreifen. Einbußen im Ertrag und in Qualität sind die Folge. Mit unserer patentierten Infrarot-technologie können wir diesen Firmen präzise Aussagen zu Temperatur und vegetativen Stress geben, sobald er eintritt. Daten werden direkt eingespielt, auf die jeweilige Region angepasst und verarbeitet. Der Landwirt bekommt ohne großes Investment und ohne großen Aufwand Transparenz über seine Felder und Planungssicherheit. Und das für 2ct pro Hektar.



ERSTE ERGEBNISSE: THE GROW STUDIE

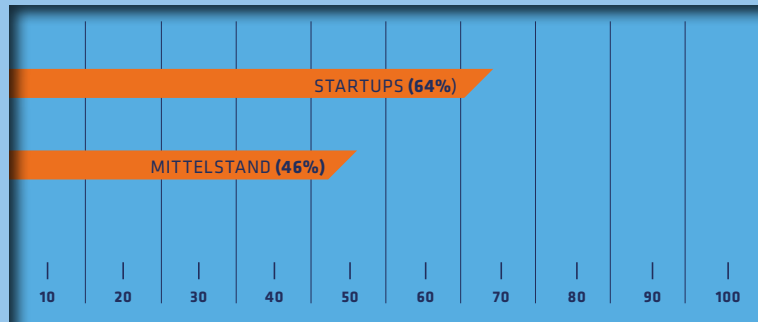
Prof. Dr. Nadine Kammerlander, Institut für Familienunternehmen & Mittelstand, WHU und Honor Entrepreneurin

GEMEINSAM MIT PROF. DR. NADINE KAMMERLANDER FÜHREN WIR PARALLEL ZU UNSERER ROADSHOW EINE STUDIE DURCH. WÄHREND UND NACH DEN VERANSTALTUNGEN HABEN TEILNEHMER:INNEN DIE MÖGLICHKEIT, IHRE STIMME ABZUGEBEN UND EINIGE FRAGEN ZU BEANTWORTEN.

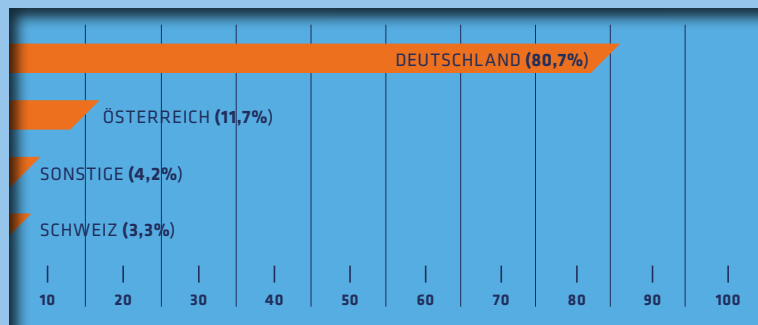
FÜR UNSER ZWEITES THE GROW MAGAZINE HABEN WIR ERSTE ERKENNTNISSE DER UMFRAGEN AUS MÜNCHEN, WIEN UND ZÜRICH FÜR SIE ZUSAMMENGEFASST:

DAS THE GROW PUBLIKUM

SIND SIE VERTRETER EINES STARTUPS ODER DES MITTELSTANDES?



AUS WELCHER REGION STAMMT IHR UNTERNEHMEN?



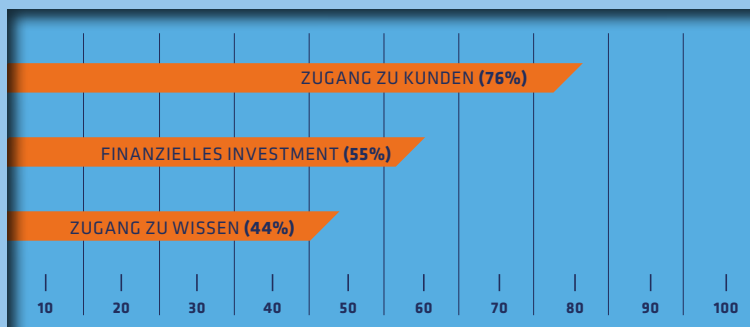
70%
HABEN BEREITS MIT DER JEWEILS ANDEREN PARTEI KOOPERIERT

BEI **50%**
VERLIEF DIE ZUSAMMENARBEIT DABEI „GUT“ ODER „SEHR GUT“

37%
HABEN AN MINDESTENS ZWEI THE GROW VERANSTALTUNGEN TEILGENOMMEN

DAS SAGEN DIE STARTUPS

WAS ERHOFFT IHR EUCH AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT DEM MITTELSTAND? (TOP 3)

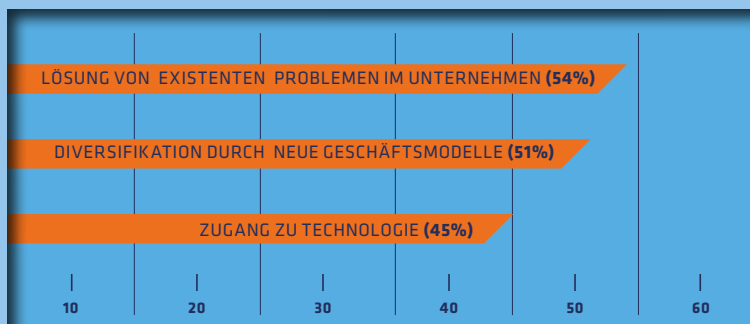


79%

SEHEN LANGFRISTIGES DENKEN ALS TOP-VORTEIL, DEN EIN PARTNER AUS DEM MITTELSTAND BIETET

DAS SAGT DER MITTELSTAND

WAS ERHOFFEN SIE SICH AUS DER ZUSAMMENARBEIT MIT STARTUPS? (TOP 3)



71,5%

SEHEN HOHE INNOVATIONSKRAFT ALS TOP VORTEIL, DEN STARTUPS BIETEN

SIE MÖCHTEN AUCH TEILNEHMEN?



CHAPTER NRW

MARIO ERNST
MATTHIAS RÖHRING
FELIX SCHAUERTE

CHAPTER RHEIN-MAIN-METROPOLREGION

CHAIRWOMAN VANESSA WEBER

CHAPTER MITTELDEUTSCHLAND

MAX JANKOWSKY

CHAPTER BADEN WÜRTTEMBERG

ROBERT HORNSTEINER
DR. FLORIAN EISELE
FRANK GALGENMÜLLER

CHAPTER SCHWEIZ

MARC ARNOLD
LUCAS MÜLLER (IN DEN GESPRÄCHEN / ONBOARDING PROZESS)

CHAPTER SÜDTIROL

KARIN GRÜNFELDER

UNSERE CHAPTER
& IHRE VORSTÄNDE

CHAPTER BERLIN

MARKUS SCHMITT
DANIEL KRAUSS

CHAPTER BAYERN

GEROLD WOLFARTH
MARTIN KILIAN

CHAPTER WIEN

DEJAN JOVICEVIC

CHAPTER SALZBURG

MARTIN ZAUNER

CHAPTER TIROL

OLAF NIGGEMANN
DR. HORST WENDLING
(ALTBÜRGERMEISTER KITZBÜHEL)

THE GROW RALLEY

BAYERN - TIROL - SCHWEIZ

20.-22 MAI

AUF DEN SPUREN VON INNOVATION, WERTEN
UND TRADITIONEN TREFFEN SICH DIE ENTREPRE-
NEURE ZU DREI HERAUSRAGENDEN TAGEN: START
MIT WEISSWURSTFRÜHSTÜCK AM TEGERNSEE,
ENDE AM BODENSEE BEI EINEM TRAUMHAFTEN
SEEBRUNCH.

SAVE THE DATE.



UNSERE CHAPTER & IHRE VORSTÄNDE

BEREITS WENIGE WOCHEN NACH UNSERER CLUB-GRÜNDUNG FANDEN SICH DIE ERSTEN CHAPTER ZUSAMMEN. DIESE LOKALEN ZUSAMMENSCHLÜSSE WOLLEN SICH NOCH ENGER VERNETZEN, EIGENE CHAPTER-EVENTS ABHALTEN UND REGIONALE HERAUSFORDERUNGEN GE-

MEINSAM MEISTERN. WIR BEDANKEN UNS BEI ALLEN CHAPTER-VERANTWORTLICHEN UND FREUEN UNS AUF DIE ERSTEN INITIATIVEN UND WEITERE CHAPTER-GRÜNDUNGEN!



MITGLIED WERDEN!
[THE-GROW.DE](https://www.the-grow.de)/BEWERBUNG-CLUB

HABE DIE EHRE – A DANKSCHÖN FÜR DIE LEZT'N 16 MONAT!

Was war das für ein Start! Wenn ich zurückblicke, was die letzten Monate alles passiert ist, haut's mir den Schalter raus! So viele einzigartige Menschen stießen bei THE GROW dazu, ob im Entrepreneurs Club, bei der Roadshow, den Podcasts oder im Magazin. Vom Feinkost-König Michael Käfer, bei dem wir unsere Weihnachtsfeier mit feinen Schmanckerln abhalten werden bis hin zu EHEIM CEO Ibrahim Mefire Kouotou, der von einem Fachmagazin zum Manager des Jahres gekürt wurde. Vom Unicorn bis zum jüngsten Gründer Deutschlands. Über 120 Entrepreneure und Experten in nur vier Monaten!

A VERGELT'S GOTT UND MERCI

Besonders möchte ich mich bei unseren Chapter Vorständen bedanken. Mit Vanessa Weber, die gemeinsam mit weiteren Entrepreneuren die Rhein-Main-Metropolregion aufbaut und zudem die erste Chairwomen des Clubs ist, freue ich mich mit meinem Chairman Kollegen Gerold Wolfarth auf weitere hochkarätige Entrepreneure, welche gerade im Onboarding sind für die Schweiz, Belgien und Frankreich! Danke sagen möchte ich vor allem den Chapter Kollegen Entrepreneur Mario Ernst, Matthias Röhring und Felix Schauerte für die Unterstützung zur Überbringung der Gelder für die Fluthilfe.

Großer Dank an der Stelle auch meinem Chairman Kollegen Gerold Wolfarth, der sogar zwei ganze Tage vor Ort war. Ein Dank aber auch an den ASB und die vielen Hilfsorganisationen, welche sofort und unbürokratisch mit Stromaggregaten halfen und selbst von Berlin ins Ahrtal lieferten.

Unsere Clubmitglieder konnten sich bei vielen Events, Online wie in Präsenz, kennenlernen und spannenden Experten lauschen. Wir durften beim Entrepreneurs Lunch Christian Lindner, Thomas Sattelberger und Wolfgang Bosbach hören, mit Stefan Müller (Parlamentarischer Geschäftsführer der CSU im Deutschen Bundestag) Klartext sprechen und hatten einen Online-Talk mit Andre Braun, einem

der jüngsten Gründer Deutschlands. Wir sprachen mit den Entrepreneuren Georg Kofler und Sky Geschäftsführer Michael Meiers.

On Tour durften wir Flixbus mit Entrepreneur Daniel Krauss, TRIGEMA mit Entrepreneur Wolfgang Grupp sen. und Wolfgang Grupp jun. sowie UBS mit Entrepreneur Florian Görlich sprechen und den Campus Kitzbühel mit Sitz unseres Chapters mit Entrepreneur Olaf Niggemann besichtigen. Und das war nur ein Auszug von so vielen einzigartigen Veranstaltungen live vor Ort!

MAN MUSS AUCH MAL STOLZ SEIN!

Was haben wir nicht alles seit Februar der Gründung von THE GROW erreicht? Unser erster Entrepreneurs Breakfast mit drei der spannendsten Gründer und StartUps, live dabei zum überaus wichtigen Thema „Mobilität der Zukunft“. Unser 1. THE GROW Summit 2021, live mit 30 Ehrengästen, Rednern, Wissenschaftlern und Politikern. U.a. mit Minister Bernd Sibler, dem stellv. Bayerischen Ministerpräsidenten Hubert Aiwanger, Frank Thelen, Oliver Kahn, Andre Braun, Flixbus Gründer Daniel Krauss, Miriam Wohlfarth, Stammgast Prof. Dr. Tobias Kollmann, TRIGEMA Inhaber Wolfgang Grupp sen. und Wolfgang Grupp jun., Stammgast Wolfgang Bosbach, Prof. Dr. Maximilian Lude, Stammgast Sina Trinkwalder, Österreichs Bundesministerin Margarete Schramböck u.v.m.

Ein Summit wie er noch nie da war! Und das war erst der erste! Dass wir mit unserer Roadshow mehrere Tausend Menschen bisher erreichten und damit zur größten Event-Reihe für Startups und Mittelstand in Europa heranwachsen, hätten wir uns niemals träumen lassen.

Das gesamte Team ist glücklich, stolz und voller Dank an alle, die dies ermöglicht haben – 103.500 StartUps für unsere Entrepreneure.

Vor allem auch SalsUp wächst und wächst: 103.500 StartUps, über 60 Gründerzentren, Hochschulen und Universitäten nutzen mit einem White Label System SalsUp und alle Corporate Entrepreneure bekommen das Closed System von SalsUp!

UND DAS ALLES IN 16 MONATEN SEIT DER IDEE VON MIR!

Ich möchte mich herzlichst bei allen Entrepreneuren und Experten bedanken, die so viele tolle Initiativen starten und den Club dadurch nach so kurzer Zeit zu einer unglaublichen Reichweite und Schlagkraft verholffen haben. Meinem Chairman Kollegen und Freund Gerold Wolfarth danke ich für die intensiven Stunden jeden Tag und unsere Mission: **THE GROW zum größten exklusiven Club Europas zu machen!**

Sie, alle liebe Entrepreneure, sind herausragende Macher, die einfach TUN! Tag und Nacht. Darauf müssen wir alle stolz sein!

HABE DIE EHRE

Bernhard Schindler



UNSERE HONOR ENTREPRENEURS

VORBILDER FÜR THE GROW, UNTERNEHMER:INNEN & STARTUPS

REGELMÄSSIG EHREN WIR PERSONEN, DIE IN UND UM DEN THE GROW ENTREPRENEURS CLUB GROSSARTIGE LEISTUNGEN ERBRINGEN, MIT DER AUSZEICHNUNG ALS „HONORY MEMBER DES THE GROW ENTREPRENEURS CLUBS“. WIR SIND MEHR ALS STOLZ, BISLANG DIESE PERSÖNLICHKEITEN ZU UNSEREN EHRENMITGLIEDERN ZU ZÄHLEN



PROF. DR. NADINE KAMMERLANDER

INSTITUT FÜR FAMILIENUNTERNEHMEN
& MITTELSTAND, WHU

EXPERTIN FÜR FAMILIENUNTERNEHMEN

Nadine untermauert wissenschaftlich fundiert die Relevanz der Themen, die für THE GROW von zentraler Bedeutung sind: Das Bestreben der mittelständischen Unternehmen in den Bereichen Innovationsmanagement, Ideenreich-

tum und Technologisierung mit der globalen Wirtschaft Schritt zu halten. Mit ihrem Institut macht Sie in Zahlen sichtbar, was unsere Wirtschaft so dringend braucht.



DEJAN JOVICEVIC

CEO „DER BRUTKASTEN“
UND STARTINGUP

MEDIEN-PIONIER & VERNETZER

Es ist uns eine besondere Ehre, Dejan als Mit-Initiator von THE GROW und exklusiven Medienpartner (Brutkasten, StartingUp und VC Magazin) für seine außerordentlichen Leistungen rund um THE GROW auszuzeichnen. Er hat

es mit seinem Medienhaus geschafft, Startups in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu vernetzen und versorgt die Startup-Szene täglich mit wichtigen Updates.

RETTET VOR STARTUP MORDEN

Als Forscher, Berater, Experte, Investor aber auch politischer Vordenker, gehört Tobias zu den wichtigsten Köpfen der deutschen Startup-Szene. Er ist Inhaber des Lehrstuhls für E-Business und E-Entrepreneurship an der Universität Duisburg-Essen und gehörte als Mitgründer von AutoScout24 zu den Pionieren der deutschen Internetszene und der elektronischen Marktplätze. Außerdem ist er Bestseller-Autor und bewahrt mit seinem Roman so manches Startup vor dem Ruin.



FOUNDER AUTOSCOUT24,
LEHRSTUHLINHABER

PROF. DR. TOBIAS KOLLMANN

KNALLHARTE ERFOLGS-UNTERNEHMERIN

Sina ist die Klartext-Stimme von THE GROW. Eigentlich benötigt es keine Auszeichnung, denn Sina Trinkwalder hat bewiesen, wie man von Null auf ein erfolgreiches Unternehmen aufbaut – und nicht nur eines, sondern viele. Gleichzeitig investiert Sie in viele Geschäftsmodelle und setzt sich für die Förderung der regionalen Wirtschaft sowie Inklusion ein. Demnächst bekommt Sie darüber hinaus ihr eigenes TV-Format, in dem Sie Unternehmern den Weg in Richtung Erfolg weist.



CEO MANOMAMA GMBH,
AUTORIN

SINA TRINKWALDER

EIN FREUND VON KLAREN WORTEN

Wolfgang Bosbach fand nicht nur als Bundestagsabgeordneter stets passende Formulierungen, sondern ist auch heute ein gern gesehener TV-Gast, weil er klare Worte findet. Er verleiht dem Volk eine Stimme und äußert auch unangenehme Widerworte und Kritik, wenn er es für richtig empfindet. Er passt zu THE GROW, weil auch wir keine „Beweiräucherungen“ und kein „Schönreden“ vertreten möchten.



Politiker

WOLFGANG BOSBACH

UNICORN-GRÜNDER, DER MENSCHEN BEWEGT

Als Gründervon FlixBus hat Daniel es geschafft, den Fernbus-Markt nach Deutschland zu bringen. Damit hat er eine völlig neue Art zu Reisen etabliert und dem verstaubten ÖPNV-Netz gezeigt, wie moderne Mobilität funktioniert. Er hat aber nicht nur sein eigenes Unicorn erschaffen, das international agiert, sondern unterstützt die Gründer-Szene aktiv mit seiner Expertise sowie mit ehrenamtlichen Tätigkeiten, darunter als Gesellschafter von STARTUP TEENS.



Daniel Krauss, CIO/CHRO
& Co-Founder,
FlixBus GmbH

DANIEL KRAUSS



THE GROW FLUTHILFE DEUTSCHLAND

Die Folgen der Flutkatastrophe sind verheerend und die Eindrücke vor Ort prägend:

Eine 9 m hohe Flutwelle hat binnen weniger Minuten einen unvorstellbaren Schaden angerichtet. Das Wasser stand bis in die obersten Etagen und hat die Häuser der Anwohner in Altenahr komplett zerstört.

Blickt man in die Baumkronen, hängen dort Möbel und allerlei Schrott, an einer Hauswand klebt ein LKW wie ein Sticker zusammengedrückt von den Wassermassen - so wird einem schmerzhaft bewusst, wie fatal das Ausmaß der Fluten tatsächlich war. Auch der Friedhof des Ortes wurde überschwemmt und die Skelette über die gesamte Gemeinde verteilt. Wir wissen diese Worte sind hart zu lesen, aber wir fühlen uns in der Verantwortung zu informieren - es ist noch lange nicht vorbei.

Wir möchten gemeinsam den Betroffenen helfen. Darum haben wir die Fluthilfe Deutschland gegründet und innerhalb kürzester Zeit viele Spenden gesammelt. Unser Versprechen: jeder Euro kommt 1:1 bei Betroffenen und Vereinen vor Ort an. Wir bedanken uns bei allen Spendern und unseren engagierten Entrepreneuren!



SPENDE AN LUKAS SERMANN & WEIN-AUKTION #FLUTWEIN

Ende Juli haben wir die erste Spende über 15.000€ an Winzer Lukas Sermann in Altenahr überreicht. Eines von mehreren Spenden-Projekten, die wir uns ausgesucht haben. Alleine ihm ist ein Schaden von geschätzten 1,5 Millionen Euro entstanden. 80.000 Liter Wein sind verloren gegangen und der Gutshof und seine Anlagen zerstört. Lukas gilt als der „Riesling Newcomer“ in der Weinszene und bangt nun um die nächste Lese, da die gesamte Kellerei zerstört wurde. Kann er die Lese nicht einbringen, so hat er keinerlei Existenzgrundlage mehr, da aufgrund der Flussnähe der gesamte Betrieb nicht versicherbar ist.

Nach dem Besuch haben unsere Chairman kurzerhand beschlossen eine weitere Initiative zu starten: nur wenige Flaschen Wein sind Lukas Sermann geblieben. Aus Dank hatte er uns einige der letzten Flaschen geschenkt. Diese haben wir dann in einer Online Wein-Auktion versteigert. Dabei sind nochmals **22.225,13 €** zusammengekommen!

GESPENDET:

€ 22.225,13



Chairman Gerold Wolfarth & Jungwinzer Lukas Sermann



Der Auktions-Wein

SPENDE AN DEN VERBAND DER FEUERWEHREN IN NRW

Durch die Hochwasserlage im Juli 2021 kamen in NRW fünf Feuerwehrangehörige ums Leben, davon drei im Feuerwehreinsatz. Mehrere der Verstorbenen hinterlassen minderjährige Kinder. Der Solidaritätsfonds der Feuerwehren in NRW bemüht sich, mit Hilfe von Spendengeldern die Angehörigen von hochwasserbedingt ums Leben gekommenen Feuerwehrangehörigen zu unterstützen und neben dem unfassbaren persönlichen Leid die oft damit einhergehende, auch

finanzielle Not zu lindern. Darüber hinaus unterstützt der Solidaritätsfonds auch Feuerwehrangehörige, die durch unversicherte Hochwasserschäden in finanzielle Not geraten sind.

Wir freuen uns, den Feuerwehrlenten und ihren Angehörigen in dieser Not mit unserer Spende über **11.350 €** zumindest wirtschaftlich ein wenig helfen zu können.



Mario Ernst, Entrepreneur & Chaptermanager NRW
bei der Spendenübergabe

GESPENDET:

€ 11.350

UNSER SPENDENKONTO IST WEITERHIN OFFEN

Anderkonto
SG Beteiligungsgesellschaft THE GROW FLUTHILFE
DE66 7012 0700 1051 2379 39
OBKLDXXXX

CHARITY-PROJEKTE

WIR UNTERSTÜTZEN MIT SPENDEN UND MEDIALER AUFMERKSAMKEIT EINE VIELZAHL VON GEMEINNÜTZIGEN UND SOZIALEN PROJEKTEN UNSERES ENTREPRENEUR-NETZWERKES, DARUNTER:

'S MÜNCHNER HERZ



Seit 2010 ist die Stiftung 's Münchner Herz in sozial schwachen Stadtteilen in München tätig. Über 100 ehrenamtliche Mitarbeiter und christliche Sozialpädagogen bieten Kindern und Jugendlichen ein zweites zu Hause. Von der Hausaufgabenhilfe, Nachhilfeunterricht, gemeinsamen Basteln, Sport, Spiel, Kochen, Musik und Tanzunterricht bis zur Hilfe bei Bewerbungen für einen guten Start ins Berufsleben reicht das Angebot der Stiftung.

www.smuengerherz.de



Familie Steinberg durch Entrepreneur Daniel Börnert, Chairman Bernhard Schindler und Jürgen Kirner vom Bayerischen Rundfunk

GESPENDET:

€ 2.400

KIM



Seit 1. Mai 2021 stellt die Aicher Ambulanz Union ein eigenes Kriseninterventionsteam für die Psychosoziale Notfallversorgung von Betroffenen. Das KIM übernimmt als gemeinnützige Gesellschaft die psychische Betreuung, Beratung und Begleitung von Erwachsenen und Kindern nach belastenden Situationen im Rahmen der Krisenintervention im Rettungsdienstbereich München.

www.aicher-ambulanz.de



Peter Zehentner, Entrepreneur



Bernhard Schindler, Chairman & Ehrenamtlich

„Als ausgebildeter Kriseninterventions Manager für München und Kreis München fahre ich selbst ehrenamtlich und unentgeltlich Einsätze. Ob ein Suizid vor einer S-Bahn oder eine Überbringung einer Todesnachricht, bzw. Unterstützung für Einsatzkräfte nach schlimmen Ereignissen. Aufgaben die für mich und mein Leben wichtig sind. Geben und nehmen, Gutes tun, anderen helfen.“

Bernhard Schindler

YOUNG WINGS



YoungWings richtet sich an Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 12 und 27 Jahren, die um einen nahen Angehörigen oder um andere wichtige Bezugspersonen trauern. Im Berater-Team arbeiten Sozialpädagogen, Pädagogen, Psychologen, Therapeuten und Studierende der entsprechenden Fachrichtungen mit. Prominenter Unterstützer der Stiftung ist Fußball Nationalspieler Thomas Müller

www.youngwings.de

GESPENDET:

€ 2.955

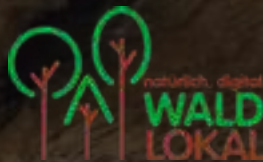


Spendenübergaben an Martina, Entrepreneurin Münch-Nicolaidis, Chairman Bernhard Schindler, Chairman Gerold Wolfarth



Spendenübergaben an Entrepreneurin Martina Münch-Nicolaidis beim 9. Benefiz-Golfturnier mit Club Geschäftsführer Patrick Müller und Chairman Bernhard Schindler

WALDLOKAL



„Papa warum macht ihr eigentlich die Welt kaputt, in der wir später noch leben wollen?“ – diese Frage seiner Tochter hat Mario Ernst tief getroffen und dazu bewegt, etwas zu tun. Mit WaldLokal initiierten PIEL Die Technische Großhandlung GmbH, die IHK Arnsberg, die Gemeinde Möhnesee und die Forstverwaltung das erste Gemeinschaftsprojekt zur Wiederaufforstung der „Borkenkäfer“-Flächen.

WaldLokal sorgt dafür, dass Bäume wieder heimisch werden und bietet engagierten Menschen die Möglichkeit, selbst nachhaltig dazu beizutragen - unmittelbar vor der eigenen Haustür

www.waldlokal.de



Mario Ernst, Entrepreneur & Chaptermanager NRW und Andrea Tigges, Geschäftsführende Gesellschafter WaldLokal



ON TOUR



UNTERWEGS MIT DEM ENTREPRENEURS CLUB

DER THE GROW ENTREPRENEURS CLUB BIETET SEINEN MITGLIEDERN REGELMÄSSIG SPANNENDE EVENTS: DARUNTER AUCH BESICHTIGUNGEN UND TREFFEN MIT INNOVATIVEN GRÜNDERN UND ERFOLGREICHEN UNTERNEHMERN.

BESUCH BEI TRIGEMA

An einem sonnigen Nachmittag wurden wir herzlich von Wolfgang Grupp Senior und Wolfgang Grupp Junior auf dem TRIGEMA Gelände im schwäbischen Burladingen in Empfang genommen. Mehr als drei Stunden durften wir mit Wolfgang Grupp Senior über diverse Themen rund um Werte und Tradition diskutieren. Insbesondere sind wir auch auf die Digitalisierung, seinen Werdegang als Unternehmer und die anstehende Nachfolge bei TRIGEMA eingegangen.

Besonders spannend: Herr Grupp findet Startups enorm wichtig für die Wirtschaft, obwohl er selbst wenige Berührungspunkte hat. Außerdem wurde während der Krise bei TRIGEMA niemand ausgestellt, sondern eingestellt – eine außergewöhnliche Leistung in Zeiten wie diesen!



Honor Entrepreneurin Prof. Dr. Nadine Kammerlander, Chairman Gerold Wolfarth, Chairman Bernhard Schindler, Entrepreneur Daniel Börnert, Entrepreneur Frank Galgenmüller, Entrepreneur Dr. Florian Eisele, Wolfgang Grupp sen.



Honor Entrepreneur Daniel Krauss, Entrepreneur Andre Pliß, Chairman Gerold Wolfarth und Entrepreneur Sebastian Bing

BESUCH BEI FLIXBUS

Auf den Spuren eines Unicorns: auf Einladung von Daniel Krauss durften wir in exklusiver Runde die FlixBus-Mobility-Zentrale in Berlin besuchen. Es war ein großartiges Treffen mit dem FlixBus-Mitgründer, der mit uns in einen offenen und spannenden Austausch trat.

Zusammen mit einigen neuen Club-Mitgliedern sprachen wir über die Zukunft der Mobilität, die strategischen Ziele für die nächsten fünf Jahre, Erfolgsgeheimnisse, Tipps und Vieles mehr – sehr spannend mit einem Experten über das zukunftssträchtige und sich im Wandel befindende Thema Mobilität zu sprechen!

GRÜNDUNG THE GROW CHAPTER KITZBÜHEL

Besuch am neuen THE GROW Campus in Kitzbühel mit Chapter-Chef Olaf Niggemann, Club Geschäftsführer Patrick Müller, THE GROW Chairman Bernhard Schindler und dem Kitzbüheler Altbürgermeister Dr. Horst Wendling



Entrepreneur Florian Görlich, Christiane Heger, Chairman Gerold Wolfarth und Chairman Bernhard Schindler

BESUCH BEI UBS & ENTREPRENEUR FLORIAN GÖRLICH

WWW.THEGROW.DE



ENTREPRENEURS LUNCH

AM 02.07.21 | HOTEL 4 JAHRESZEITEN IN MÜNCHEN

Unser erster Entrepreneurs Lunch von THE GROW by SalsUp war ein grandioses Event – vielen Dank für das durchweg positive Feedback! Es war wunderbar endlich wieder eine Präsenz-Veranstaltung genießen zu können.

Rund 90 Gäste, darunter Mitglieder und Freunde des Entrepreneurs Clubs, Unternehmens-Größen sowie Persönlichkeiten wie u.a. TV-Löwe Georg Kofler, FlixBus Gründer Daniel

Krauss oder TV-Moderator Jürgen Kirner durften die Chairmen Bernhard Schindler und Gerold Wolfarth herzlich im Hotel Vier Jahreszeiten Kempinski München begrüßen.

Wir haben spannenden Reden von u.a. Christian Lindner, Prof. Dr. Nadine Kammerlander, Thomas Sattelberger und Wolfgang Bosbach gelauscht. Alle griffen dabei das Thema „StartUps und Innovation am Wirtschafts-

standort Deutschland“ auf und teilten spannende Insights, Trends und Wünsche für die Zukunft. Der klare Tenor: hier muss viel mehr passieren! Kurze Einblicke gaben auch Jürgen Zwickel über sein neues Buch, Mario Fürst über Kloster Kitchen und Mario Ernst über das Charity-Projekt Waldlokal. Außerdem wurde SalsUp – das erste Ökovation-System für Startups, Corporates & Sals Angels von Bernhard Schindler präsentiert.



Nach all diesen spannenden Einblicken und einem leckeren Menü sind wir auch unserer sozialen Verantwortung nachgekommen: Martina Münch-Nicolaïdis konnten wir 1.955€ für die YoungWings Stiftung übergeben. Einen weiteren Scheck über 2.400€ durften wir an Margot und Günter Steinberg für s'Münchner Herz überreichen.

Ein großer Dank geht auch an das Team des Hotels und Peter Zehentner von der Aicher Ambulanz, mit denen

wir ein Hygiene-Konzept erarbeitet und umgesetzt haben. Nur so konnten wir das Event in dieser Größe und mit Sicherheit für unsere Gäste durchführen.

Wir haben tolle Gespräche geführt, viele neue Club-Mitglieder begrüßt und wertvolle neue Kontakte gewonnen. Vielen Dank an alle Teilnehmer:innen für dieses besondere Event – und bis zum nächsten Mal!



ENTREPRENEURS CLUB [RÜCKBLICK: ENTREPRENEURS LUNCH]





ENTREPRENEURS CLUB [TERMINE]

29.09.2021 / 12:00 UHR

THE GROW ON TOUR: GESPRÄCH MIT
IBRAHIM MEFIRE KOUOTOU

30.09.2021 / 18:00 – 20:15 UHR

SCHLOSS BENSBERG, BERGISCH GLADBACH

GRÜNDUNG CHAPTER NRW: POMMES & CHAMPAGNER MIT
PROF. DR. PINKWART, DR. ANDREAS RICKERT,
PROF. DR. NADINE KAMMERLANDER & WOLFGANG BOSBACH

05.10.2021 / 08:00 – 10:30 UHR

KÄFER-SCHÄNKE, MÜNCHEN

ENTREPRENEURS BREAKFAST
MIT HUBERT AIWANGER

20.10.2021

CURAMEO AG, REICHENSCHWAND

ENTREPRENEURS CLUB ON TOUR: BESUCH BEI
KLOSTER KITCHEN MIT MARIO FÜRST

21.10.2021 / 13:00 – 15:00 UHR

ONLINE

ONLINE TABLE: DAS STARTUP-JAHR 2021
MIT DEJAN JOVICEVIC,
PROF. DR. MAXIMILIAN LUDE,
DANIEL KRAUSS UVM.

11.11.2021 / 18:30

SALZBURG

CHAPTER GRÜNDUNG & BÜROERÖFFNUNG

08.12.2021 / 18:30 – 23:45 UHR

KÄFER-SCHÄNKE, MÜNCHEN

CHRISTMASTIME MIT MICHAEL KÄFER

OFFIZIELLE CHAPTER-GRÜNDUNGS-
EVENTS 2021: SALZBURG, TIROL, SCHWEIZ

VORSCHAU 2022

19.01.2022 / 18:30 - 23:45 UHR

SCHLOSSHOTEL BERLIN,

FESTLICHER NEUJAHRESEMPFANG BY PATRICK HELLMANN, EMPFANG IM BUNDESTAG 16 UHR 30 GESPRÄCH MIT U.A. DEM BUNDESVORSITZENDEN DER FDP, CHRISTIAN LINDNER

10.03.2022 / 12:00 - 20:00 UHR

(TBD)

THE GROW ROADSHOW 2022 / AUFTAKT

12.05.2022 / 18:00 - 22:00 UHR

THE GROW CAMPUS, KITZBÜHEL/OBERNDORF IN TIROL

TIROLER WIRTSCHAFTSGESPRÄCH:
STARTUP MEETS MITTELSTAND

13.05.2022 / 10:00 - 23:45 UHR

GOLFPLATZ WILDER KAISER ELLMAU, ELLMAU

LEDERHOS'N CUP (CHARITY GOLFTURNIER)
+ CHARITY-AKTION ÜBER 50.000 EURO MIT DABEI
U. A. MARIANNE UND MICHAEL HARTL, HANSI
HINTERSEER, HANS SIEGL, MICHAEL KÄFER U.V.M.
+ GALA-ABEND BEIM STANGLWIRT IN GOING

19.05.2022 / 10:00 - 17:00 UHR

ISERLOHN (NRW)

THE GROW ROADSHOW

30.09.2022 / 17:00 - 0:00 UHR

KÄFER WIESN SCHÄNKE

WIESN PARTY

MEHRMALS PRO MONAT FINDEN SPANNENDE STARTUP PITCH-VERANSTALTUNGEN MIT WECHSELNDEN FOKUS-THEMEN ÜBER DIE ONLINE-PLATTFORM SALSUP STATT.



CYBER-SECURITY BEDEUTET LEIDER OFT „LERNEN DURCH SCHMERZ“

INTERVIEW MIT BENJAMIN RICHTER



Benjamin Richter aus Schmalenberg ist Gründer der digital compliant GmbH, langjähriger Cybersecurity-Experte und lebt digitale Kunden-Lösungen.

Benjamin Richter, THE GROW Experte und Gründer digital compliant GmbH

WIE HAST DU DEINE LEIDENSCHAFT FÜR DAS THEMA CYBER-SECURITY ENTDECKT?

Ich wurde selbst vor 11 Jahren Opfer eines Datendiebstahls. Damals war das Thema E-Commerce natürlich noch nicht so präsent wie heute. Ich hatte einige Dinge per Mailorder bestellt, weil quasi noch Nichts automatisiert war – das ist nicht mehr mit heute zu vergleichen. Kurze Zeit später habe ich meine private Mail im Netz gefunden. Der Versandhändler wurde gehackt und so drangen Informationen nach außen.

Seitdem beschäftige ich mich mit Datenschutz, Datensicherheit (persönliche Daten) und Informationssicherheit (personenbezogene Daten und unternehmensbezogene Daten). Im Business Kontext möchte man meistens beides schützen. Warum? Im Zweifel kann ich verklagt werden und es besteht ein beiderseitiges Interesse, denn beide Bereiche können Strafen nach sich ziehen – gerade als Geschäftsführer und Startup.

MIT WELCHEM ANLIEGEN KOMMEN DIE MEISTEN KUNDEN ZU EUCH?

Meistens dann, wenn Sie die IT-Security getestet haben wollen, das sogenannte Penetration Testing der Systeme, Website usw. Der Kunde nennt uns dann den Scope (Geltungsbereich), der getestet werden soll. Daraus bekommen wir Ergebnisse und einen Maßnahmenplan, der dann entweder vom Kunden selbst umgesetzt wird oder als Auftrag an uns geht. Das wären dann technische Punkte. Organisatorisch werden wir beispielsweise damit beauftragt, eine ISO 27001 aufzubauen, damit ein vollumfänglicher Basisschutz gewährleistet ist. Das ist häufig als Vorgabe für Ausschreibungen nötig. Manche wollen es auch, weil es Mitbewerber haben oder aus MKT Gründen.

Zuerst wurde die Verbesserung der IT ein „Mittel zum Zweck“ gesehen. Langsam kommt die Einsicht, dass es einer der wichtigsten strategischen Punkte für das obere Management ist. Da spielt sicher auch die aktuelle Nachrichtenlage über Hacks, Erpressungen und Lösegeld-

forderungen eine Rolle – was sehr schade ist. Der Trend zur Besserung kommt aufgrund von Lernen durch Schmerz. Der präventive Ansatz ist mir noch zu wenig vorhanden. Das Kind muss erst in den Brunnen gefallen sein.

DU SCHREIBST „DIE GRÖSSTE SCHWACHSTELLE IM BEZUG AUF DATENSICHERHEIT, IST DER MENSCH. WIE KOMMTS?“

80% der Datenschutz und IT-Vorfälle passieren vor dem Rechner. Meist ist der Mensch als User schuld, vielleicht unwissentlich vielleicht wissentlich. Weil er eine E-Mail klickt, Infos rausgibt, die er nicht rausgeben darf oder Daten durch unsorgfältigen Umgang an die Öffentlichkeit gelangen. Ein Mensch kann Stress haben, psychisch manipuliert werden, krank sein oder es kann ein Fehler passieren. Das ist in einer gelebten Fehlerkultur auch ok. Viele diese Fehler könnten allerdings vermieden werden, indem Mitarbeiter besser, häufiger und sinniger sensibilisiert werden würden.

WAS SIND DIE GRÖSSTEN GEFAHREN IN DIESEM ZUSAMMENHANG?

Es gibt zwei Hauptgefahren: Eine manipulierte E-Mail öffnet Tür und Tor für Hacker und Erpresser, welche Daten verschlüsseln – Stichwort Trojaner. Das zweite Thema ist Schadsoftware, die die Systeme lahmlegt, also ein Virusbefall. Im schlimmsten Fall erkenne ich das erst viel später, weil er im System schlummert. Das ist besonders dramatisch, Viele wissen gar nicht, dass sie bereits gehackt wurden. Bei physischen Waren sehe ich schnell, wenn etwas fehlt oder gestohlen wurde. Bei digitalen Waren und Daten sehe ich im Zweifel nicht gleich, dass sie kopiert, verändert oder verschwunden sind. Wenn ein Hacker seine Spuren verwischt, bekomme ich im Zweifel gar nicht mit, dass etwas vorgefallen ist.

WAS MACHE ICH, WENN EINEN FEHLER/ FREMDZUGRIFF VERMUTE?

Man gibt den Mitarbeitern im besten Falle eine 24/7 Notruf-Hotline oder Mailadresse, an die sie sich wenden können. Jährliche MA-Schulungen müssen darauf hinweisen. Wenn ich keinen Datenschutzexperten inhouse habe, aber das Gefühl habe, dass etwas gestohlen oder kopiert wurde oder sich mein Mauszeiger selbstständig bewegt, muss das Anliegen an den IT-Leiter, IT-Sicherheitsbeauftragten oder Datenschutzbeauftragten getragen werden. Das ist kein großer Kostenfaktor und einfach zu bewerkstelligen. Im akuten Fall gilt: Systeme ausschalten und Stecker ziehen, soweit es geht. Das ist natürlich stark individuell abhängig. Im produzierenden Gewerbe ist das nicht immer möglich bzw. direkt mit hohen Kosten verbunden.

Businessmodelle mit personenbezogenen Daten gehen sehr ernsthaft mit dem Thema um. Andere Geschäftsmodelle mit weniger Berührungspunkten sehen es eher als notwendiges Übel. Es gibt überschaubare Budgets, das Thema wird gerne beiseitegeschoben wird und bekommt zu wenig Beachtung.

Behörden, die für die gesetzliche Vorgaben verantwortlich sind, sind mit am schlechtesten aufgestellt. Hier herrscht durch den Druck zur Digitalisierung ein Innovations-Stau. Deswegen wird so etwas wie im Landkreis Bitterfeld auch noch häufiger vorkommen. Es ist leider zu einfach in die Systeme zu kommen. Andererseits können diese auch nicht direkt über ihre eigenen Gelder verfügen und eine hohe Lösegeldsumme bezahlen.

DER PRÄVENTIVE ANSATZ IST MIR NOCH ZU WENIG VORHANDEN. DAS KIND MUSS ERST IN DEN BRUNNEN GEFALLEN SEIN.

WELCHE FAKTEN ÜBERRASCHEN DIE KUNDEN AM MEISTEN?

Häufig überrascht, dass wir mit überschaubaren Werkzeugen viele Einfallstore aufzeigen können – also ohne wirklich großartig Skills anzuwenden. Die Penetration-Tester wollen eigentlich zeigen, was sie draufhaben und sind oft genervt, weil es so einfach ist, in die Systeme einzudringen. Für die ist das wie das Auslaufen beim Fußball. Die Kunden überrascht also die Einfachheit und Schnelligkeit, mit der man in ihre Systeme reinkommt.

WAS HAT DICH BISHER AM MEISTEN ÜBERRASCHT?

Ich bin jetzt 11 Jahre dabei und ich muss sagen, man merkt an der deutschen Mentalität, dass wir für gewisse Dinge länger brauchen. Nicht nur beim Thema Cyber-Security, sondern auch bei der Cloud. Menschen sind auf Sicherheit bedacht und haben Bauchschmerzen beim Thema Cloudcomputing. Auf der anderen Seite wird aber viel zu wenig Geld für richtige IT-Sicherheitsmaßnahmen ausgegeben. Ich finde es gut, wenn man vorsichtig ist, aber bin erschrocken, dass das Top Management zu wenig Budget vergibt. 10% des Umsatzes sollten in die IT-Systeme fließen – mindestens. Natürlich auch gerade dann, wenn ich komplett durch digitale Produkte oder einem Online-Shop abhängig von den Systemen bin.

WAS WAR DER GRÖSSTE FAIL, DEN DU BISHER AUFDECKEN KONNTEST? UND WELCHEN SCHADEN HAT DAS GANZE VERURSACHT?

Bei einem Kunden wurden die Daten sowie die Daten von fünf Back-up-Festplatten verschlüsselt. Danach kam es zu einer sechsstelligen Lösegeldforderung, die der Geschäftsführer aber nicht bezahlt hat, weil er hart bleiben wollte. Sein Glück: eine andere Backup-Festplatte war wegen einem Fehler nicht am Stromnetz. Es hat allerdings 4-6 Wochen gedauert, bis alles rekonstruiert war, viel Zeit und Nerven gekostet und es fehlten 2 oder 3 Wochen an Daten. Am Ende war der Schaden ähnlich hoch wie die Lösegeldforderung.

NIMMST DU EINEN UNTERSCHIED ZWISCHEN KONZERN, MITTELSTAND UND STARTUP WAHR? WER MACHT'S AM BESTEN?

Man muss das sehr differenziert sehen: Konzerne haben das nötige Kleingeld, aber es passiert trotzdem zu wenig. Von einem dreistelligen Millionen-Umsatz wandert da oft fast nichts in die Härtung der IT-Systeme. Der Mittelstand kommt langsam vom „notwendigen Übel“ zum „Must Have“, die Dinge sind somit ins Rollen gekommen. Sie sind träge und müssen ganz anders haushalten, aber das Thema wird ernstgenommen. Bei Startups kommt es darauf an, aus welchen Bereich sie kommen.

Der Landkreis Bitterfeld hat darum direkt das BSI eingeschaltet, was wohl (ohne genauere Details zu kennen) die unter Zeitdruck beste Möglichkeit war.

WELCHEN TIPP WÜRDST DU JEDEM UNTERNEHMEN MITGEBEN?

Liebe Geschäftsleute, schult eure Mitarbeiter. Das ist mir das Wichtigste, wird aber leider noch sehr stiefmütterlich behandelt. Fragt man nach, heißt es oft „es gab da mal eine Schulung 2018...“. Es braucht aber mindestens eine, besser 2 Schulungen pro Jahr. Bitte checken Sie auch Ihre Spezialbereiche wie Vertrieb, Marketing und Personal, die mit ganz anderen personenbezogenen Daten arbeiten.

Jeder weiß und soll mitbekommen, dass das Thema Cyber-Security wichtig ist. Dazu muss auch der Geschäftsführer mit gutem Beispiel vorangehen, seinen Rechner sperren und sein Büro abschließen. Der Fisch stinkt meistens vom Kopf – und das ist gerade im Bereich Compliance sehr wichtig.

ENTREPRENEURS CLUB [EXPERTEN]



Mai Dang-Goy

Expertin Stark Wachsen
persönlich & unternehmerisch
"MAIway TEVOL - unvollkommen
vollkommen"



Dr. Annette-Louise Hirmer

Expertin Prozesseffizienz
& Markenführung
"Unternehmensprozesse.
Nachhaltig. Stärken."



Silvia Holzapfel

Expertin HR, Personal- &
Führungskräfteentwicklung
"Die Persönlichkeit macht
den Unterschied"



Nadine Elisabeth Müller

Expertin Recruiting &
Employé Branding „Werden
Sie zum Talent-Magnet“



Birgid Sarasa Reviol

Expertin Körper & Bewusstsein
"verKÖRPERN - aus der Ruhe mit
dem Körper Antworten finden"



Christine Wenzel

Expertin Innovation & Klarheit
"Mit kreativen Verbindungen
die Zukunft gestalten"



WAS VERBINDET UNS?

INTERVIEW MIT TEVOL

WACHSTUM

Was verbindet THE GROW und TEVOL? Nachhaltiges und innovatives Wachstum.

Bei THE GROW findet sich Wachstum bereits im Namen, bei TEVOL in der Mission: "Stark wachsen - persönlich und unternehmerisch".

In der heutigen Situation, geprägt durch Corona und Klimakrise, sind wir scheinbar an den Grenzen des Wachstums angekommen - zumindest im Sinne von "größer, schneller, besser". Wir glauben: Wachstum braucht eine neue Definition.

TEVOL steht für Wachstum als ganzheitlicher Unternehmens-Prozess. Ein Wachstum von innen heraus. Die Mitarbeiter:innen anhand ihrer Stärken fördern. Eigenverantwortung, Wertschätzung und Austausch auf Augenhöhe: dadurch wird eine Unternehmenskultur des Miteinander etabliert.

ENTREPRENEURSHIP

TEVOL ist ein Kollektiv aus erfahrenen Entrepreneur:innen für Entrepreneur:innen.

Als Entrepreneur:innen übernehmen wir **VERANTWORTUNG**. Für uns, unsere Mitarbeiter:innen, Kunden und Partner und letztendlich für den Erhalt unserer Erde. Darunter verstehen wir nachhaltiges und innovatives Wachstum. Unternehmenswachstum kann nur entstehen, wenn auch wirkliche **VERANTWORTUNG** an Mitarbeiter:innen abgegeben und deren persönliches Wachstum ermöglicht wird. Erst wenn sich die Mitarbeiter:innen ihre Aufgaben und Rollen zu eigen machen, ist wirkliche **OWNERSHIP** erreicht.

Um dies zu erreichen, setzt TEVOL auf Personal- und Führungskräfteentwicklung und den Aufbau entsprechender Strukturen sowie die Etablierung einer Führungs- und Unternehmenskultur, in der die Menschen mit der **ORGANISATION** wachsen können und wollen. Entsprechende Strukturen stellen dabei erfolgreich eine Balance zwischen Agilität und Standardisierung als auch Digitalisierung und Automatisierung her.

Darum wollen wir weg von der einseitigen Planung der Umsatz- und Ertragsziele, hin zu einer Integration von Entwicklungszielen für die Menschen innerhalb der **ORGANISATION**. Das ist neues **LEADERSHIP**: einen Rahmen vorgeben, damit sich **EMPOWERMENT** entfaltet.

Operative **EXCELLENCE** wird nur durch Veränderung erreicht. Die routinierten, eingeübten Abläufe im Unternehmen müssen hinterfragt und anschließend bewusst angepasst werden. Diese Prozesse sind unbequem, führen aber zu persönlichem und unternehmerischem Wachstum.

Wachstum ist mehr als materieller Ertrag. Es ist auch die Entwicklung von ressourcenschonenden Unternehmensprozessen und die Entwicklung der Mitarbeiter:innen - das verstehen wir unter **EVOLUTION**. Deren Stärken im Tagesgeschäft einzusetzen und ihnen Anerkennung und Wertschätzung auszusprechen - das bedeutet für uns **LOVE** im Unternehmenskontext.

Um dies zu erreichen, benötigt es Unternehmenswerte - **VALUES**, die **AUTHENTISCH** erlebt und vorgelebt werden. Nur wenn die **WERTE** des Unternehmens mit den **WERTEN** der Mitarbeiter:innen übereinstimmen und dadurch eine sinnstiftende Atmosphäre entsteht, ist Wachstum in einer anderen Dimension möglich.

INNOVATION

Neuartiges Denken ist die Grundlage für echte Innovation und **TRANSFORMATION**. Die große Herausforderung dabei ist, die **ORGANISATION** auf dem Weg mitzunehmen. Wie kann dies ermöglicht werden? Eine Lernkultur etablieren, Wissen teilen, sich gegenseitig stärken und dadurch Weiterentwicklung der Einzelnen zu ermöglichen.

Ein **FRIEDVOLLES** Miteinander, in dem jeder seine Stärken einbringen kann, beginnt bei uns selbst und wirkt sich auf den Unternehmenserfolg aus. Ein gegenseitiges **VERTRAUEN**, das untereinander gelebt wird, ist die Basis für erfolgreiche Innovation und das Erreichen der **VISION** eines Unternehmens. Oft denken Unternehmen, sie wären vom Markt abhängig und ihm gegenüber sogar machtlos. Dabei ist es unsere unternehmerische **FREIHEIT** sich auf die Bedürfnisse der Zielgruppe - sei es B2B oder B2C - zu fokussieren und nur diese zu bedienen. Wirkliche Innovation bezieht die Menschen mit ein.

Aktuell orientieren sich Unternehmen und Organisationen oft nach außen an ihren Mitbewerbern anstatt ihre Zukunftsfähigkeit von innen heraus, aus den Stärken ihrer Persönlichkeiten, zu etablieren und auszubauen.

Bist du noch wettbewerbsorientiert oder bereits zukunftsfähig?



Daniel Börnert, THE GROW Experte,
Gründer Daniel Börnert mindfulbranding

WERTE ALS ANKER FÜR EINE KLAR POSITIONIERTE MARKE

EIN BEITRAG VON DANIEL BÖRNERT

Wenn wir in diesen turbulenten Zeiten von Marke sprechen, sollten wir anstelle künstlicher Marken- und Imagebilder die Haltung von Entrepreneuren und Intrapreneuren hinter einer Marke fokussieren. Zeiten, in denen sich in nahezu allen Bereichen so ziemlich alles verändert, verstärken von Natur aus unser menschliches Grundbedürfnis nach Halt, Orientierung und Sicherheit – innerhalb des Unternehmens genau wie im Außen seitens der Kunden. Marken, die jetzt Orientierungsgeber sind, investieren in das Vertrauen von morgen. Sie werden sich leichter tun, Mitarbeitende wie Kunden zu gewinnen, zu faszinieren und zu binden.

Allgemeine Ansprüche wie Qualität, Kundenzufriedenheit oder Nachhaltigkeit werden heute schlicht vorausgesetzt und führen als sogenannte Hygienefaktoren nicht mehr zu einer notwendigen Differenzierung am Markt. Die Auseinandersetzung mit den eigenen Werten muss also deutlich tiefer gehen. Wesentlich geht es dabei um die Verknüpfung von Wertedefinitionen mit den individuellen Charakterpotenzialen als DNA eines Unternehmens.

Vor allem in gesättigten Märkten sind solche Charakterwerte der Dreh- und Angelpunkt einer Marke. Sie spiegeln eine authentische und damit glaubwürdige Haltung. Und nur glaubwürdiges Verhalten trägt der Kernfunktion einer Marke Rechnung, in turbulenten Zeiten Halt zu bieten.

WIE GELINGT ES NUN, DIVERGIERENDE WERTVORSTELLUNGEN KOLLEKTIV ZU VERANKERN? WIE WIRD AUS GEDULDIGEM PAPIER GELEBTE KULTUR?

Basis ist und bleibt, dass Sie sich Ihrer kollektiven Werte bewusst werden und diese formulieren. Für ausreichendes Commitment wählen sie hier von Anfang an einen partizipativen Prozess, der möglichst alle Ebenen und Abteilungen ihres Unternehmens einbezieht. Ergänzend sind ihnen die Wertebedürfnisse Ihrer Zielgruppen und die Werteverversprechen Ihrer wichtigsten Wettbewerber bekannt.

Ihr Kernwert charakterisiert Ihren Markenkern, an dem sich Ihre Leistungen, Ihr Verhalten und ihre Kommunikation permanent orientieren. Daneben benennen Sie eine überschaubare Anzahl sogenannter Leitwerte und Werteattribute, die dem Markenkern in den unterschiedlichen Nutzenbereichen Ihrer Marke Rechnung tragen.

Die Beantwortung der folgenden Fragen hilft dabei, aus einer Vielzahl möglicher Werte die für Ihren Kontext relevanten Werte zu definieren:

- Welchen Bezug hat der Wert zum Geschäft und zum Charakter unseres Unternehmens?
- Welchen konkreten Nutzen stiftet der Wert für unsere Kunden und Mitarbeitenden?
- Inwiefern trägt der Wert zur Differenzierung im Wettbewerb bei?
- In welcher Weise ist der Wert emotional und stimulierend?

Schließlich geht es darum, Ihre Werte so zu operationalisieren, wie es nur Ihnen entspricht und wie Ihre Werte tatsächlich in Ihrem unternehmerischen Alltag nach innen wie nach außen Widerhall finden. Instrument ist hierbei ihr Werteleitbild, welches Sie konkret in sämtliche Ebenen und Prozesse Ihres Unternehmens übersetzen.

Individuelle und klar operationalisierte Werte bieten folgenden Nutzen:

- Sie sind die Richtschnur, um gerade in turbulenten Zeiten die richtigen Entscheidungen zu treffen. Werte sind damit ein wichtiger Garant für prozessuale Effektivität und ökonomische Effizienz.
- Sie bilden eine relevante Schnittmenge mit den Wertvorstellungen, Bedürfnissen und Erwartungen Ihrer Zielgruppen. Ihr Verhalten und Ihre Kommunikation wird verstanden und bewirkt Vertrauen, weil Ihre Markenidentität mit dem Image – der Wahrnehmung Ihrer Identität von außen – harmonisiert.
- Gegenüber Ihren Wettbewerbern werden Sie differenziert wahrgenommen, weil individuell gelebte Werte nicht nur glaubwürdig, sondern in Ihrem unverkennbarem Charakter auch unverwechselbar sind.

EXPERTS

GET

ON THE

STAGE!

**MITGLIED WERDEN!
THE-GROW.DE/BEWERBUNG-CLUB**



Rüdiger Schmitz, THE GROW Experte,
CSO bei Air for You GmbH, VBU Partner
und unabhängiger Berater

JUNGE UNTERNEHMEN BRAUCHEN SINNVOLLE STRATEGIEN

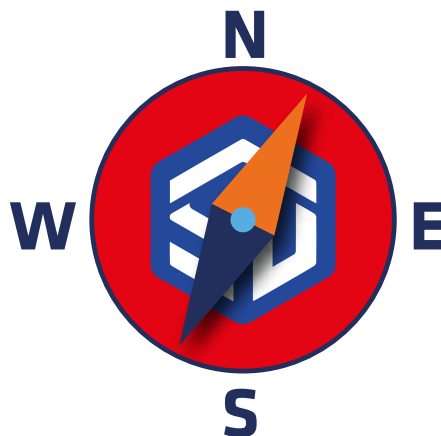
EIN BEITRAG VON RÜDIGER SCHMITZ

Nach fast 30 Jahren in der Beratung von Unternehmen im Mittelständischen Bereich und Konzernsektor, hat man definitiv einiges erlebt und an Erfahrungen sammeln können – zum einen welche, bei denen man heute sagt „so sollte man es nicht tun“ und andere, die einem mehr Input gebracht haben, sowie immer wieder neue Wege.

Die Startup Situation gibt es schon immer – die Wirtschaftslage und auch die bürokratischen Hürden haben diese in den letzten Jahren aber doch stark beeinflusst. Nicht nur im Negativen Sinne, allerdings doch nicht in allem Positiv.

Ein Startup hat immer als erstes das Thema der Finanzierung – selbst hervorragende Ideen reichen dazu nicht immer aus. Und auch hier ist nicht immer die Situation einfach, wenn Investoren gefunden sind. Die Gespräche und Entwicklungen in einem sinnvollen Rahmen zu gestalten, so dass kein „Gewinn Druck“ die ausgereifte Entwicklung ermöglicht. Einer der wichtigsten Punkte ist für Gründer daher, vor allem von Beginn an eine sinnvolle Strategie zu haben, die alle Entwicklungsphasen bis zur Marktreife beinhaltet. Hier ist auch mein Ansatz – Strategie und Struktur von Beginn an! Berücksichtigung aller erkennbaren Faktoren, Risikoabwägungen, Timelines schaffen. Was dann aber eben auch beinhaltet, in Netzwerken

zu arbeiten und so effektivste Lösungen zu schaffen aus den sinnigen und notwendigen Fachbereichen. Auch nach so vielen Jahren Erfahrung kann ich nicht alles wissen und mein

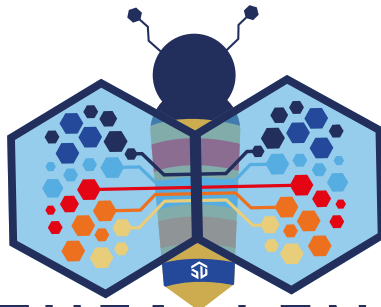


Team ebenso wenig. Hier greift nunmehr das ebenfalls über die Jahre gewachsene Netzwerk – das Schaffen von „Win – Win – Win ...“ Situationen und somit ausschöpfen des gesamten Potenziales an Wissen für das Startup (so allerdings natürlich auch für Bestandsunternehmen bei z.B. Neuausrichtung, Digitalisierung, Unternehmensnachfolge etc.) Man glaubt gar nicht, wie viel Spaß gerade diese gemeinsame Zielverfolgung durch Teamwork in Netzwerken macht!

Seit einigen Jahren habe ich mich mit meinem Consulting der Health Branche und dem Digital Health Sektor in Spezialisierung genommen. Das hier (leider) eine Pandemie notwendig wurde, um den Durchbruch für Digitalisierung in Deutschland zu erreichen, hätte ich mir vor einigen Jahren ohne diesen Hintergrund gewünscht. Nun hat dadurch die Startup Kultur aber zum Glück zugenommen und viele hervorragende neue Entwicklungen mit sich gebracht.

Leider ist es aber immer noch so, dass viele dieser Ideen und sogar schon zur Marktreife gebrachten Produkte an den „zähen“ bürokratischen Wegen zu scheitern drohen. Hier ist es unser aller Aufgabe, diese jungen Unternehmen zu unterstützen, zu begleiten, zu pushen und Ihnen zu helfen Ihre Position am Markt zu finden – auch auf zum Teil politischen Ebenen.

Aktuelle Beispiele der Tätigkeiten von mir sind die Startups Air for You, Pro Active Air aus dem Bereich Luftaufbereitung die Health Aspekte in der Pandemie sich zur Aufgabe gemacht haben. THE GROW bietet alles was hierzu notwendig ist und ich schätze mich glücklich nun auch ein Teil dessen zu sein und hier beitragen zu können, noch viele gute Startups zu unterstützen auf Ihrem Weg.



UM AUFZUFALLEN, BRAUCHT ES NEUE ART, KUNDEN ANZUSPRECHEN

EIN BEITRAG VON MALTE BAYER

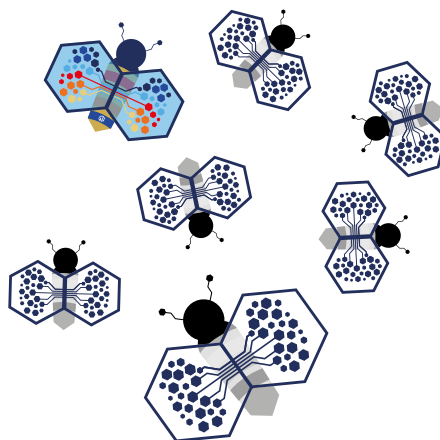
Malte C. Bayer, der Vollblutwerber, Inspirator und Buchautor ist seit über 25 Jahren erfolgreich als selbstständiger Unternehmer im Bereich Direkt-Marketing aktiv. Er ist als Pionier für Cross-mediale Direktmarketing Kampagnen deutschlandweit sowie in Österreich und der Schweiz bekannt. Vollblutwerber ist nicht nur die Firmenbezeichnung seiner Agentur, sondern seine Passion und Profession. Deshalb hat Malte C. Bayer sich den Namen Vollblutwerber sogar in seinen Ausweis als Künstlernamen eintragen lassen.



Malte Bayer, THE GROW Experte und CEO, Vollblutwerber

Einen Menschen emotional zu berühren und mit Werbung zu begeistern ist kein leichtes Unterfangen. Womit es gelingt? Mit Bild-Personalisierungen, das heißt individuelle Botschaften in Bildform als absolute Verstärker von Direktmarketingaktionen. So kann jede einzelne Person individuell und personalisiert angesprochen werden. Stellen Sie sich vor, Sie bekommen eine gedruckte Einladungskarte zu einem Benefiz-Fußball-Turnier – eine Karte mit Nachnamen im Anschreiben ist nichts Besonderes – hat nun aber der Fußballer auf dem Umschlag ein Trikot mit Ihrem Namen an und das Publikum im Bild trägt ebenfalls Fahnen mit Ihrem Namen überrascht und begeistert das!

Die Möglichkeiten der Bildpersonalisierung beschränken sich dabei nicht nur auf Printmedien. Auch digitale Kampagnen lassen sich mit dieser Form des Cross-Medial-Direktmarketings



umsetzen. Personalisierte Druckstücke, die datenschutzkonform versendet werden, bringen Menschen über URLs – oder besser gesagt individuelle Links (PURLs) auf eine gewünschte Internetseite mit einem werbenden, individualisierten Content.

Spezielle Tracking-Systeme ermöglichen das Messen aller für den erfolgreichen Verkauf nötigen Kunden-Prozesse. Sogar betriebswirtschaftliche Auswertungen und die Erfolgsmessung sind heute möglich. Die Erfahrung zeigt, dass gute Kampagnen dieser Art eine Response-Rate zwischen 10 – 30 % erzielen.

Letztendlich geht es im Marketing um das Geschichten schreiben und darum, Menschen mitzunehmen und zu begeistern. Genau das ist mit bildecht personalisierten Materialien und Inhalten ideal zu erreichen.

www.vollblutwerber.de

ÖKOVAATION – DER NEUE TREND-BEGRIFF

4A + 1B. DAS STEHT FÜR „ANDERS ALS ALLE ANDEREN + BESSER“ UND IST BEZEICHNEND FÜR DEN NEUEN BEGRIFF „ÖKOVAATION“. WAS HINTER DIESER WORTNEUSCHÖPFUNG STECKT, IST DAS ZENTRALE THEMA FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN MITTELSTAND UND STARTUP. DOCH WOHER KOMMT DIESE BEGRIFFLICHKEIT UND WORIN LIEGT DER VORTEIL FÜR ALLE BETEILIGTEN?

ÖKOVAATION – DIE FUSION VON INNOVATION UND ÖKO SYSTEM

Um mit dem Begriff richtig umgehen zu können, ist eine Definition und die Wortherkunft wichtig. „Ökovaation“ ist eine Kombination aus den Worten „Innovation“ und „Ökosystem“. Wer heute modernes Unternehmertum lebt, darf dabei auch den Aspekt der Nachhaltigkeit nicht vernachlässigen. Auch dieser spielt beim Begriff Ökovaation eine tragende Rolle.

ÖKOVAATION - INNOVATION ALS PROZESS

Für den Begriff „Innovation“ gibt es noch keine allgemein akzeptierte Begriffsdefinition.

Laut Gabler Wirtschaftslexikon bezeichnet er „in den Wirtschaftswissenschaften für die mit technischem, sozialem und wirtschaftlichem Wandel einhergehenden (komplexen) Neuerungen“. Kurz gesagt ist die Innovation eine Neuheit, Erneuerung, Veränderung oder ein Wechsel.

Im Begriff Ökovaation versteht man die Innovation als Prozess. Dieser spielt sich in mehreren Phasen innerhalb und außerhalb der Organisation ab. Von der Exploration und Analyse eines Problems, der Ideensuche und -Bewertung,

Forschung, Entwicklung und Konstruktion, Produktions- und Absatzvorbereitung bis hin zur Markteinführung. Um das optimal umsetzen zu können, kommt der zweite Teil von Ökovaation ins Spiel.

ÖKOVAATION – DAS NACHHALTIGE ÖKO SYSTEM

Laut Gabler Wirtschaftslexikon bezeichnet das wirtschaftliche Ökosystem „eine dynamische Struktur verschiedenster, lose gekoppelter, sozialer und wirtschaftlicher Akteure“. Diese vernetzen sich und interagieren über gemeinsame Technologien, Sprachen und Institutionen. Das Ziel ist eine gegenseitige Verwendung der immateriellen und materiellen Ressourcen, das Schaffen eigener Märkte und eines Wertes für alle Beteiligten durch ein gemeinsames Geschäftsmodell.

Beim Thema Ökovaation spielt auch der Begriff Nachhaltigkeit eine entscheidende Rolle. So bezeichnet dieser die Art und Weise des Wirtschaftens, bei der die aktuellen Bedürfnisse gestillt werden, ohne die Lebensgrundlage der zukünftigen Generationen zu zerstören. Das entscheidende Merkmal der Nachhaltigkeit ist das langfristig orientierte Denken und Handeln, damit man ein Gleichgewicht bei den natürlichen Ressourcen erreicht.

ÖKOVAATION – STARTUPS UND UNTERNEHMEN PROFITIEREN DURCH KOOPERATIONEN

Die Nachhaltigkeit ist die Basis für ein erfolgreiches Ökovaation System. Dabei werden verschiedene Bereiche der Arbeitswelt vereint. Im Rahmen der THE GROW Eventreihe sprachen Experten aus den Feldern HR, Online

Marketing, Unternehmenskultur und Finance über diese fruchtbare Symbiose:

Dabei ergab sich ein deutlicher Konsens: nur wer nachhaltige Strukturen schafft und in diesen arbeitet, wird auch langfristig erfolgreich sein. Dies gilt für Unternehmen wie auch für Startups. So ist die Nachhaltigkeit auch ein maßgeblicher Treiber für Startups. Der soziale, ökologische Vorteil steht von Anfang an bei vielen Gründern hoch im Kurs. Es gibt für die Mehrheit der Startups einen intrinsischen Nachhaltigkeitsfokus. Der Profitgedanke oder ein schneller Exit stehen hingegen nicht im Mittelpunkt. Um eine nachhaltige Grundlage dafür zu schaffen, müssen alle Unternehmen bestimmte Werte leben. Prozesse in allen Bereichen müssen neu aufgegriffen und neu gedacht werden. Damit werden Schnittstellen geschaffen, an denen Innovationen entstehen.

Die Zusammenarbeit zwischen Startups und Unternehmen greift genau diese Gedanken auf, denn beide Seiten profitieren davon. Vereint man die Werte und Kulturen der beiden Parteien, werden unglaubliche Innovationskräfte frei. Diese Innovationen, Werte und die Fähigkeit, sich immer wieder neu zu erfinden, geben den Ausschlag, ob ein Unternehmen nachhaltig erfolgreich sein wird. Ob hinsichtlich Change-Management, Mitarbeiter Benefits oder im Performance Marketing: nur der Austausch von Unternehmen und Startups schafft diese Werte und ermöglicht es allen Beteiligten nachhaltig innovativ und erfolgreich zu sein.

SALSUP – DAS ÖKOVAATION SYSTEM

Ein Ökosystem für Innovationen wird also immer wichtiger, vor allem in puncto Nachhaltigkeit. Damit die Ökosysteme von StartUps, Unternehmen und Investoren optimal miteinander vereint werden, hat SalsUp nun ein einzigartiges Ökovation System geschaffen. StartUps können ihre Innovationskraft und Expertise präsentieren. Unternehmen und Investoren können strategisch ihr eigenes StartUp Ökovation System aufbauen, zielgerichtet und per Knopfdruck die passenden Gründerteams finden und Kooperationen starten – und das alles komplett digital.

Darüber hinaus bietet SalsUp StartUps, Corporates und Sals Angels die optimale Umgebung Kooperationen zu starten, gemeinsam zu wachsen und Werte zu leben. Durch die SalsUp Plattform, die THE GROW Roadshow und den THE GROW Entrepreneurs Club bietet sich ein einzigartiges Ökosystem für die nachhaltige Entwicklung von Innovationen.

Außerdem gibt es mit der Ökovation Ventures AG die erste eigene Fondsgesellschaft, um gezielt in die innovativsten StartUps zu investieren. Durch das gemeinsame Investment wird das Risiko minimiert und mithilfe von Unternehmen und Investoren können StartUps raketenhaft am Markt durchstarten.

Um das Angebot hochkarätig zu erweitern, bietet SalsUp demnächst ein in Europa einzigartiges Programm zur Finanzierung von StartUp-Skalierungen. StartUps bekommen durch Kampagnen der Ökovation Ventures AG finanzierte Investitionen und Unterstützung in SEO-Marketing. Dabei entstehen für StartUps keinerlei Kosten hinsichtlich Sales. In Kürze folgen hierzu in einem separaten Artikel alle weiterführenden Informationen.

ÖKOVAATION VENTURES – WER WIRD SIND

DAS EINZIGARTIGE ERFOLGSKONZEPT
ZUR SKALIERUNG VON STARTUPS

INVEST2GROW

MENTORING PROGRAMM

Die Experten von Invest2Grow begleiten dich auf deinem Weg in Richtung erfolgreiches Unternehmertum. Von Soft Skills und Mitarbeiterführung über Präsentations- und Pitch-Training bis hin zu Personal, Finanzen und Marketing.

SERVIUP

KUNDENSERVICE

Mit Wachstum kommt es vermehrt zu Support-Anfragen. Gute Reputation und Bewertungen sind Themen, an denen viele Startups scheitern. Durch professionellen, an dein Unternehmen angepassten Kundenservice bist du rundum abgedeckt und deine Kunden bestens betreut.

ÖKOVAATION VENTURES

INVESTMENT

Von Seed-Phase bis Series B – die Investoren der Ökovaation Ventures finanzieren dein Business und versorgen dich mit Kapital. Das Beste? Sie sind allesamt selbst erfolgreiche Unternehmer und Mittelständler, was dir Tipps und Kooperations-Potenziale einbringt.

SALSUP

STARTUP-PLATTFORM

Europas größte Plattform für Startup-Erfolg. Finde durch dein kostenloses Profil auf SalsUp Angel-Investoren, Unternehmen und Kooperations-Partner für dein Business. Schließe dich mehr als 103.500 Startups an und starte durch!

SCALUP

KICKSTARTER KAMPAGNE

High-Performance Advertising, digital und per Knopfdruck. Die Online Marketing Experten sorgen dafür, dass deine Marke von 0 auf 100 auf dem Markt durchstartet. Profitiere von einem neuartigen, mehrstufigen Konzept, mit dem du schnell und erfolgreich skalierst.

THE GROW

REICHWEITE & NETZWERK

Live-Pitches, Startup-Areas und ein exklusives Netzwerk aus Mittelstand, Politik, Wissenschaft und Wirtschaft der DACH-Region. Einzigartige Kontakte, mehrere Tausend Teilnehmer bei den Veranstaltungen und deine Chance, dir einen Namen zu machen.

KOOPERATION



SALSUP - THE FIRST ÖKOVAATION-SYSTEM

EUROPAS GRÖSSTE PLATTFORM FÜR STARTUPS,
CORPORATES & ANGELS FÜR SALES, NETWORK & INVESTMENT

POMMES & CHAMPAGNER: MIT SALSUP IST DER GRUNDSTEIN ZU THE GROW ENTSTANDEN. EINE PLATTFORM AUF DER STARTUPS MIT UNTERNEHMEN UND INVESTOREN ZUSAMMENFINDEN.

Das Match-Verhalten zwischen Startups und etablierten Unternehmen – speziell in Europa und Deutschland – verändert sich rapide. So entsteht eine ganz neue Sicht auf Innovationen, welche Produktivität unterstützen und erhöhen sollen. Ob als SALSUP Corporate Mitglied, Angel oder Lizenznehmer eines closed Ökovation-Systems: unsere Plattform und darin

die Integration aller Startups aus Europa und weltweit verschafft Ihnen in Sekundenschnelle einen Überblick, gibt Insides, eröffnet Möglichkeiten zu investieren und übernimmt die gesamte Administration für Sie.

WILLKOMMEN BEI SALSUP - IHREM ÖKOVAATION-SYSTEM.

UNSERE THE GROW ENTREPRENEURE UND EXPERTEN BEKOMMEN IM ZUGE IHRER MITGLIEDSCHAFT EINEN ZUGANG ZU SALSUP UND DEN MITTLERWEILE >103.00 STARTUPS. EXPERTEN KÖNNEN IHRE DIENSTE DEN STARTUPS ANBIETEN UND ENTREPRENEURE BEKOMMEN EINEN CORPORATE CLOSED SYSTEM ZUGANG



STARTUPS

PRÄSENTIERT EUER
STARTUP KOSTENLOS
AUF SALSUP



CORPORATE

FINDEN SIE INNOVATIONEN
& PARTNER FÜR IHR
UNTERNEHMEN



SALS ANGELS

INVESTIEREN SIE IN DIE
BESTEN GRÜNDER &
GESCHÄFTSMODELLE

DIE SALSUP SOLUTIONS:



SHOWROOM

DER ORT FÜR INNOVATIVE UNTERNEHMEN

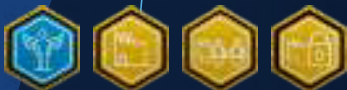
Im SalsUp Showroom präsentieren sich Startups anhand einer Vielzahl von möglichen Angaben, z. B. über das Team, den Markt und Wettbewerbsvorteile. Unternehmen finden eine riesige Auswahl an Startups, persönliche Empfehlungen und können alle Einträge nach Belieben durchsuchen.



INNOVATION HUB

HIER DREHT SICH ALLES UM DAS PRODUKT

Startups präsentieren Ihre Produkte und Dienstleistungen und können auf Anfragen von Unternehmen reagieren. Als Unternehmen finden Sie anhand einer genauen Suche die passenden Produkte und erhalten tiefe Einblicke in deren Beschreibung und Beschaffenheit.



PORTFOLIO MANAGER

DIE BESTEN STARTUPS IMMER IM BLICK

Speichern Sie sich die spannendsten Startups einfach mit der "Merken-Funktion" ab. So finden Sie Ihre Favoriten schnell wieder.





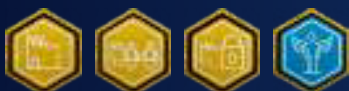
SELECT SEARCH PASSGENAUE ERGEBNISSE

Dank umfangreicher Filter und speicherbaren Suchen mit automatischen Alerts finden Sie maximal effektiv passende StartUps und Produkte für Ihr Business.

Suchen Sie z. B. gezielt nach StartUps aus einer bestimmten Region oder Branche oder filtern sie nach Gründungsjahr, Kapitalbedarf und Entwicklungsphase.



SALSUP APP JEDERZEIT UND ÜBERALL DEN VOLLEN FUNKTIONSUMFANG VON SALSUP NUTZEN.



DATABASE WICHTIGE DATEN EXPORTIEREN

Sie können jedes beliebige Startup-Profil auf SALSUP als druckbares PDF exportieren. Somit haben Sie die wichtigsten Infos immer im Blick.



Außerdem können Sie diese einfach mit Kollegen ohne SALSUP Zugang teilen.



MATCHMAKING

WERTVOLLE KOOPERATIONEN
AUFBAUEN

Verschicken Sie Match-Anfragen an spannende Startups und schmieden Sie gemeinsam die lukrativsten Business Ventures von Morgen. Nimmt das Startup Ihre Anfrage an, können Sie sofort über den Messenger kommunizieren.



ADMIN DASHBOARD

DIE KOMMANDO-ZENTRALE FÜR
IHR NETZWERKAUEN

Als Closed System oder Whitelabel Admin verwalten Sie alle Ihre Startup-Anmeldungen, News und Events zentral auf Ihrem Dashboard. So haben Sie alle Aktivitäten in Ihrem Netzwerk im Blick und können diese verwalten.



NOTIFICATION

IMMER UP TO DATE

Erhalten Sie durch unseren Real-Time Abgleich täglich die neuesten Startups, Produkte sowie Innovationen. Die Nachrichten zu neuen Ergebnissen Ihrer gespeicherten Suchen erhalten Sie per Push-Notification der App oder in Ihr E-Mail Postfach. Außerdem werden Sie über Aktivitäten Ihres Netzwerkes und zu Ihren Inhalten informiert.



VORTEILE VON SALSUP FÜR IHR UNTERNEHMEN



IN ECHTZEIT DIE VERVOLLSTÄNDIGUNG DER STARTUP PROFILE VERFOLGEN



BELIEBIG VIELE ZUGÄNGE

24/7

24/7 ZUGRIFF: ÜBERALL UND VON ALLEN GERÄTEN DURCH APP UND WEB-VERSION



VON STARTUPS ANGEBOTENE PRODUKTE NACH BESCHREIBUNG, KATEGORIEN, KOSTEN UND MARKTSITUATION DURCHSUCHEN

>100.000
STARTUPS

ZUGRIFF AUF EINE RIESIGE DATENBANK AN STARTUP PROFILEN UND INNOVATIVEN PRODUKTEN AUF SALSUP



SALSUP SCOUT: PERSÖNLICHER ANSPRECHPARTNER DER BEI DER SUCHE, BEWERTUNG UND KONTAKTAUFNAHME UNTERSTÜTZT



SPIELEND LEICHT PASSENDE PARTNER FÜR EINE KOOPERATION, EINE PRODUKT-ENTWICKLUNG ODER EIN INVESTMENT FINDEN



GEMEINSAM INVESTIEREN, RISIKO MINIMIEREN

NEU: ZWEI ABSOLUTE HIGHLIGHTS BEI SALSUP!

LIVE PITCH-ROOMS – WELTWEIT PITCHES VERANSTALTEN & TEILNEHMEN

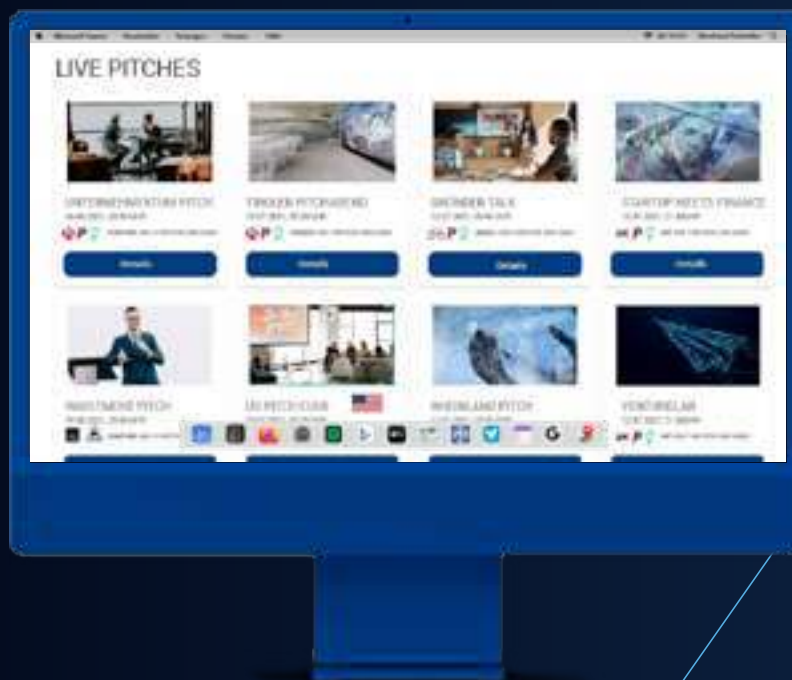
EINE WELTNEUHEIT:

Dank integrierter Video-Funktion können Unternehmen auf SalsUp jetzt Startups ihrer Wahl zu Pitch-Veranstaltungen einladen.

WIE GENAU?

Über das eigene Dashboard können Corporates und Institutionen Pitch-Events ansetzen und einen individuellen Link erstellen lassen. Dieser Einladungs-Link kann ganz einfach mit beliebigen Personen geteilt werden. Richtig gehört, auch externe Teilnehmer, die keinen SalsUp-Account besitzen, können dann an diesen speziellen Veranstaltungen teilnehmen. So können Sie gemeinsam mit Kollegen und Geschäftspartnern in den direkten Austausch mit den Gründer:innen treten. Ganz ohne weitere Tools oder externe Anbieter.

Als Corporate laden Sie gezielt Startups von der Plattform ein oder versenden den Link an weitere Gründer:innen aus Ihrem Umfeld, die Sie gerne pitchen lassen möchten. Startups erhalten die Chance, zu Veranstaltungen eingeladen zu werden und vor Unternehmen und Institutionen zu pitchen. Beide Parteien können an öffentlichen Veranstaltungen anderer Unternehmen oder Institutionen teilnehmen und spannende Startups kennenlernen.





CLOSED SYSTEM – DAS EIGENE ÖKOVAATION-SYSTEM ERSCHAFFEN.

Sie suchen schon lange nach einer Möglichkeit, Ihre Startups zentral und digital zu verwalten? Mit unserem **Closed System** bereiten wir der Excel-Flut endlich ein Ende. Unternehmen erhalten damit einen individuellen Showroom, in dem sie alle Ihre Startups einsehen können.

Über das Admin-Dashboard können alle Beteiligungen und Partner direkt in das eigene System eingeladen werden, ohne dass andere SalsUp Nutzer dieser sehen. Wollen sich neue Startups Ihrem Unternehmen oder Ihrer VC Abteilung vorstellen, können Sie ihnen einfach den Einladungs-Link zukommen lassen. Die Startups befüllen anschließend ihre Profile mit allen Informationen und ihrem Pitchdeck. Sie können die fertigen Daten einsehen und direkt entscheiden, ob das Startup zu Ihnen passt oder nicht. Somit ist auch das Screening einheitlich, digital und kinderleicht gelöst.

Über das **Dashboard** können Sie außerdem alle User des Systems verwalten und Berechtigungen vergeben. Admins können z. B. Startups annehmen oder ablehnen sowie neue Inhalte und Dokumente einstellen. Jeder User Ihres Closed Systems kann die Startups sehen, durchsuchen und sich Favoriten abspeichern, so findet jeder Kollege – ob aus der Produktentwicklung oder der Buchhaltung – die Gründer:innen mit den besten Ideen für den eigenen Bereich. Außerdem können Sie News mit Ihrem Netzwerk teilen und somit Startups über neue Bedingungen oder Pitch-Events informieren.

STARTUPS SUCHEN UND FINDEN, PROFILE EINSEHEN, EINLADEN VON SPANNENDEN STARTUPS, SCREENING DER ANMELDUNGEN, VERWALTUNG DES EIGENEN PORTFOLIOS, NACHRICHTEN AUSTAUSCHEN, NEWS WEITERGEBEN UND VIDEO-PITCHES VERANSTALTEN – DAS ALLES IST NUN AUF EINER ZENTRALEN PLATTFORM MÖGLICH!

FÜR JEDEN ENTREPRENEUR IM THE GROW ENTREPRENEURS-CLUB IST DER ZUGANG ZU SALSUP IN DER MITGLIEDSCHAFT INKLUDIERT!



JETZT BEGEISTERN LASSEN: WWW.SALSUP.DE

JETZT MITGLIED
IM EXKLUSIVEN
THE GROW
ENTREPRENEURS-CLUB
WERDEN.



JETZT ANMELDEN AUF
WWW.THE-GROW.DE/BEWERBUNG-CLUB

THE GROW – WHAT ELSE? [PARTNER]

 SALSUP	 FLEXIRIO	 SERVIUP	 nucarmo
			
 			
	 		
			
			

WHAT A SUCCESS-STORY!

GET ON BOARD!

CLUBHOUSE WAR GESTERN:
STARTUPS & MATCHING

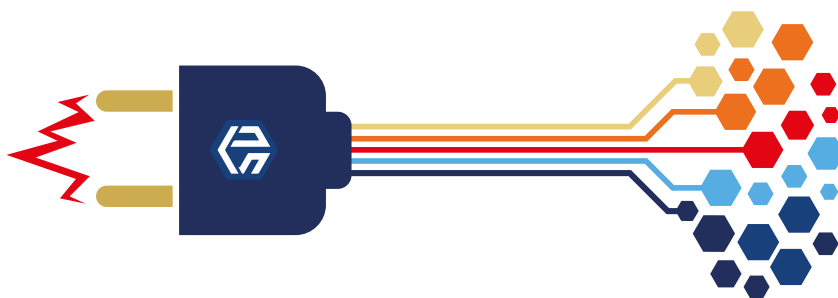


JOIN
PITCH
ROOM
.COM

KOSTENLOS WELTWEIT
PITCH-EVENTS!

GLEICH LOSLEGEN:
JOINPITCHROOM.DE





FRANK THELEN WIRD ZUM „INNOVATOR DES JAHRES“ ERNANNT

Auszeichnung für den Investor und Digitalisierungs-Vorkämpfer: Frank Thelen erhält den Ehrenpreis des Wirtschaftsawards „Innovator des Jahres“ und tritt damit die Nachfolge von Dr. Wladimir Klitschko an. Der Investor sieht mit Sorge, dass

vieles in Deutschland zu zögerlich umgesetzt würde. Jetzt sei es Zeit für einen Neuanfang. Hier sieht Frank Thelen eine neue Politikergeneration kommen, die Hoffnung mache. **THE GROW gratuliert herzlich und stimmt vollkommen zu!**

VANESSA WEBER VERÖFFENTLICHT IHR ERSTES BUCH #MALEHRlich

Im August brachte Spitzen-Unternehmerin Vanessa Weber ihr erstes Buch auf den Markt. Darin gibt die Chairwomen des THE GROW Chapters Rhein-Main-Metropolregion wertvolle und ehrliche Impulse für Unternehmer:innen – für jede Woche

des Jahres einen. Mal zum Trost, mal zum Schmunzeln, mal als Anreiz zu Veränderung, aber jedes Mal auf den Punkt. **Ob das THE GROW-Team jede Woche abwarten kann? Wir geben eine klare Lese-Empfehlung!**

ÖKOVAATION-SYSTEM SALSUP LISTET MEHR ALS 103.500 STARTUPS!

Gut ein Jahr nach Go-Live findet man im SalsUp Showroom bereits Profile von mehr als 100.000 Startups. Die perfekte Grundlage für Unternehmen und Investoren, um passende Partner

für Entwicklung Vertrieb, Forschung und Investment zu finden. **THE GROW sagt: wer sich da nicht registriert, ist selbst schuld – www.salsup.de**

EINZIGARTIG IM DACH-RAUM: SCALUP STARTET KICKSTARTER-KAMPAGNE

Die High-Performance-Advertising Experten von ScalUp haben ein neuartiges, mehrstufiges Konzept für den Produkt-Launch von Startups entwickelt. Mit Kickstarter-Kampagnen werden Gründer:innen an die Hand genommen und durch passende On-

line-Marketing Maßnahmen optimal unterstützt. Das Team um Entrepreneur Josef Köppl schafft damit einen perfekten Markteinstieg für Startups und ermöglicht schnelle sowie erfolgreiche Skalierung. **THE GROW findet rasantes Wachstum wunderbar!**

BK GROUP BELEGT ZWEITEN PLATZ BEI DEN SUSTAINABLE IMPACT AWARDS IN DER KATEGORIE „IMPACT ON EARTH“

Mit dem Sustainable Impact Award unterstützen WirtschaftsWoche und Generali Versicherungen die Relevanz unternehmerischer Nachhaltigkeit ohne Greenwashing. Sie wollen aufzeigen, wie die Weichen für nachhaltige Geschäftsmodelle und gesellschaftliche Verantwortung im deutschen Mittelstand gestellt werden können. Die Kategorie „Impact on Earth“ zeichnet mittelständische Unternehmen aus, die sich der Umweltproble-

matik bewusst sind und ganzheitliche Lösungsansätze für ein erfolgreiches grünes Wirtschaften entwickeln. Nachhaltigkeit ist ein essenzieller Teil der Unternehmensphilosophie der bk Group AG, welche ihren CO₂-Ausstoß nicht nur neutralisieren, sondern sogar überkompensieren konnte. Damit ist die bk Group AG klimapositiv. **THE GROW findet Nachhaltigkeit super und gratuliert herzlichst!**

NEUE UNICORNS IN DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH!

Während Celonis sogar zum Decacorn aufstieg, bekommt das „Einhorn-Gestüt“ in Deutschland immer mehr Zuwachs! Zuletzt konnten Contentful, Mambu und sennder sich mit diesem neuen Titel schmücken. Damit steigt die Zahl der deutschen Unicorns

auf derzeit 18. Österreich hat mit GoStudent sein zweites Unicorn am Start. **THE GROW sagt weiter so und mit Galopp an die Welt-Spitze!**

SALSUP REALISIERT 15 MONATE NACH GRÜNDUNG IN EINEM ERFOLGREICHEREN INVESTORENPROZESS 10 MILLIONEN BEWERTUNG

SalsUp hat seinen Gesellschafterkreis um Stephan Assmann erweitert. Mit dessen Einstieg gewinnt das Unternehmen neben Bernhard Schindler (Gründer und CEO) und Gesellschafter Gerold

Wolfarth (Founder und CEO der bk-group AG) einen weiteren erfahrenen und erfolgreichen Unternehmer als Gesellschafter. **THE GROW sagt: Herzlichen Glückwunsch!**

MIRIAM WOHLFARTH UND PROF. DR. TOBIAS KOLLMANN WERDEN KURATOREN IM BUNDESVERBAND DEUTSCHE STARTUPS E.V.

Schon bei unserer Roadshow hat sich Miriam sehr für mehr Unterstützung der Gründer-Szene ausgesprochen. Nun wurde Sie ins Kuratorium des Bundesverband Deutsche Startups e.V. um Christian Miele berufen. Ziel ist es, die Konditionen für Startups

in Deutschland zu verbessern. THE GROW Experte und Stammgast Tobias sitzt als Gründungs-Mitglied des Bundesverbandes ebenfalls erneut im Kuratorium. **THE GROW applaudiert und freut sich auf viele Initiativen!**

ECO AWARD 2021 PRÄMIERT DIE BESTEN GESCHÄFTSMODELLE – BERNHARD SCHINDLER IST JUROR

Die Bewerbungen für die eco Awards sind beendet und die Preise werden am 8. Dezember im Rahmen der Cloud Expo Europe Frankfurt vergeben. THE GROW Chairman Bernhard Schindler sitzt in der Jury für die Kategorie Startups. Weitere Kategorien

sind Cloud & Hosting, Infrastruktur, Nachhaltigkeit, Sicherheit und Ladies in Tech. **THE GROW ist gespannt, wer das Rennen macht!**

JÜRGEN ZWICKEL THE GROW PODCASTER

KEYNOTE-SPEAKER & 5-FACHER BUCHAUTOR

Jürgen Zwickel ist ein gefragter Vortragsredner, Seminarleiter und Coach zu den Themen Selbstführung / Leadership, Motivation, Veränderung und wirksame Potenzialmaximierung. Mit einer spürbaren Freude will er als Potenzialmaximierer Menschen, Teams oder auch Unternehmen auf eine einzigartige Art und Weise inspirieren, stärken sowie ermutigen und so einen besonderen Beitrag für das Erreichen von besonderen Ergebnissen und Erlebnissen leisten.

Jürgen Zwickel lebt seine Berufung als Keynote-Speaker, Persönlichkeitscoach, Autor und Impulsgeber. Seit 2007 ist er selbstständiger Experte für eine intelligente mentale und emotionale Selbstführung sowie eine wirksame Potenzialmaximierung und Persönlichkeitsentwicklung, Mentaltrainer, Persönlichkeitscoach, Keynote-Speaker, Autor und Impulsgeber.



Jürgen Zwickel, Entrepreneur, Autor und Keynote-Speaker

Mit dem THE GROW Podcast interviewe er für uns spannende Unternehmer, Startup Gründer:innen und Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Als Ergänzung zu unserer großen Roadshow, gehen wir hier ins Detail und befragen unsere Gäste zu Themen rund um Innovation, Unternehmertum, zukünftige Trends und Startups.

www.the-grow.de/podcast

UNSERE ERSTEN PODCAST-GÄSTE:

- » CHAIRMAN BERNHARD SCHINDLER
- » ENTREPRENEUR MARIO ERNST
- » HONOR ENTREPRENEURIN PROF. DR. NADINE KAMMERLANDER
- » ENTREPRENEUR MARIO FÜRST

COMING SOON:

- » DR. MARKUS SÖDER
- » CHRISTIAN LINDNER
- » GEORG KOFLER
- » CHAIRMAN GEROLD WOLFARTH
- » PROF. DR. TORSTEN WEBER
- » PETER AICHER
- » CHAIRWOMEN VANESSA WEBER
- » ENTREPRENEUR IBRAHIM MEFIRE KOUOTOU
- » HONOR ENTREPRENEUR DANIEL KRAUSS
- » STEFAN GEISELBRECHTINGER



WWW.INSTAGRAM.COM/THE_GROW_ROADSHOW/



WWW.FACEBOOK.COM/THEGROWROADSHOW



WWW.LINKEDIN.COM/COMPANY/THE-GROW/



TWITTER.COM/THEGROW_2021



THE GROW – WHAT ELSE? [THE GROW MAGAZINE VORSCHAU]

VORSCHAU

THE GROW MAGGA- ZINE



3RD EDITION

- DIE NEUE BUNDESREGIERUNG & STARTUPS:
ALLES ALT ODER ALLES NICHTS? EINE ANALYSE
MIT UNSEREN THE GROW STAMMGÄSTEN
- INTERVIEW MIT ROLAND MACK EUROPAPARK GRÜNDER
- INTERVIEW MIT ERICH SENNEBOGEN SENNEBOGEN GMBH
- DAS JAHR 2022: STARTUPS UND THE GROW
EXPERTEN UND ENTREPRENEURE BLICKEN IN DIE ZUKUNFT
- AUSWERTUNG DER 1. THE GROW STUDIE
- U.V.M.

SIE MÖCHTEN PARTNER VON THE GROW WERDEN?

CLUBMANAGER@THE-GROW.DE

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:

SalsUp GmbH

AUSFÜHRUNG:

THE GROW Magazine
Maximilianstr. 2
80539 München

GESCHÄFTSFÜHRUNG:

Bernhard Schindler & Jannis Brendel

CHEFREDAKTION:

Sabrina Kaïndl

LAYOUT:

René Schmitt / www.grafikstube.net

SALES :

Patrick Müller

DRUCK:

Bugl Druck
Industriestraße 11
84030 Ergolding / Landshut

HEFTPREIS:

7,90 €

AUTOREN / GESPRÄCHSPARTNER

Bernhard Schindler

Gerold Wolfarth

Sabrina Kaïndl

Elina Ranki

Andre Braun

Daniel Krauss

Miriam Wohlfarth

Sina Trinwalder

Katharina Kreitz

Eugen Russ

Dennis Stangl

Dr. Margarete Schramböck

Wolfgang Bosbach

Frank Thelen

Bertram Brossardt

Wolfgang Grupp sen.

Christian Lindner

Rolf Schrömgens

Tilo Bonow

Ibrahim Mefire Kouotou

Vanessa Weber

Prof. Dr. Michael Hüther

Prof. Dr. Tobias Kollmann

Prof. Dr. Nadine Kammerlander

Dr. Michael Umfaher

Mario Ernst

Jürgen Zwickel

Michael Käfer

Julien Backhaus

Josef Köppl

Benjamin Richter

Mai Dang-Goy

Silvia Holzapfel

Daniel Börnert

Rüdiger Schmitz

Malte Bayer

**SALSUP IST DAS ERSTE
ÖKOVAATION-SYSTEM.
ALS EUROPAS GRÖSSTE PLATTFORM
FÜR STARTUPS, CORPORATES UND
SALS ANGELS, BIETET
SALSUP SEINEN MITGLIEDERN SALES,
NETWORK UND INVESTMENT.**



SALSUP

WWW.SALSUP.DE