

INHALTSVERZEICHNIS

Über mich 9

Vorwort 11

Einleitung 15

Für wen ist »Start-up Venture«? 15

How to hack your Start-up-Adventure 19

Wieso »Start-up Venture«? 19

Warum Start-ups schwierig sind 20

Was ist »Start-up Venture«? 21

Vom 1x zum 3xStart-up 23

And so it begins ...

Der Founder's Fit 29

Founders DNA 30

Die vier Start-up-Kompetenzen 36

Team-Kompetenzen 41

Die richtigen Menschen finden 43

Die Start-up-Kultur 45

Das 6/2-Prinzip 48

Have a Problem Worth Solving

Der Problem Solution Fit 53

- In a Nutshell 53
- A Problem worth solving 55
- Das richtige Lernen 59
- Die KPI des Problem Solution Fit 62
- Das überlebensfähige Start-up 68

Die Attraktivität 71

- Der Markt 73
- Recherchiere deinen Markt 77
- Der fantastische Markt 79
- Das Produkt 83
- Wachstumsstrategien 87

Rentabilität prüfen 91

- Preisfindung mit der Van-Westendorp-Methode 92
- Mögliche Preismodelle 93
- Umsatzprognose 96

Bleib realistisch 99

- Personalkosten als größter Block 99
- Die Berechnung von Vertriebskosten 101

Burn Rate und Runway 102

Kostenprognose 102

Setze es um 105

- Strategische Partnerschaften finden 105
- Das Minimum Viable Product 106
- Varianten eines Minimum Viable Product 107

Finanzierung 115

- In a Nutshell 115
- Die Grundlagen des Fundraising 117

Investierbar sein 121

- Start der Finanzierungsrunde 121
- Dein Team als entscheidender Faktor 121
- Traktion am Markt definiert den Preis 122
- Bei Investor(inn)en präsent sein 122
- Was ist mein Finanzbedarf? 123
- Was ist meine aktuelle Bewertung? 125
- Wie finde ich die richtigen Investor(inn)en? 127

Die notwendigen Unterlagen 131

- Der Businessplan 131
- Der Cap Table 134

Das Non-Disclosure Agreement	135	Kundenerfolg	191
Das Term Sheet	135	Die drei Bereiche des Kundenerfolgs	192
Der erste Eindruck	139	Kundenbindung	197
Die Teaseransprache	140	Messen der Produktnutzung	198
Das Pitch Deck	141	Messen der Kundentreue	199
Zum Abschluss	145	Ein paar Ideen ...	201
Product Market Fit	149	Produktentwicklung	203
In a Nutshell	149	Die Basis der Produktentwicklung	204
Der Weg zur Skalierung	151	Die Rolle des Product Owner	206
Der Unterschied zum Problem Solution Fit	152	Die Definition of Done	211
Mit Experimenten zum Erfolg	155	Das Phänomen Premature Scaling	213
Messen des Product Market Fit	158	Feeling the Fit	215
Konkrete KPI zur Messung	159	Dank	221
Wachstum	169	Quellen	223
Test & Learn	171	Glossar	225
Fokus auf den Early Market	173		
Ein Wort zur Viralität	174		
Der Unterschied zwischen B2B und B2C	175		
Growth Hacking B2C	176		
B2B-Verkauf	184		