

Inhaltsverzeichnis

Autorenporträt	V
Vorwort: Warum mit Start-ups zusammenarbeiten?	VII
1 Einleitung.....	1
2 Was ist ein Start-up?.....	2
2.1 Die Phasen eines Start-ups	2
3 Grundsätzliche Chancen und Risiken bei der Zusammenarbeit mit und Investments in Start-ups.....	4
3.1 Aktuelle Entwicklung in Deutschland	4
3.2 Chancen	4
3.3 Risiken	5
3.4 Gründe für das Scheitern von Start-ups	5
4 Eine Strategie für Partnerschaften mit Start-ups.....	7
4.1 Welche strategischen Ziele sollen erreicht werden?	8
4.2 Mitwirkung der operativen Einheiten des Unternehmens	9
4.3 Was kann ein Unternehmen Start-ups bieten?	9
4.4 Strategisches Smart Money.....	11
5 Interner Businessplan.....	13
5.1 Bereitstellung der Ressourcen	13
6 Wie setzt man die Strategie im Start-up-Ökosystem um?	15
6.1 Aktive Start-up-Ansprache.....	15
6.1.1 Teilnahme an Start-up-Veranstaltungen	15
6.1.2 Mitgliedschaften in relevanten Vereinen/Verbänden	16
6.1.3 Sponsoring von Veranstaltungen.....	17
6.1.4 Mitwirkung an Businessplan-Wettbewerben	18
6.2 Passive Ansprache – Start-ups finden den Weg zu Ihnen	19
6.2.1 Organisation von Hackathons	20
6.2.2 Vergabe von Start-up-Stipendien	22
6.3 Inkubator (mit oder ohne Partner)	22
6.3.1 Was ist ein Inkubator?.....	23
6.3.2 Aufbau eines Inkubators.....	24
6.4 Accelerator (mit oder ohne Partner).....	25
6.4.1 Was ist ein Accelerator?	25
6.4.2 Aufbau eines Accelerators	26
6.5 Was ist der Unterschied zwischen Inkubator und Accelerator? ..	27

IX

7	Strukturaufbau	30
7.1	Maßnahmen als Projekt umsetzen.....	31
7.2	Außenauftritt.....	31
7.3	Zentrale Anlaufstelle für den Erstkontakt.....	32
7.4	Zusammensetzung und Verantwortlichkeit des Projektteams ..	33
8	Kennenlernen und Bewertung des Start-ups	34
8.1	Prüfung der Anfrage – Was will das Start-up (Call to Action)?...	34
8.2	Anforderung Pitch Deck	36
9	Aufbau einer Bewertungsstruktur	37
9.1	Bewertung Pitch Deck.....	37
9.2	Due Diligence.....	38
9.2.1	Anforderungen an Due Diligence	39
9.2.2	Wirtschaftliche Bewertung (Risikobewertung).....	39
9.2.3	Rechtliche Voraussetzungen	40
9.2.4	Technische Voraussetzungen.....	40
9.2.5	Marktanalyse.....	41
9.3	Kundenakquisekosten	41
9.4	Lifetime-Wert	42
10	Venture Clienting – Innovation durch Kooperation.....	43
10.1	Wie wird Venture Clienting umgesetzt?.....	43
10.2	Unterschied zwischen Venture Clienting und Corporate Venturing	44
11	Wenn Sie mehr Einfluss wollen: Investitionen	46
11.1	Chancen und Risiken einer Direktinvestition	46
11.2	Einheit für Corporate Venturing	47
11.2.1	Austausch mit ähnlichen Einheiten anderer Unternehmen	47
11.2.2	Sichtbarkeit im Umfeld	48
11.2.3	Die CVC-Einheit im Kontext der Unternehmensgruppe.....	49
11.2.4	Investives „Smart Money“	50
12	Beteiligung an Start-up-Fonds	51
12.1	Beteiligung als Limited Partner über Fondsstrukturen	51
12.2	Nachteil einer Fondsbe teiligung	52
13	Entwicklung einer Investmentstrategie.....	54
13.1	Klare Festlegung der Investmentkriterien.....	54
13.1.1	Branchen und Segmente	54
13.1.2	Start-up-Finanzierungsphasen	54
13.1.3	Größe des eigenen Portfolios.....	55

13.1.4	Bewertung der Start-ups	55
13.1.5	Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen bzw. Co-Investoren	55
14	Auf dem Weg zum Vertrag	57
14.1	Term Sheet.....	57
14.1.1	Merkmale und Inhalte eines Term Sheet.....	57
14.1.2	Wann ist ein Term Sheet sinnvoll?	58
14.2	Vertragsverhandlung	58
14.3	Was ist Vesting?	59
15	Zusammenarbeit und Beteiligungsmanagement	62
16	Praxisbeispiel: die DIN-Gruppe	64
16.1	Warum DIN sich für Start-ups engagiert	64
16.2	Welche Kontakte bereits zu Start-ups bestehen.....	65
16.3	Initiierung eines Start-up-Projekts	66
16.4	Planung der Informationsveranstaltung	67
16.5	Erstellung des Konzepts.....	68
16.6	Zusammenarbeit mit anderen Netzwerken initiieren und umsetzen.....	71
16.7	Die erste Veranstaltung in Kooperation.....	72
16.8	Weitere Schritte	72
17	Zu guter Letzt	73