

190 Wettbewerbe für euer Start-up

+ besonders erfolgreich: die Top 50 Start-ups 2016

Eine Publikation von



Hauptpartner



KPMG's team
for successfully
starting start-ups

WISTA-MANAGEMENT GMBH

Hauptwettbewerbspartner





Liebe Gründerinnen und Gründer,

wo gibt es umfangreiches Feedback, Investorenkontakte, Sach- und Geldpreise und eine gute Portion PR? Bei den rund 190 Gründerwettbewerben, die 2017 stattfinden. Unser Leitfaden gibt euch Orientierung im Wettbewerbsdschungel. Alles richtig gemacht haben bereits die Top 50 Start-ups, die wir aus den Preisträgern aller Wettbewerbe des Jahres 2016 ermittelt haben. Und einige Fakten zeigen, dass sie das Potenzial zu zukünftigen Hidden Champions haben – aber seht selbst.

René S. Klein, Geschäftsführer des Portals Für-Gründer.de
Frankfurt am Main, den 26. Januar 2017



Key Facts

Unsere Publikation

- » erscheint in der 3. Auflage,
- » ist der umfangreichste Wettbewerbsleitfaden,
- » analysiert 163 Wettbewerbe,
- » stellt die Top 50 Start-ups vor und
- » erzielte 2016 über 30.000 Downloads.

Für-Gründer.de ist mit über 1 Million Seitenaufrufen im Monat das führende Onlineportal für Unternehmer. Es wurde 2010 gegründet, 2014 beteiligte sich zudem die FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH – der F.A.Z.-Fachverlag.

Wir danken unseren Hauptpartnern!

Eine so umfangreiche Publikation ist ohne die Unterstützung zahlreicher Sponsoren nicht möglich. Insbesondere danken wir unseren diesjährigen Hauptpartnern KPMG und WISTA. Sowohl diese Unternehmen als auch unsere weiteren Partner unterstützen euch mit ihren Angeboten auf dem Weg zum unternehmerischen Erfolg.

KPMG

Ihr strotzt vor Ideen und wollt den Markt erobern?
Auf diesem Weg braucht ihr Partner, die wissen wo es lang geht.
Unser Smart Start-Team bringt Start-ups schneller weiter.



KPMG's team
for successfully
starting start-ups

mehr erfahren:

» www.kpmg.de/smartstart

WISTA

Die WISTA-MANAGEMENT GMBH betreibt modernste Technologie- und Gründerzentren und bietet zahlreiche Start-up-Services, spezielle Accelerator-Programme und Welcome Packs für Gründer.

WISTA-MANAGEMENT GMBH mehr erfahren:

» www.adlershof.de/gruender

Die beste Zeit zu gründen ist jetzt!

– Grußbotschaften

4



Analyse des Wettbewerbsjahres 2016

– Keyfacts zu 163 Wettbewerben

14

19

Knapp 3,0 Mio. Euro

– und was Wettbewerbe sonst noch bringen

It's a match

– den passenden Wettbewerb finden

21

29

Gründerwettbewerbe im Jahr 2017

– Übersicht



35

37

Top 50 Start-ups 2016

– das sind die Gewinner

Das Wichtigste über die Top 50 Start-ups

– Keyfacts

42

53

Expertentipps für Gründer

– Businessplan, Marketing, Recht u.v.m.

Themen im Fokus

– IKT, Marketing, Green Economy, Life Sciences, Fintech

56

69

Was wurde eigentlich aus ...

– Rückblick

Zeit, um durchzustarten!



“ Gerade ist eine tolle Zeit für Leute, die sich etwas trauen und die als Gründer etwas bewegen wollen. Die Umbrüche im Rahmen der Digitalisierung erfassen alle Branchen und bieten zahlreiche Chancen – auch und gerade für diejenigen, die nur über begrenzte Erfahrung oder keine großen Netzwerke verfügen. Wer schneller und besser lernt, gewinnt. Das Ökosystem in Deutschland in Bereichen wie Finanzierung, Talente etc. hat deutlich an Qualität gewonnen. Und wir werden jeden Tag besser ...”

Dr. Florian Heinemann,
Co-Gründer und Geschäftsführer Project A Ventures



“ Du wirst doch wohl kein Start-up gründen? Wer eine digitale Geschäftsidee in die Praxis umsetzen will, der muss viele Widerstände überwinden, nicht zuletzt in der eigenen Familie. Sechs von zehn Eltern würden ihren Kindern abraten, ein Start-up zu gründen. Wer es dennoch wagt, der braucht Geld und Aufmerksamkeit für sein Produkt. Beides liefern Start-up-Wettbewerbe denen, die es in die Finalrunde schaffen. Dazu kommt: Wer Publikum und Jury begeistert, der wird das auch bei seinen Kunden schaffen!”

Niklas Veltkamp,
Mitglied der Geschäftsleitung Start-ups Bitkom e.V.



“ Wettbewerbe bringen Start-ups Aufmerksamkeit und Anerkennung – was wichtig ist, auch über das Preisgeld hinaus. Denn wir brauchen mehr Sichtbarkeit für erfolgreiche Unternehmensgründer in Deutschland. Wettbewerbe dürfen jedoch niemals zum Selbstzweck werden. Der Markt entscheidet, wer die wahren Gewinner sind. Darauf sollten Gründer ihr Hauptaugenmerk richten.”

Corinna Visser,
Chefredakteurin Berlin Valley

Welche Finanzierung passt zu mir?

Gründer brauchen neue Ideen, wertvolle Ratschläge – und meist auch eine gute Stange Geld. Die richtige Finanzierung gehört zu den Grundsteinen für den Erfolg. Allerdings gibt es verschiedene Varianten, Kapital zu beschaffen. Wir bei KPMG beraten dabei, welche Finanzierung zu wem passt.

Sie gehört beispielsweise zu den Klassikern: die Eigenkapitalfinanzierung. Der Investor erhält dabei für sein Geld Unternehmensanteile und wird zum (Mit-)Gesellschafter. Damit darf er bei Vorstandswahl und Unternehmensführung mitbestimmen. Daher ist es besonders wichtig, dass er gut zum Team passt.



Tim Dümichen,
Partner und Gründer der
KPMG Smart Start-Initiative

sollten Sie besonders vorsichtig sein, denn jede Klausel wirkt sich auf Management, Strategie und Unternehmenspolitik aus. Es gilt: unbedingt die Kontrolle behalten.

Geld nur borgen oder sogar geschenkt bekommen?

Wer keine Anteile abgeben mag, setzt lieber auf die Fremdkapitalfinanzierung. Das Prinzip dahinter: Das Geld wird nur geliehen. Dazu gehört ein Bankkredit ebenso wie die Geldspritze der Familie. Der Nachteil dabei sind die oft anfallenden Zinsen.

Mit der New Economy wurden außerdem crowd-basierte Finanzierungsformen populär. Hier wird ein Start-up durch viele Personen, die Crowd, finanziert. Beim Crowdfunding erwarten die Geldgeber dafür meist keine Gegenleistung. Beim Crowdinvestment hingegen fungiert die Crowd eher wie ein Eigenkapitalgeber.

Brutkasten für Unternehmen?

Im besten Fall liefert der Geldgeber nicht nur Kapital, sondern auch Erfahrung. Sogenannte Inkubatoren unterstützen in frühen Phasen eines Start-ups neben Geld auch mit Strukturen – wie ein Brutkasten, der ein optimales Umfeld liefert, um zu wachsen. Dabei unterscheiden wir zwischen Acceleratoren, die sich nur für einige Monate engagieren und Company Buildern, die Start-ups bis zum Exit begleiten.



Marius Sternberg,
Partner und Gründer der
KPMG Smart Start-Initiative

Wie geht es danach weiter?

In späteren Unternehmensphasen geht es oft um größere Summen. Hier eignen sich Wagniskapitalgeber, Beteiligungsgesellschaften oder Venture Capital-Fonds, die auf Branchen oder Regionen spezialisiert sind und rein finanzielle Mittel liefern. Hier ist die Unterstützung meist vertraglich geregelt und gestuft nach Erreichung bestimmter Meilensteine. Deshalb

Alles klar?

Unternehmensgründung ist kein Spaziergang. Deshalb haben wir bei KPMG im kostenlosen Smart Start Guide das Wichtigste zu Finanzierung, Recht, Steuern, Human Resources, Internationalisierung und Unternehmensbewertung für Sie zusammengefasst, mit Tipps und Kniffen für Gründer und solche, die es werden wollen.



Key Facts

Wenn man für etwas brennt, braucht man frische Energie. Kluge Gründer haben smarte Unterstützer.

Wir stehen dir als Gründer von der ersten Idee bis zum Exit zur Seite. So kannst du durchstarten. Und deine Idee zu einem erfolgreichen Unternehmen skalieren. Unser Team berät dich in jeder Entwicklungsphase.



Kontakt



KPMG's team
for successfully
starting start-ups

KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Klingelhöferstr. 18
10785 Berlin

Telefon: + 49 30 2068-0

E-Mail: de-smartstart@kpmg.com

Web: www.kpmg.de/smartstart

Wir bringen euch sicher an den Start

Unternehmerisches Talent zu unterstützen – für uns ist das eine Herzensangelegenheit. Wir von der WISTA-MANAGEMENT GMBH (WISTA) bieten jungen Unternehmen die Möglichkeit, sich in Berlin zu etablieren und hier bestens zu vernetzen. Als Betreibergesellschaft des Wissenschafts- und Technologieparks Berlin Adlershof bringen wir dafür die nötige Erfahrung mit.

Zwei gewinnt

Für High-tech- bzw. wissenschaftsnahe Start-ups ist unser Adlershofer Gründerzentrum (IGZ), das auch mit Laborflächen ausgestattet ist, die perfekte Umgebung. Kreative und technologisch orientierte Unternehmen sind in unserem Charlottenburger Innovations-Centrum (CHIC) bestens aufgehoben.

Sowohl im IGZ als auch im CHIC seid ihr in bester Gesellschaft. In Adlershof haben sich neben elf außeruniversitären Forschungseinrichtungen und sechs naturwissenschaftlichen Instituten der Humboldt-Universität Berlin über 1.000 Unternehmen angesiedelt. Unmittelbare Nachbarn in Charlottenburg sind die Technische Universität Berlin und die Universität der Künste Berlin. Sowohl in Adlershof als auch in Charlottenburg seid ihr ganz nah dran: an Gründern, an neuen Technologien und kreativen Ideen.

Preisgünstige und attraktive Büros

Wir von der WISTA betreiben als Beteiligungsgesellschaft des Landes Berlin aktive Wirtschaftsförderung. Wir können daher in unseren Gründerzentren Leistungen zu sehr attraktiven Konditionen anbieten: Ein Büro (17 m²) inkl. persönlichem Coaching, Postservice, Meetingräumen mit

Getränkesservice, schnellem technischen Support, Strom, Wärme, Küchen und Sanitärräumen ist ab 250 Euro monatlich zu haben.

Vernetzt statt nur verkabelt

Als junge Unternehmer braucht ihr Kontakte. Die WISTA ist Teil des Netzwerks der Berliner Wirtschaftsförderung, mit der Berlin Partner GmbH, der IHK und der IBB. Jede dieser Einrichtungen betreut eine Vielzahl spezieller Programme. Unser Customer Support kennt sie alle und hilft euch, das jeweils Passende und den richtigen Ansprechpartner zu finden. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit dem Business Angel Club Berlin Brandenburg und anderen Geldgebern (VCs) zusammen.

Nicht nur in Finanzierungsfragen können wir helfen: Wir organisieren Pitching-Events und unterstützen euch bei der Präsentation von Produkten und Leistungen vor der passenden Zielgruppe. Und damit ihr euch untereinander besser kennenlernt, organisieren wir Veranstaltungen, wie Newcomer-Treffen, Get-together, Weihnachtsfeiern, etc.

A² Accelerator-Programm Berlin

Unser A² Accelerator-Programm Berlin bietet außerdem jährlich fünf bis acht Start-ups die Chance, gemeinsam mit erfahrenen Unternehmern ihre Geschäftsideen umzusetzen und zu wachsen. Teilnehmer erhalten in dem fünfmonatigen Programm eine maßgeschneiderte Förderung mit professionellem Coaching und kostenlosem Raumangebot sowie Zugang zu Netzwerken und Kontakten, da ein intensiver Austausch mit Industriepartnern stattfinden wird.



Tobias Kirschnick,
Leiter des Innovations- und
Gründerzentrums Berlin
Adlershof



Aus dem Adlershofer Club der Visionäre: Die ENERdan GmbH beim Verpacken ihrer Batteriesysteme.



Key Facts

- » Zwei erstklassige Gründerzentren: Innovations- und Gründerzentrum Adlershof (IGZ) und Charlottenburger Innovations-Centrum (CHIC) mit passenden Mietflächen und Services zu günstigen Konditionen
- » Finanzierungs- und Fördermittelberatung
- » Pitching-Events und Accelerator-Programme sowie ab Sommer 2017 ein Co-Working-Space



Kontakt

WISTA-MANAGEMENT GMBH

WISTA-MANAGEMENT GMBH
Rudower Chaussee 29
12489 Berlin

Telefon: +49 30 6392 6000

E-Mail: startups@wista.de

Web: www.adlershof.de/gruender



7

Wettbewerbs- leitfaden

Gründerwettbewerbe bieten euch teils üppige Preisgelder und attraktive Sachpreise, sie unterstützen mit fundiertem Feedback, eröffnen den Zugang zu Investoren und sorgen für mediale Aufmerksamkeit.

Bei rund 190 Wettbewerben in Deutschland stellt sich allerdings schnell die Frage: Welche Wettbewerbe gibt es? Was gibt es zu gewinnen? Wo soll ich mich bewerben? Wie profitiere ich am meisten? Anhand der Zahlen, Daten und Fakten zum Wettbewerbsjahr 2016 erhaltet ihr schnell einen Einblick in die bestehende Wettbewerbslandschaft. Und unser Wettbewerbsleitfaden hilft euch dabei, die passende Auswahl zu treffen.

Meine Branche: speziell.

Meine kaufmännischen Prozesse: individuell.

Mit Software von DATEV.



Wenn es um Ihre Branche geht, dann sind Sie Experte: Sie kennen die Arbeitsabläufe, den Wettbewerb und die Anforderungen Ihrer Kunden. Auch für Ihre Lohn- und Gehaltsabrechnung oder für die Finanzbuchführung gibt es ausgewiesene Spezialisten: Ihr Steuerberater und die kaufmännische Software von DATEV gestalten individuelle Unternehmensprozesse einfach und zuverlässig – und bieten Ihnen branchenspezifisch immer die geeignete Lösung.

Informieren Sie sich auf www.datev.de/meinebranche oder unter 0800 100 1116.



Zukunft gestalten. Gemeinsam.

Spezielle Lösungen für Existenzgründer finden Sie unter www.datev.de/existenzgruender

GRÜNDERWETTBEWERBE IN DEUTSCHLAND 2016

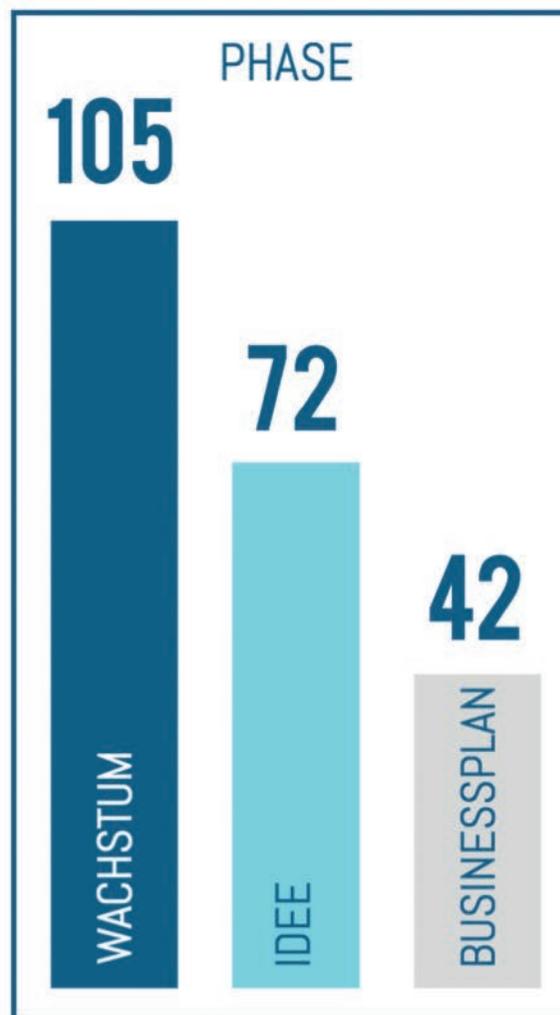
FAKTEN AUF EINEN BLICK



PREISGELD GESAMT



SACHPREISE GESAMT



AUSZEICHNUNGEN



PRÄMIERTE START-UPS



10 Wettbewerbe stellen sich vor

BayStartUP



„Wir bei BayStartUP wissen, wie man Investoren anspricht! Bei den Bayerischen Businessplan Wettbewerben bekommen Sie Feedback zum Geschäftsmodell, gerade auch aus dieser Perspektive.“

Dr. Carsten Rudolph
Geschäftsführer BayStartUP

Branchen: alle
Region: Bayern
Preisgeld: 85.000 Euro
Sachpreise: Workshops, Coachings, Zugang zu Kapitalgebern
Deadline: 20. März 2017 (Phase 2), 29. Mai 2017 (Phase 3)

► www.baystartup.de

BPW Berlin-Brandenburg



„Zahlreiche kostenlose Seminare, Workshops und Events, Beratungen und die Chance auf Preisgeld – nutzen Sie unsere Angebote und starten Sie gut gerüstet in Ihre Gründung!“

Yvonne Urbach
Kommunikation BPW

Branchen: alle
Region: Berlin, Brandenburg
Preisgeld: 50.000 Euro
Sachpreise: Workshops, Seminare
Deadline: 21. März 2017 (Phase 2), 23. Mai 2017 (Phase 3)

► www.b-p-w.de

Green Alley Award



„Geschäftsmodelle, die Probleme von morgen lösen, sind gefragt. Mit dem Green Alley Award erhalten Startups internationale Sichtbarkeit und wertvolle Kontakte zu Experten.“

Miriam Kehl
Associate Director Green Alley

Branchen: Abfallwirtschaft, Green Economy
Region: international
Preisgeld: 7.000 Euro
Sachpreise: Workshops, Netzwerk, Zugang zu Kapitalgebern
Deadline: 25. Juli 2017

► www.green-alley-award.com

KfW-Award



„Die KfW GründerChampions sind innovativ, engagiert und mutig. Sie haben Vorbildcharakter für diejenigen, die vielleicht bereits eine Idee haben, aber mit der Umsetzung noch zögern.“

Dr. Katrin Leonhardt
Direktorin der KfW, Bereichsleiterin KfW Mittelstandsbank

Branchen: alle
Region: deutschlandweit
Preisgeld: 35.000 Euro
Sachpreise: PR-Unterstützung, Workshops
Deadline: 1. August 2017

► www.kfw.de/award

Science4Life



„Science4Life bietet mehr als Preisgelder: jeder Wettbewerbsbeitrag erhält ein individuelles Feedback, dazu Know-how und nachhaltige Kontakte aus dem Science4Life Experten-Netzwerk.“

Christiane Wohlers
Projektmanagement Science4Life e.V.

Branchen: Life Science, Chemie, Energie
Region: deutschlandweit
Preisgeld: 82.000 Euro
Sachpreise: Coachings, Netzwerkzugang
Deadline: 21. April 2017 (Businessplanphase)

► www.science4life.de

start2grow



“Bei start2grow geht es nicht nur um Preisgelder. Unser Netzwerk bietet Kontakt zu Menschen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Finanzen, die auf dem Weg zur Gründung begleiten.”

Sylvia Tiews
Teamleiterin start2grow

Branchen: alle
Region: deutschlandweit
Preisgeld: 47.000 Euro
Sachpreise: Coachings, Mentoring, Zugang zu Kapitalgebern
Deadline: 29. Mai 2017 (Annahmeschluss Businesspläne)

StartGreen Award



“Beim StartGreen Award geht es nicht in erster Linie um die Preise, sondern um das Netzwerk. Wir verschaffen Start-ups Zugang zu neuen Partnern und Investoren der Green Economy. Das bringt ihnen nachhaltigen Erfolg.”

Prof. Dr. Klaus Fichter
Juryvorsitzender des StartGreen Awards

Branchen: Green Economy, Klimaschutz, Nachhaltigkeit
Region: deutschlandweit
Preisgeld: 20.000 Euro
Sachpreise: Coachings, Reise nach San Francisco
Deadline: 31. Juli 2017

StartUp-Impuls



“Auf die Gewinner unseres Ideenwettbewerbs StartUp-Impuls warten Preise im Wert von über 100.000 Euro, intensives Coaching sowie Sonderpreise wie z.B. Trips ins Silicon Valley.”

Dr. Adolf M. Kopp
Geschäftsführer hannoverimpuls GmbH

Branchen: alle
Region: Hannover
Preisgeld: 65.000 Euro
Sachpreise: Coachings, Trips ins Silicon Valley, Medienpaket, u.v.m.
Deadline: 02. Januar 2018

Thüringer Gründungs- wettbewerbe



“Springen Sie mit Ihrer Gründungs- idee auf das nächste Level: Idee konkretisieren, Feedback einholen, Geschäftsmodell weiterentwickeln, netzwerken und Finanzierungsstrategie präzisieren!”

Christiane Kilian
Projektleiterin ThEx innovativ | c/o STIFT

Branchen: alle
Region: Thüringen
Preisgeld: 7.000 Euro (Ideenw.)
15.000 Euro (Strategiew.)
Sachpreise: Coachings, Netzwerk- zugang
Deadline: Strategiewettbewerb 02. Juli 2017, Ideenwettbewerb 31. Dezember 2017

WECONOMY



“Erfolg ist nicht nur eine Frage des Geldes. Wir bieten eine Plattform für Mitmacher aus Start-ups und etablierten Unternehmen, die ihr Wissen teilen und dadurch vermehren wollen.”

Dirk Appelt
WECONOMY

Branchen: alle
Region: deutschlandweit
Preisgeld: nein
Sachpreise: Coachings und Mentoring
Deadline: voraussichtlich Juni 2017

Ausgezeichnete Gründer: die KfW GründerChampions

Auch 2016 hat die KfW Gründer und Start-ups gesucht, die aus einer hervorragenden Geschäftsidee ein erfolgreiches Unternehmen gemacht haben. Aus den Landesiegern ermittelte die Jury einen Bundessieger. Außerdem wurden ein Publikumspreis und der Sonderpreis in der Kategorie „Nachfolge“ vergeben.

Sieger erhalten insgesamt 35.000 Euro Preisgeld

Die Preisträger erhielten ihre Auszeichnung im Rahmen der Auftaktveranstaltung der Deutschen Gründer- und Unternehmenstage (deGUT) von der parlamentarischen Staatssekretärin Iris Gleicke und der KfW-Bereichsleiterin Dr. Katrin Leonhardt. Insgesamt wurden Preisgelder in Höhe von 35.000 Euro vergeben. Neben dem Preisgeld gab es viel Präsenz in der Presse, eine Unternehmenspräsentation auf der deGUT und jede Menge nützliche Kontakte.

Der Bundessieger kommt aus Brandenburg

Der Bundessieger ging an die Havelländische Zink-Druckguss GmbH & Co. KG (HZD) aus Brandenburg. Das Unter-

nehmen, das Zink-Druckgussteile produziert, wurde von Petar Marovic im Rahmen einer externen Nachfolge übernommen.

Der Publikumspreis ging an das von Anna Kaiser und Jana Tepe gegründete Unternehmen Tandemploy. Gemeinsam entwickelten sie eine smarte HR-Technologie, die es Firmen und Menschen ermöglicht, flexible Arbeitszeitmodelle umzusetzen.

Den Sonderpreis „Nachfolge“ erhielt die Özcan Getränke GmbH aus Berlin. Das 1989 von Mehmet Özcan gegründete Unternehmen stellt das traditionelle türkische Joghurtgetränk Ayran her. Ausgezeichnet wurde die erfolgreiche Nachfolgerin Dilek Dönmez, die das Unternehmen 2011 von ihrem Vater übernommen hat.

Werde der nächste KfW GründerChampion

Auch 2017 sucht die KfW wieder ihre GründerChampions. Bewerben können sich Unternehmen mit Sitz in Deutschland, die nach dem 1. Januar 2012 gegründet oder im Rahmen einer Nachfolge übernommen wurden. Die Bewerbung ist vom 1. Mai bis 1. August möglich.



Key Facts

Seit 1998 zeichnet die KfW junge Unternehmen aus, die mit innovativen Geschäftsideen erfolgreich sind. 2017 läuft die Bewerbungsphase vom 1. Mai bis 1. August. 35.000 Euro Preisgeld werden insgesamt vergeben.



KfW AWARD 2017

GründerChampions

Preisträger 2016:

Die drei Gewinner unterstreichen die Vielfalt der KfW GründerChampions.

Bundessieger: HZD



„Bei der Übernahme des Unternehmens konnte ich auf die Mitarbeiter zählen. Der Award ist daher auch eine Auszeichnung für das Team.“

Sonderpreisträger: Özcan Getränke



„Es war eine wunderbare Preisverleihung und ich hatte ein großes Presseecho. Das macht mich stolz und glücklich!“

Publikumssieger: Tandemploy



„Wir stellen die Zukunft der Arbeit in den Fokus. Der Preis verschafft uns Kontakte und die nötige Aufmerksamkeit in den Medien.“



Mit Vollgas an der Konkurrenz vorbei

XOVI zeigt Ihnen die Stärken und Schwächen Ihrer Konkurrenz. Zum direkten Mitbewerbervergleich gehört die Überwachung der Online-Marketing-Maßnahmen der Konkurrenz. Die XOVI Suite liefert alle relevanten Daten, um die Schwächen und Stärken der Konkurrenz zu erkennen und daraus eigene Online-Marketing-Strategien ableiten zu können.



WARUM ERSCHEINEN MEINE MITBEWERBER VOR MIR BEI GOOGLE & CO?

Es gibt unterschiedliche Faktoren, die das Ranking einer Internetseite beeinflussen. Anhand der durch XOVI sichtbar gemachten Daten lassen sich verschiedene Rückschlüsse auf Marketing-Maßnahmen der Mitbewerber ziehen und erkennen, ob es Sinn macht, bei einem bestimmten Suchbegriff zu einem Produkt in die Suchmaschinen-Optimierung einzusteigen.

WIE WIRD MEINE KONKURRENZ GEFUNDEN?

Geeignete Marketingmaßnahmen setzen ein definiertes Set an Begriffen voraus, zu denen ein Online-Shop in den Suchmaschinen durch potentielle Käufer gefunden werden soll. Die Keyword-Analyse von XOVI ermöglicht einen genauen Überblick, welcher Konkurrent mit welchem Top-Suchbegriff auf welcher Position bei Google & Co gefunden wird. Die bekannten Begriffe können für die eigene Internetseite optimiert werden; in der Regel lassen sich die meisten Maßnahmen leicht imitieren.

WERBESCHALTUNG DER KONKURRENZ MIT AD-WORDS?

Viele Unternehmen nutzen Google Adwords Werbung, um besser in den Suchmaschinen gefunden zu werden, aber auch, um aktiv Markenbildung zu betreiben. XOVI gibt alle geschalteten Werbeanzeigen der Mitbewerber an, so dass eigene Anzeigen gezielt angepasst werden können.

WELCHE PARTNER NUTZT MEIN KONKURRENT?

Multiplikatoren sind für die Markenbildung unerlässlich. Im Bereich Online-Marketing wird u.a. auf Partnerprogramme gesetzt. Sog. Affiliates bewerben einen Shop auf den eigenen Internetseiten und werden an den zustande gekommenen Verkäufen prozentual beteiligt. Mit XOVI

werden diese Affiliates sichtbar gemacht, so dass sie zu weiteren Werbemaßnahmen kontaktiert werden können. Ein wichtiger Aspekt ist auch das Linkprofil eines Mitbewerbers; hier geht es vor allem um Backlinks, also um Seiten, die auf den jeweiligen Shop verweisen. Mit Hilfe dieser Daten können ebenfalls Linkkooperationen ausgehandelt werden.

MITBEWERBERANALYSE ANLEGEN LEICHT GEMACHT

Die Konkurrenzanalyse von XOVI ermöglicht die Anpassung eigener Online-Marketing-Maßnahmen. Eine kostenlose Checkliste finden Sie unter:

www.xovi.de/konkurrenzanalyse

SEO & Social Software



-  **Keywords**
-  **Social Analytics**
-  **Onpage**
-  **Reporting**
-  **Links**
-  **Search Analytics**

Und vieles mehr!

Jetzt kostenlos 14 Tage testen

163 Wettbewerbe, und wie sie sich unterscheiden

Gründerwettbewerbe liegen im Trend. In unsere Analyse des Wettbewerbsjahres 2016 flossen insgesamt 163 Wettbewerbe ein. Für 2017 haben wir bereits knapp 190 Wettbewerbe recherchiert, für die sich Gründer und Start-ups bewerben können. Doch teilweise richten sich die Wettbewerbe nur an ausgewählte Branchen, beschränken sich auf eine Region und/oder stehen nur Gründern in einer bestimmten Unternehmensphase offen.



Auf Basis der Zahlen, Daten und Fakten zum Jahr 2016 zeigen wir euch die Unterschiede innerhalb der Wettbewerbslandschaft in Deutschland auf. Damit erhaltet ihr schnell einen Überblick, und die hohe Zahl der Wettbewerbe erscheint in einem anderen Licht.

Über 20.000 Bewerbungen, jeder 30. gewinnt

Bevor wir uns den einzelnen Clustern der Gründerwettbewerbslandschaft in Deutschland widmen, eine wichtige Zahl vorab: Aus der Datenerhebung zu den 163 Wettbewerben geht hervor, dass nach unseren Hochrechnungen insgesamt über 20.000 Bewerbungen bei den berücksichtigten Wettbewerben eingingen. Dies zeugt von einer regen Teilnahme an den Wettbewerben und wirft kein so ganz schlechtes Licht auf das Gründerland Deutschland. Im Schnitt nahmen über 120 Bewerber pro Ausschreibung teil, wobei einige Wettbewerbe mehr als 500 Teilnehmer verzeichnen konnten. In Summe wurden bei den Wettbewerben insgesamt 864 Auszeichnungen an 756 Start-ups verliehen. Somit gelang es ungefähr jedem 30. Teilnehmer, die Jury zu überzeugen und einen der Preise zu gewinnen.

In der Spitze verzeichnen Wettbewerbe über 500 Bewerbungen. Die Konkurrenz ist also groß. Dennoch erzielt in etwa jeder 30. eine Auszeichnung.

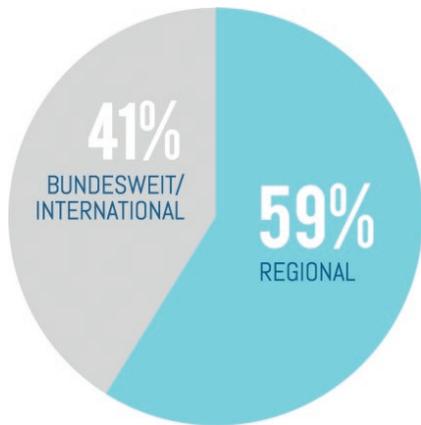
Mehrheit der Wettbewerbe nur für eine bestimmte Region

Der regionale Fokus ist bei der Unterscheidung der Wettbewerbe ein wichtiger Faktor. 96 der 163 Wettbewerbe stehen nur Teilnehmern aus einem bestimmten Bundes-

land beziehungsweise einer bestimmten Region (wie z.B. Berlin und Brandenburg) offen. Die meisten regional fokussierten Wettbewerbe wurden in Bayern ausgetragen – insgesamt 16 an der Zahl. Nordrhein-Westfalen und Thüringen folgen mit jeweils zwölf beziehungsweise elf Wettbewerben. Auch Hessen gehörte zu den aktiveren Bundesländern mit zehn Wettbewerben, knapp dahinter liegt Baden-Württemberg.

Die meisten Wettbewerbe haben einen regionalen Fokus. Bayern, NRW und Thüringen bieten dabei das vielfältigste Programm.

Ausrichtung der Wettbewerbe



Erstaunt hat uns, dass es in der Start-up-Metropole Berlin vergleichsweise wenige Businessplan- und Gründerwettbewerbe gab. Zählt man die Wettbewerbe von Brandenburg hinzu, kommen die beiden Bundesländer zusammen auf gerade einmal sechs Wettbewerbe. Dafür gibt es für die Start-ups der Region vergleichsweise viel Preisgeld zu gewinnen: Mit insgesamt über 210.000 Euro liegt das Einzugsgebiet des „Berlin Valley“ hinter Baden-Württemberg (280.000 Euro) und Bayern (über 220.000 Euro) auf Platz drei.

Ungefähr 40% der Wettbewerbe – insgesamt 67 der 163 – nahmen Bewerbungen aus ganz Deutschland an. 14 Wettbewerbe davon standen zusätzlich auch Teilnehmern aus dem Ausland offen.

Bitte einordnen: Idee, Businessplan oder Start-up – welche Phase passt?

Neben dem geographischen Faktor ist bei der Kategorisierung der Wettbewerbe insbesondere die Unternehmensphase relevant. Bei 72 Wettbewerben ging es vorwiegend um die Bewertung der Geschäftsidee beziehungsweise um die Unternehmenskonzeptentwicklung. Bei sechs dieser Wettbewerbe hatten die zukünftigen Gründer die Möglichkeit, in unterschiedlichen Wettbewerbsrunden sukzessive am Geschäftsmodell zu feilen und das Konzept zu verbessern.

Bei in Summe 42 Wettbewerben stand insbesondere der Businessplan im Fokus, der auf Herz und Nieren geprüft wurde. Neben dem Kundennutzen und dem Grad der Innovation der Idee wurden auch die Strategie, das Gründerteam und die Finanzen beurteilt.





Sie haben eine Idee, aber noch keinen Businessplan? Oder Ihr Businessplan braucht den letzten Schliff? In jedem Fall sind Sie beim Gründungswettbewerb start2grow | 37 richtig!

Unsere Bausteine für Ihre erfolgreiche Gründung:

- Kostenfreie Teilnahme
- Bundesweiter Wettbewerb
- Hohe Geld- und Sachpreise
- Interaktive Events
- Sonderpreis „Technologie“
- Netzwerk mit über 600 Coaches
- Kontakte zu Wirtschaft, Wissenschaft und Kapital

Jetzt informieren und anmelden:
www.start2grow.de

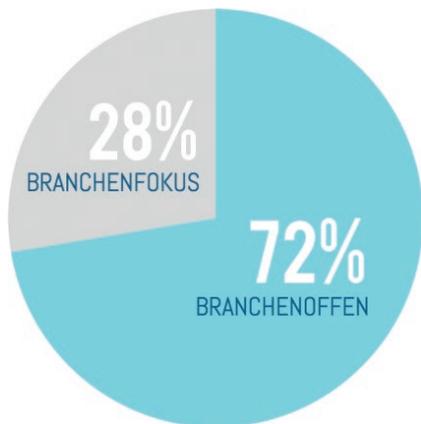
Da die beiden Unternehmensphasen Geschäftsideenentwicklung und Businessplanerstellung zusammenhängen, akzeptierten viele Wettbewerbe Bewerbungen von Gründern beider Unternehmensphasen. Insofern können die 72 Wettbewerbe für Gründungsideen und 42 Businessplanwettbewerbe nicht komplett getrennt voneinander betrachtet werden.

Demgegenüber standen die Gründerwettbewerbe, die sich an bereits gegründete Unternehmen richteten. Gesucht wurden besonders erfolgreiche und/oder innovative Gründungen. 105 solcher Wettbewerbe haben wir im Rahmen unserer Analyse identifiziert. Diese stehen in der Regel jungen Unternehmen zur Bewerbung offen, die häufig nicht mehr als fünf Jahren alt sein dürfen.

Start-ups aus Life Sciences, IKT oder Gastronomie gesucht

Neben der Unternehmensphase und der womöglich regionalen Einschränkung ist der Branchenfokus der dritte wichtige Faktor für die Gliederung der Wettbewerbslandschaft.

Branchenbezug der Wettbewerbe



45 Wettbewerbe nahmen nur Bewerbungen von Gründern einer oder mehrerer ausgewählter Branchen entgegen. So gab es beispielsweise Wettbewerbe, die sich gezielt an Start-ups aus den Bereichen Life Sciences oder IKT richteten. Auch für Gastronomiekonzepte, Ideen aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie für nachhaltige Geschäftsmodelle oder innovative Ansätze in der Kreislaufwirtschaft gab es spezielle Wettbewerbe. Aufgefallen ist uns dieses Jahr zusätzlich, dass viele Wettbewerbe die Digitalisierung in den Vordergrund der gesuchten Bewerbungen stellten. Dieser Trend war bei der Auswertung der vergangenen beiden Jahre noch nicht so klar zu erkennen.

Daneben fanden wir zudem Wettbewerbe, die sich zwar nicht auf eine Branche konzentrierten, aber trotzdem nur für eine bestimmte Zielgruppe veranstaltet wurden. Sechs Wettbewerbe richteten sich dabei speziell an Gründerinnen. Weitere Wettbewerbe wurden ausschließlich für Schüler und/oder Studenten ausgetragen. Einen Wettbewerb konnten wir dabei ausfindig machen, der sich nur an die 14- bis 19-Jährigen richtet. Das Unternehmertum soll so bereits frühzeitig gefördert werden.

Aus den Zahlen geht schlussendlich auch deutlich hervor, dass fast drei Viertel keinen Branchenfokus haben und entsprechend für alle Gründer – vorausgesetzt das Bundesland und/oder die Unternehmensphase passen – offenstanden. Interessant ist allerdings, dass zwölf dieser Wettbewerbe trotzdem einen Sonderpreis für eine bestimmte Branche verliehen.

12 Wettbewerbe mit nur einem Gewinner

Selbstverständlich gab es bei allen 163 Wettbewerben Preisträger. Bei der Mehrheit der Wettbewerbe wurden dabei drei bis fünf Start-ups gekürt. Bei zwölf Wettbewerben hingegen wurde nur jeweils ein Gewinner ausgezeichnet. Demgegenüber stand eine ähnliche Anzahl an

<p>BEISPIELE FÜR WETTBEWERBE MIT BRANCHENFOKUS</p>	<p>IKT </p> <p>CyberChampions Award FOCUS Digital Star Award Innovationspreis-IT Innovators' Pitch Webfuture Award</p>
<p>LIFE SCIENCES</p> <p></p> <p>BPW Medizinwirtschaft Eugen Münch-Preis Health-i Award Science4Life</p>	<p>GREEN ECONOMY</p> <p></p> <p>Green Alley Award Next Economy Award Next-Organic-Startup-Award StartGreen Award</p>
<p>CyberOne Hightech Award Industriepreis STEP Award</p> <p> HIGHTECH / INDUSTRIE</p>	<p>code_n - Applied FinTech EURO FINANCE TECH Award Fintech Start-up des Jahres</p> <p> FIN TECH</p>

Wettbewerben, die jeweils Preise an mehr als zehn Preisträger verliehen.

Bei 55 Wettbewerben wurde neben den Hauptpreisen auch ein Sonderpreis verliehen. Dieses Feld setzt sich zusammen aus 43 branchenoffenen Wettbewerben und zwölf der Wettbewerbe, die einen Branchenbezug haben. Neben Sonderpreisen für bestimmte Branchen ging der Sonderpreis meist an besonders innovative Gründungen, an soziale engagierte Start-ups oder wurde für herausragende Gründerpersönlichkeiten verliehen.

Interessant war auch das Bewertungsverfahren. Bei fast allen Wettbewerben nahm eine Expertenjury die Beurteilung vor. Lediglich bei fünf Wettbewerben legte das Publikum den Sieger fest, wohingegen bei zwei Wettbewerben der Veranstalter selbst die Sieger auswählte.

Fazit: So groß ist die Qual der Wahl gar nicht!

Wie die Auswertung zeigt, ist die Wettbewerbslandschaft sehr heterogen. Und die Auswahl der Wettbewerbe lässt sich schnell einschränken, wie folgende exemplarische Leitfragen verdeutlichen:

- » An wie vielen Wettbewerben in Baden-Württemberg kann ein Gründer teilnehmen, der mit seinem Konzept dank hilfreichen Feedbacks weiterkommen möchte?
- » Wie viele Möglichkeiten gibt es für ein Start-up, das vor allem an einem großen Medienbudget interessiert ist?
- » Bei welchen Wettbewerben kann sich ein Gründerteam aus dem Life-Science-Bereich anmelden, das vor allem strategische Kontakte knüpfen möchte?

Mit einem Blick auf unsere Wettbewerbsliste ab Seite 29 und das Kapitel „Wie man den passenden Wettbewerb findet“ ab Seite 21 filtert ihr relativ schnell die für euch relevanten Wettbewerbe heraus – wir wünschen viel Erfolg!

Autor



Jens Schleuniger
jens@fuer-gruender.de

Wecke die Gründerin in Dir.

Die Idee ist da. Dein Start-up noch nicht? Jetzt über Finanzierung und Förderung informieren unter: existenzgruender.de



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

DIE_NEUE_GRÜNDERZEIT



➤ Bei uns sind
Start-ups
von klein auf
international
aufgestellt.



Bayern ist der Hidden Champion für Start-ups. Denn hier entstehen große Ideen direkt vor der Tür von Investoren und Industrien, die diese begeistert aufnehmen. Erfahren Sie online, wie Sie davon profitieren können: [gruenderland.bayern](https://www.gruenderland.bayern)

Fast 3 Mio. Euro – und warum Geld nicht alles ist

Noch vor der Teilnahme an einem Wettbewerb drehen sich die Gedanken schnell um die Preise, die es zu gewinnen gibt. Doch Auszeichnungen und die damit verbundenen Geld- und Sachpreise sind bei weitem nicht alles. Wettbewerbe bieten noch viel mehr – und nicht nur für die Gewinner.

Bevor wir auf die vielen weiteren Benefits eingehen, die ihr als Teilnehmer bei einem Wettbewerb mitnehmen könnt, beleuchten wir die Geld- und Sachpreise genauer. Schließlich sind manche Wettbewerbe außerordentlich spendabel und prämiieren die vordersten Plätze mit bis zu mehreren zehntausend Euro Preisgeld. Geld, das bei Start-ups sicherlich immer gebraucht werden kann.

Show me the money: 3,0 Mio. Euro Preisgeld

Bei den 163 Wettbewerben, die wir für das Wettbewerbsjahr 2016 analysiert haben, wurden insgesamt 864 Auszeichnungen an 756 Start-ups verliehen. 117 Wettbewerbe haben dabei mindestens einen Geldpreis ausgelobt. 46 Wettbewerbe vergaben kein Geld an die Gewinner. In Summe zählten wir bei den 117 Wettbewerben 515 Einzelgeldpreise in den Vor- und Hauptrunden. Alle Geldpreise zusammen beliefen sich auf ein Gesamtvolumen von knapp 3 Mio. Euro. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass es bei den mit Geldpreisen dotierten Wettbewerben im Schnitt 25.500 Euro für die Teilnehmer zu gewinnen gab.

Auffällig war, dass insbesondere bei den bundesweiten Wettbewerben häufiger kein Preisgeld vergeben wurde als bei den regionalen Wettbewerben. So waren lediglich 36 der 67 bundesweiten Wettbewerbe mit einem Preisgeld dotiert, während der Anteil bei den regionalen Wettbewerben bei über 80% (81 von 96 Wettbewerben) lag. In der Verteilung des Preisgelds verschiebt sich das Verhältnis jedoch zugunsten der bundesweiten Wettbewer-

be. So vereinen die 36 mit Geldpreisen ausgestatteten bundesweiten Wettbewerbe knapp 1,3 Mio. Euro Preisgeld auf sich, im Durchschnitt folglich rund 36.000 Euro. Die 81 regionalen Wettbewerbe hingegen stehen für 1,7 Mio. Euro Preisgeld, durchschnittlich also knapp 21.000 Euro.

Bei 39 Wettbewerben belief sich das ausgeschüttete Preisgeld auf 30.000 Euro oder mehr. Bei 22 Wettbewerben davon betrug das Gesamtpreisgeld sogar 50.000 Euro oder mehr. Die folgenden sechs Wettbewerbe vergaben gar 100.000 Euro und aufwärts an Preisgeld:

- » EIT Digital Challenge Winners 250.000 €
- » Herausforderung Unternehmertum 105.000 €
- » CeBIT Innovation Award 100.000 €
- » Innovationspreis Thüringen 100.000 €
- » Start me up! 100.000 €
- » Start Tourism UP! 100.000 €

Während sich der durchschnittliche Geldpreis mit rund 5.800 Euro relativ gering ausnimmt, können in der Spitze Einzelpreisgelder in Höhe von bis zu 100.000 Euro gewonnen werden. Bei zehn Wettbewerben gibt es Einzelpreisgelder von 25.000 Euro oder mehr zu gewinnen. Die fünf Wettbewerbe mit den höchsten Einzelpreisen für Gewinner sind:

- » Start me up! 100.000 €
- » Start Tourism UP! 50.000 €
- » CeBIT Innovation Award 50.000 €
- » EIT Digital Challenge Winners 50.000 €
- » Leibniz-Gründerpreis 50.000 €

Zugabe: 2,0 Mio. Euro Sachpreise

Zu den Geldpreisen kamen auf der Habenseite der prämierten Start-ups ebenfalls Sachpreise hinzu. Nach unserer Recherche haben 43 Wettbewerbe Unterstützungsleistungen im Wert von über 2 Mio. Euro vergeben. Bei den Sachpreisen profitierten die Start-ups vorwiegend von unentgeltlicher Beratung, Büroinfrastruktur oder von kostenfreien Seminaren. Daneben konnten einzelne Preisträger jedoch auch Medienbudgets gewinnen, die teils einen sechsstelligen Betrag umfassten. Bei 14 der mit Sachpreisen ausgestatteten Wettbewerbe belief sich das Volumen der Sachpreise auf mindestens 30.000 Euro.

Und wer nicht gewinnt, geht leer aus?

Wenn andere Gründer auf ihre Auszeichnungen bei Gründerwettbewerben zurückblicken, steht nicht zuerst das Geld im Fokus. Vielmehr hört man häufig, dass das Feedback zur Idee oder zum Unternehmen besonders hilfreich war, neue Kontakte zu Partnern oder Investoren geknüpft wurden und die Prämierungen für einen Schub in der eigenen PR-Arbeit gesorgt haben. Dementsprechend stellen wir euch nun noch die wichtigsten Gründe für eine Wettbewerbsteilnahme – fernab vom Preisgeld – vor.

Umfangreiche praktische Unterstützung

Bei den meisten Wettbewerben geht es nicht darum, das fertige Unternehmen anhand von bestehenden Finanzkennzahlen zu bewerten. Vielmehr steht die Entwicklung der Idee oder die Erstellung des Businessplans im Fokus.

Neben 3,0 Mio. Euro Preisgeld wurden bei Gründerwettbewerben 2016 auch rund 2,0 Mio. Euro Sachpreise vergeben.

Eure Arbeit daran wird von Experten mit Feedback oder sogar von Mentoren durch eine intensive Begleitung unterstützt.

Mehrstufige Wettbewerbe bieten die Möglichkeit, die Phase von der Konzeptentwicklung direkt bis zum bankfähigen Businessplan innerhalb weniger Monate komplett zu durchlaufen. Somit bietet die Wettbewerbsteilnahme Feedback in Echtzeit und die Möglichkeit zur Adjustierung des Geschäftskonzepts.

Zusätzlich werden euch häufig Tools und umfangreiche Leitfäden an die Hand gegeben. In Seminaren, Vorträgen und Workshops erhaltet ihr Antworten auf gründungsrelevante Fragen, aber auch Inspiration von Experten und anderen Gründen.

Kontakte, Kontakte, Kontakte

Die Teilnahme an einem Gründerwettbewerb erschöpft sich meist nicht darin, online Dokumente auszufüllen und auf den Absendebutton zu klicken. Durch zahlreiche Networking-Events und natürlich die feierliche Preisverleihung sind die Wettbewerbe auch kleine, aber feine Kontaktbörsen. Das reicht von bekannten Persönlichkeiten in Juries, über Zugang zu Investorenetzwerken bis hin zu strategischen Kooperationspartnern oder neuen Kunden – schließlich engagieren sich oftmals auch Großunternehmen bei Wettbewerben.

Reputation

Als junges Unternehmen ist es ein beschwerlicher Weg, sich Vertrauen im Markt und in der Öffentlichkeit zu erarbeiten. Auszeichnungen bei Wettbewerben helfen hier weiter. Speziell die branchenspezifischen Wettbewerbe haben sich über die Jahre ein gutes Standing in der relevanten Zielgruppe aufgebaut. Und eine Auszeichnung gilt als Gütesiegel. Gleichzeitig schauen größere Unternehmen, Branchenexperten oder Investoren genau hin, wer bei den für sie relevanten Wettbewerben ausgezeichnet wurde.

Auch die nicht branchenspezifischen Wettbewerbe fungieren häufig als Türöffner für die Start-ups. Schließlich können nach der Teilnahme entsprechende Siegel der Organisatoren öffentlichkeitswirksam genutzt werden.

Stoff für die Presse

Mediale Aufmerksamkeit ist den Gewinnern vieler Wettbewerbe gewiss. Einerseits, weil die Organisatoren selbst Pressearbeit für den Wettbewerb betreiben. Andererseits habt ihr auch die Möglichkeit im Falle einer Prämierung selbst aktiv zu werden. Und dies solltet ihr auch tun. Nun habt ihr schließlich einen Aufhänger für das Gespräch mit den Medienvertretern. Wie ihr dabei am besten vorgeht und mehr Tipps, wie ihr noch das Optimum aus einer Teilnahme holen könnt, haben wir im übernächsten Kapitel ab Seite 25 zusammengefasst.

Fazit: ideale Rahmenbedingungen für den Erfolg

Preisgelder, Know-how, Kontakte und PR – diese Schlagworte bringen die Vorteile der Teilnahme an einem Gründerwettbewerb auf den Punkt. Natürlich entscheidet nicht die Jury eines Wettbewerbs über den Erfolg oder Misserfolg eures Unternehmens, sondern der Markt. Doch im Wettbewerbsverlauf könnt ihr die Rahmenbedingungen für euren Erfolg spürbar verbessern. So helfen die Wettbewerbe, die eigene Idee und das eigene Unternehmen besser und marktfähiger zu machen. Geld- und Sachpreise sind zwar die weithin sichtbare Spitze des Eisbergs, doch die wertvollsten „Gewinne“ ergeben sich durch die Teilnahme selbst. Wie ihr die passenden Wettbewerbe auswählt, zeigen wir euch im nächsten Kapitel.

Autor



René Klein
rene@fuer-gruender.de

investforum

startup·service

Seit 2009 für Startups aktiv

Investforum Pitch-Day

14. September 2017

Vom
1. Mai bis 31. Juli
bewerben und
zum Einhorn
werden!



www.investforum.de



It's a match – wie Gründer den passenden Wettbewerb finden

Die Landschaft der Wettbewerbe, an denen ihr als Gründer und Start-ups teilnehmen könnt, ist äußerst vielfältig. Damit die Bewerbung möglichst erfolgreich ist und ihr von der Teilnahme auch wirklich profitiert, gilt es, im Vorfeld die passenden Wettbewerbe auszuwählen. Hierfür geben wir – und einige Start-ups – in diesem Kapitel Tipps.



Bei Tinder oder ähnlichen Datingapps muss man manchmal sehr oft in die andere Richtung über das Display wischen, bis ein passender potenzieller Partner angezeigt wird. Ähnlich mühsam kann auch die Auswahl des richtigen Wettbewerbs sein, bis es heißt: It's a match! Damit die Suche nach dem passenden Wettbewerb bei euch nicht allzu lange dauert, empfehlen wir euch, vorab eine

umfassende Übersicht über die bestehenden Wettbewerbe durchzusehen. Auf den Seiten 29 bis 34 in dieser Publikation findet ihr gut 190 Wettbewerbe, die im Jahr 2017 spannende Ideen und erfolgreiche Unternehmen auszeichnen werden. Anhand der nachfolgenden Kriterien könnt ihr diese selektieren und eure Favoriten auswählen.

Hauptkriterien: Unternehmensphase, Region und Branche

Die ersten Auswahlkriterien sind relativ schnell zu entscheiden. Denn die Wettbewerbslandschaft clustert sich entlang der Entwicklungsstufen eines Start-ups, grob unterteilt in:

- » die Ideenphase
- » die Businessplan- und Startphase
- » die Wachstumsphase

Je nach Phase, in der ihr gerade steckt, fallen einige Wettbewerbe also bereits weg.

Punkt zwei ist ebenso schnell geklärt: Eine Vielzahl der stattfindenden Wettbewerbe hat einen regionalen Schwerpunkt, in der Regel werden dort nur Bewerber des jeweiligen Bundeslands gesucht. Nach der Auswahl der relevanten regionalen Wettbewerbe gilt es, die deutschlandweiten und teilweise auch international ausgerichteten Wettbewerbe in den Fokus zu nehmen. Unser Tipp ist an dieser Stelle, zunächst bei kleineren Wettbewerben Erfahrung zu sammeln, bevor man die Bewerbung an die großen Wettbewerbe schickt.

Auch bei Punkt drei könnt ihr einige Kandidaten schnell aussortieren: Ein Teil der Wettbewerbe adressiert nämlich ausschließlich spezielle Branchen wie Energie, Green Economy, IKT oder Life Sciences. Passt eine der

Die Wettbewerbslandschaft ist vielfältig, doch mit den Kriterien Phase, Region und Branche könnt ihr schnell selektieren.

Branchen zu euch, dann besteht zweifelsohne ein Vorteil darin, Zugang zu einem Netzwerk zu erhalten, das sehr spezifisch auf das eigene Vorhaben zugeschnitten ist. Auch das Feedback durch Mentoren oder Juroren dürfte deutlich dezidierter sein als bei branchenoffenen Wettbewerben. Für die Entwicklung des Geschäftskonzepts und den Branchenzugang ist die Teilnahme an einem branchenspezifischen Wettbewerb also auf jeden Fall zu empfehlen.

Die Mehrheit der Wettbewerbe nimmt allerdings keine Einschränkung der Branche für die Bewerber vor. Gleichwohl solltet ihr genau hinschauen, welche Ideen oder Unternehmen gesucht werden und welche Preisträger es in den Vorjahren gab. So könnt ihr eure Chancen bei dem jeweiligen Wettbewerb bereits im Vorfeld besser einschätzen.

Das Geschäftsmodell entwickeln

Wenn für euch zunächst im Fokus steht, das Geschäftsmodell zu entwickeln, solltet ihr euch insbesondere auf die Wettbewerbe für die Ideenphase konzentrieren. Insgesamt haben wir im Wettbewerbsjahr 2016 über 70 Wettbewerbe ermittelt, die Gründer adressieren, die sich in der Ideenentwicklung befinden. Die Phase der Ideenentwicklung reicht dabei von der Zeit vor der Gründung bis häufig ein Jahr nach der Gründung. Hierbei gibt es Wettbewerbe, die ausschließlich Ideen und Konzepte prämiieren. Andere Wettbewerbe hingegen sind in mehreren Phasen organisiert und gehen von der Ideen- in die Businessplanphase über. Nachfolgende Wettbewerbe bieten die Möglichkeit, dank qualifiziertem Feedback der Juroren das Geschäftsmodell sukzessive zu verbessern, um dann erfolgreich(er) starten zu können:

- » Businessplanwettbewerb Berlin-Brandenburg
- » futureSax Ideenwettbewerb
- » Kultur- und Kreativpiloten
- » StartUp-Impuls
- » YOOWEEDOO IDEENWETTBEWERB

Gründerwettbewerbe bieten für jede Phase eurer Gründung das passende Angebot, egal ob ihr noch das Konzept entwickelt oder bereits erfolgreich gestartet seid.

Die Bewerbungsunterlagen für Preise in der Ideenphase sind häufig recht schlank gehalten. So wird beispielsweise das Business Model Canvas als Raster für die Bewerbung vorgegeben. Alternativ sind meist ein- bis mehrseitige Ideenskizzen einzureichen.

Den Businessplan schreiben

Etwas mehr als 40 der von uns analysierten Wettbewerbe fokussieren sich auf die Businessplanphase. Bei diesen Wettbewerben geht es insbesondere darum, Gründern durch qualifiziertes Feedback, Workshops und Seminare zu einem besseren Businessplan zu verhelfen. Mit dem Businessplan sollen dann die nächsten Schritte der Gründung, insbesondere die Finanzierung, angegangen werden. Fragen, die im Rahmen eines Businessplanwettbewerbs beantwortet werden, lauten: Wie wird der Mehrwert meiner Idee eingeschätzt, wie realistisch sind

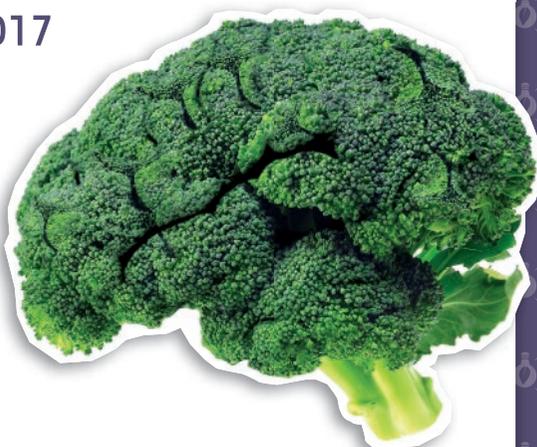
meine Planzahlen, verfüge ich über eine effiziente Marketingstrategie und überzeugt mein Team? Beispiele für klassische Businessplanwettbewerbe in Deutschland sind:

- » Bayerische Businessplan Wettbewerbe
- » Businessplanwettbewerb Berlin-Brandenburg
- » Science4Life
- » start2grow

Für die Bewerbung müsst ihr einen umfangreichen Businessplan mit den klassischen Kapiteln wie Markt und Wettbewerb, Marketing und Vertrieb bis hin zum Finanzplan einreichen. Für viele Teilnehmer bieten die Wettbewerbe ein umfangreiches Begleitprogramm sowie teilweise auch Mentoren, um den Businessplan Schritt für Schritt zu erstellen. Dabei sind auch Zwischenprämierungen je nach Wettbewerb möglich. Exemplarisch gestalten

green::ALLEY award 2017

Europäischer Gründerwettbewerb für grüne Start-ups



Grün(d)er werden – Köpfchen zeigen



Bewerbungsfrist **April–Juli 2017**
unter www.green-alley-award.com

sich dreiphasige Businessplanwettbewerbe wie folgt: Ideenskizze, Grobkonzept und fertiger Businessplan. Gleichzeitig können ebenfalls bereits gegründete Unternehmen – meist bis zu drei Jahre nach der Gründung – mit ihrem schon bestehenden Businessplan teilnehmen.

Preise für euer Unternehmen

An Gründer und Start-ups, die die Gründung bereits hinter sich haben, richten sich die meisten Wettbewerbe in Deutschland. Insgesamt waren es über 100 Gründerwettbewerbe, bei denen sich junge Unternehmen im Jahr 2016 bewerben konnten. Dabei steht bei der Bewerbung nicht nur das Geschäftsmodell, sondern auch die erfolgreiche Umsetzung im Mittelpunkt. Für die Teilnehmer winken bei einer Auszeichnung häufig eine große mediale Präsenz und Marketingeffekte sowie der Zugang zu exklusiven Netzwerken, um beispielsweise strategische Partner zu gewinnen. Zu den Wettbewerben in dieser Kategorie zählen u.a. folgende Wettbewerbe:

- » CODE_n Award
- » Deutscher Gründerpreis
- » KfW GründerChampions
- » STEP AWARD
- » WECONOMY

Die Bewerbungsunterlagen für diese Preiskategorie variieren erfahrungsgemäß. Neben Angaben zum Geschäftsmodell sind es häufig aber konkrete Finanzkennzahlen, die abgefragt werden. Häufig wird eine Grenze beim Unternehmensalter von fünf Jahren gezogen, wobei es durchaus auch Ausnahmen gibt.

Wettbewerbe für Gründerinnen

Keinen Branchenfokus, sondern den Schwerpunkt auf Gründerinnen legen ebenfalls einige Wettbewerbe in Deutschland. Hierzu gehören u.a.

- » belladonna Gründerinnenpreis (Bremen)
- » best concept (Bayern)

Wer von Preisen noch nicht genug hat, kann einen Blick auf die ausgeschriebenen Sonderpreise werfen, die es mittlerweile bei vielen Wettbewerben gibt. Und auch Innovationspreise haben häufig eine Start-up-Kategorie.

- » Düsseldorfer Unternehmerinnenpreis
- » Existenzgründerin des Landes Brandenburg
- » HVB Gründerinnen-Mentoring
- » Sächsischer Gründerinnenpreis

Zugabe: Innovations- und Sonderpreise

Unabhängig von der konkreten Unternehmensphase stellen die zahlreichen Innovationspreise Produkte, Verfahren und Dienstleistungen im Hinblick auf deren Innovationsgehalt in den Mittelpunkt der Bewertung. Obwohl die Innovationswettbewerbe häufig für Unternehmen aller Alters- und Größengruppen offenstehen, gibt es meist eine gesonderte Start-up-Kategorie. Beispiele hierfür sind:

- » Der Deutsche Innovationspreis
- » Innovationspreis der Deutschen Wirtschaft
- » Innovationspreis Thüringen

Zudem vergeben einige Wettbewerbe auch Sonderpreise, für die sich eine Bewerbung lohnt. Die Sonderpreise richten sich dabei in der Regel an bestimmte (Technologie-) Trends wie beispielsweise folgende Sonderpreise im Wettbewerbsjahr 2016:

- » Sonderpreis Technologie bei start2grow
- » Sonderpreis Big Data beim Gründerwettbewerb – Digitale Innovationen
- » Sonderpreis Dezentrale Energien bei promotion Nordhessen

Weitere Faktoren: Preisgeld, Kontakte und PR

Nach den nun genannten Selektionskriterien ist euch die Auswahl immer noch zu groß? Wir haben da noch mehr für euch, beispielsweise diese Faktoren:

- » Höhe der Sach- und Geldpreise
- » Qualität des Netzwerks und der Kontakte

Auf die Plätze, fertig -
gründen beim
BPW 2017

Kostenlos und jederzeit

Zahlreiche Seminare und Workshops zu Gründungsthemen

www.b-p-w.de

- Umfangreiche Networking-Möglichkeiten
- Individuelle Beratungen und Feedback
- Drei Wettbewerbsphasen - drei Gewinnchancen
- Insgesamt mehr als 50.000 Euro Preisgeld
- Für Businessplan und Business Model Canvas



Abgabefristen

17.01.2017

21.03.2017

23.05.2017

Förderer



EUROPAISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds



LAND
BRANDENBURG

- » Zu erzielende PR-Effekte
- » Umfang und Aufwand der Bewerbung

Zwar steht aus unserer Sicht das Preisgeld nicht an vorderster Stelle bei der Entscheidung. Doch sind Einzelpreisgelder von bis zu mehreren 10.000 Euro durchaus verlockend. Aber auch Wettbewerbe ohne Preisgeld sind eine Teilnahme wert, wenn ihr euch aus den Netzwerken wichtige Kontakte sowie aus einer möglichen Prämierung gute PR-Effekte erhofft. Nicht zu unterschätzen ist schlussendlich aber auch der Bewerbungsaufwand. Wenn ihr ohnehin gerade mit der Businessplanerstellung beschäftigt seid, fügt sich die Teilnahme an einem entsprechenden Wettbewerb sicherlich nahtlos ein. Wenn ein bereits bestehender Businessplan komplett überarbeitet werden muss, ist dies ein erheblicher Zusatzaufwand.

Bei der Auswahl zählt Qualität statt Quantität

Wir sind uns sicher, von den 190 Wettbewerben habt ihr nun bereits einige aussortiert. Wir empfehlen, maximal fünf bis zehn Wettbewerbe in die engere Auswahl einzubeziehen. Denn bei jedem Wettbewerb gilt es, eine perfekte Bewerbung hinzulegen.

Die hohe Anzahl der Wettbewerbe lädt zwar vielleicht dazu ein, bei den Bewerbungen nach dem Gießkannenprinzip vorzugehen. Davon raten wir jedoch ausdrücklich ab. Schließlich kostet jede Bewerbung Zeit, und aufgrund der häufig intensiven Konkurrenzsituation sind Preise kaum im Vorbeigehen zu gewinnen. Ein Copy-and-Paste der Bewerbungsunterlagen von Wettbewerb zu Wettbewerb verbietet sich selbstredend. Wer aus der Masse der Teilnehmer herausstechen möchte, bereitet die Dokumente individuell für jeden Wettbewerb auf.

Teilnahme: perfekte Bewerbungsunterlagen

Es mag zunächst banal klingen, aber vollständige und ordnungsgemäße Bewerbungsunterlagen sind zunächst

die Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Teilnahme. Informationen, die vom Wettbewerb gefordert werden, sollten präzise geliefert werden. Zu hoffen, dass bei der einen oder anderen fehlenden Angabe ein Auge zuge-drückt wird, lohnt sich nicht.

Auch maximale Seiten- und Formatvorgaben für eine Bewerbung sind strikt einzuhalten. Sonst wird die Bewerbung meist direkt aussortiert. Gleiches gilt für die Deadline zur Bewerbung. Die Organisatoren der Wettbewerbe stellen auf ihren Internetseiten häufig umfangreiche Leitlinien, teils auch ganze Handbücher, für die Bewerbung zur Verfügung. Ein Blick dort hinein steigert die Erfolgsaussichten.

Mit einer den Formalien des Wettbewerbs genügenden Bewerbung ist es jedoch bei weitem nicht getan, wenn die Chancen auf den Sieg gewahrt werden sollen. Stellt euer Start-up in den Mittelpunkt, erzählt eine interessante Story, macht deutlich, welches relevante Problem ihr tatsächlich löst und vermittelt Emotionen.

Dies gewinnt insbesondere dann eine besondere Bedeutung, wenn ihr nach erfolgreicher Prüfung der Unterlagen zu einem ersten Date – meist in Form eines Pitches vor der Jury – eingeladen werdet. Dann heißt es: Training, Training und nochmals Training. Jedes Wort und jede Geste sollten sitzen. Glänzt nicht nur mit Fachwissen, sondern begeistert eure Zuhörer. Bereitet euch auf kritische Nachfragen vor und habt die Technik im Griff. Selbstverständlich solltet ihr wenn möglich eure Produkte vorführen – Prototypen allerdings nur, wenn sie trotz eingeschränkten Funktionsumfangs oder mangelnden Designs für einen Wow-Effekt sorgen würden.

Autor



René Klein
rene@fuer-gruender.de

Gewinner geben Tipps

Mit ihren Unternehmen waren diese Gründer bei zahlreichen Wettbewerben erfolgreich. Grund genug, sie nach ihren Tipps für eine erfolgreiche Bewerbung zu fragen.

- “ Gebt euer Bestes, lernt aus dem Feedback der Coaches und Juroren, betreibt Networking, vermarktet eure Präsenz in der Öffentlichkeit! Lasst euch gleichzeitig aber auch nicht beirren oder zu schnell von eurem Konzept abbringen – wirklich Neues braucht oft Überzeugungsarbeit.”

Dr. Daniel Teichmann,
CEO Hydrogenious Technologies



- “ Erzählt eure Geschichte! Baut einen Spannungsbogen auf und fesselt die Leser. Die Einleitung sollte kurz und verständlich sein sowie Lust auf mehr machen. Schaut euch auch die Wettbewerbsbedingungen genau an: Jeder Wettbewerb zeichnet sich durch bestimmte Schwerpunktthemen und Bewertungskriterien aus.”

Alessandro Quaranta,
Gründer & Geschäftsführer, form.bar by okinlab



- “ Das Erfolgsrezept von pixolus für Gründerwettbewerbe war, unsere Produktidee direkt greifbar zu machen: Juroren können unsere Bilderkennung anhand der App pixometer einfach selbst testen. Und: Immer authentisch bleiben.”

Dr. Stefan Krausz,
Geschäftsführer der pixolus GmbH



Mehr als nur Preisgeld: So holt ihr das Optimum aus der Wettbewerbsteilnahme heraus

Egal, ob ihr den Preis am Ende in euren Händen haltet oder nicht: Die Teilnahme an einem Gründerwettbewerb lohnt sich. Voraussetzung ist jedoch, dass ihr sowohl während des Wettbewerbs als auch danach versucht, möglichst viel mitzunehmen – sei es bei Coachings, Networking-Events oder in Sachen Pressearbeit.



Ziel der meisten Start-ups bei der Teilnahme an einem Wettbewerb ist es, Platz 1 zu belegen und die Geld- und Sachpreise abzuräumen. Verständlich – schließlich besteht darin ja die grundlegende Idee eines Contests. Nicht vergessen solltet ihr aber, dass auf euch ein ganz anderer Gewinn bereits vor der Siegerehrung wartet. Dieser wird vergeben in Workshops, Seminaren, Vorträgen oder individuellen Coachings und heißt meist „Wissen“ oder „Feedback“. Kaum wo sonst werdet ihr später so viel ausführliche Kritik zu eurer Geschäftsidee, eurem Businessplan oder dem bereits gegründeten Unternehmen hören als bei einem Gründerwettbewerb. Und besser dort, als später vom Kunden.

Der Weg ist das Ziel

Das Rahmenprogramm der Wettbewerbe ist meist sehr vielseitig gestaltet und besteht nicht nur aus Bewerbung, Jurysitzung und Prämierungsfeier. In sämtlicher Hinsicht werden die Geschäftsmodelle der teilnehmenden Unternehmen auf Herz und Nieren geprüft: die Themen Kundennutzen, Marktpotenzial, Marketing, Vertrieb sowie Finanzierung und Realisierbarkeit sind dabei häufig im Fokus.

Hochkarätige Mentoren, Berater und Experten stehen euch während der Bewerbungsphase kostenfrei zur Verfügung. Insbesondere bei Ideen- und Businessplanwettbewerben arbeiten diese intensiv mit euch zusammen an

In einem Gründerwettbewerb erhaltet ihr wichtiges Feedback für die Entwicklung eurer Geschäftsidee.

eurem Konzept. Aber auch bei Wettbewerben für Start-ups, die bereits erste Erfolge erzielen konnten, gibt es hilfreiches Feedback: Neue Perspektiven, die man im unternehmerischen Alltag oftmals zu selten wahrnimmt, können euch weiterbringen.

Das bestätigte uns auch Dr. Carsten C. Mahrenholz, Geschäftsführer von COLPLASMATECH, ein Unternehmen, das bereits seit einigen Jahren immer wieder gleich an mehreren Gründerwettbewerben teilnimmt und zahlreiche Auszeichnungen erhalten hat: „Bei Wettbewerben hat man den großen Vorteil, dass man verschiedenen Experten seine Ideen vorstellt und dadurch eine externe Meinung von einem Personenkreis erhält, der schon vieles gesehen hat.“

Wichtig dabei ist es aber, mit offenen Karten zu spielen. Schwachstellen und Planungsfehler können schließlich nur aufgedeckt werden, wenn ihr offen über Kennzahlen und Strategien mit den Mentoren spricht.

Wie ihr das Optimum aus der Teilnahme herausholt, wird also bereits bei der Auswahl des Wettbewerbs und bei Zusammenstellung der Bewerbungsunterlagen bestimmt. Dabei solltet ihr darauf achten, was neben dem Preisgeld geboten wird und ob euch die Teilnahme auch ohne den anschließenden Sieg weiterbringen kann. Achtet dabei auch auf die Netzwerke und Kontakte, die euch der Wettbewerb eröffnen kann.

Nach der Preisverleihung geht es weiter

Fassen wir bis zusammen, was ein Gründerwettbewerb euch bis zur Preisverleihung bringen kann: Feedback, Coachings, Seminare, Workshops und im Idealfall Preisgelder oder Sachpreise.

Scheint, als würde sich die Teilnahme auf jeden Fall lohnen. Doch ... damit noch nicht

genug. Nach der Preisverleihung solltet ihr das Projekt Gründerwettbewerb nicht als abgeschlossen ansehen. Jetzt kann es im Zweifel erst richtig losgehen! Hinter den meisten Wettbewerben steckt ein ganzes Netzwerk an Kontakten, die auch über den Wettbewerbszeitraum hinaus für euch relevant sein können.

Der Austausch ist schließlich nicht nur mit erfahrenen Juroren und Coaches hilfreich. Auch ehemalige und aktuelle Teilnehmer des Wettbewerbs können wertvolle Tipps an euch weitergeben – oder euch zumindest aufzeigen, dass die Hürden und Probleme unter Gründern oft dieselben sind. Einige Wettbewerbe bieten Alumniveranstaltungen an, bei denen ihr nicht nur eure eigenen Erfahrungen weitergeben, sondern auch noch lange Zeit nach dem eigentlichen Wettbewerb mit anderen engagierten Gründern und oder sogar Investoren im Austausch bleiben könnt.

Barzahlen, ein Start-up, das im vergangenen Jahr in unserer Publikation ausführlicher vorgestellt wurde, berichtete beispielsweise: „Am meisten profitiert man von den Kontakten, die man vor Ort knüpft. Wir haben zum Beispiel 2015 den Digital Banking Award des Handelsblatts gewonnen und direkt auf der Award-Verleihung noch erste Geschäftskontakte angebahnt. Auch wenn man mal nicht gewinnt, lernt man interessante Menschen kennen, die zu Mentoren, Wegbegleitern oder Kunden werden.“

Ihr solltet also Augen und Ohren auf den entsprechenden Veranstaltungen nach Kooperationspartnern und Kunden oder sogar Investoren offenhalten. Auch Kapitalgeber sind stets auf der Suche nach neuen profitablen Geschäftsideen – durch die Teilnahme am Wettbewerb habt ihr hier einen wichtigen Teil hiervon schon unter Beweis

“Wir haben unsere beiden Business Angels im Rahmen eines Get-togethers bei einem Start-up-Wettbewerb kennengelernt.“

Dominik Gruber,
Braufässchen

Kooperationspartner oder Investoren – die Netzwerke der Wettbewerbe öffnen euch so manche Türen.

Vom Gründer zum Unternehmer!

Erfolgreiche Gründer brennen für ihr Vorhaben, erstellen ihren Businessplan und bringen ihre Idee mit Leidenschaft in den Markt. Doch macht sie das schon zum Unternehmer?

Was heißt es, Unternehmer zu sein?

Erfolgreiche Unternehmer agieren statt zu reagieren. Sie führen ihr Unternehmen strategisch nach einem guten und ausgereiften Plan. Dieser Plan enthält die Ziele, die kurz-, mittel- und langfristig erreicht werden sollen. Vor allem enthält er jedoch die Maßnahmen, die zur Erreichung der Ziele umgesetzt werden müssen. Diesen Plan verfolgen sie konsequent und passen ihn neuen Gegebenheiten an.

Wie werden aus Gründern Unternehmer?

Mit dem Wachstum des Unternehmens stehen Gründer vor der Herausforderung, ihr Unternehmen zu führen. Dabei müssen sie nicht nur ihre eigenen Stärken erkennen und ausbauen, sondern auch die Potentiale, die das Unternehmen in sich birgt. Da heißt es Aufgaben zu delegieren, strategische Entscheidungen zu treffen und sich selbst entbehrlich zu machen.

Unsere Erfahrung zeigt, dass Gründer und Jungunternehmer, die sich auf diesem wichtigen Entwicklungsschritt beratend begleiten lassen, sich nachhaltig erfolgreich am Markt etablieren können.



Sandra Katmann
gral – Das BeraterTeam
0151 423 171 70
sk@gral-beraterteam.de
www.gral-beraterteam.de

gestellt. Schließlich ist es eine gute Vorselektion, wenn eine Expertenjury die Idee bereits für gut befunden hat.

So lief es auch für Braufässchen, die u.a. Finalist beim Deutschen Gründerpreis 2015 waren. Gründer Dominik Gruber berichtete: „Wir haben unsere beiden Business Angels im Rahmen eines Get-togethers bei einem Start-up-Wettbewerb kennengelernt. Bewusst gesucht haben wir damals nicht. Bei einem Bier sind wir ins Gespräch gekommen. Nachdem die beiden Business Angels die Idee spannend fanden, haben wir für die darauffolgende Woche einen Pitch vereinbart.“

Einen positiven Nebeneffekt in dieser Sache erkannte auch Dr. Carsten C. Mahrenholz, der sich durch die zahlreichen Pitches und anschließenden Fragerunden vor den Jurys der Wettbewerbe für Investorengespräche bestens gewappnet fühlte: „Wenn ich heute mit einem Investor rede, dann kenne ich die meisten Fragen bereits und ich kann bei der Beantwortung fast immer auf eine Erfahrung zurückgreifen.“

Zu gewinnen gibt es bei einem Gründerwettbewerb also auch:

- » Motivation,
- » Inspiration und
- » neuen Mut für die Umsetzung des eigenen Start-ups.

Und im Idealfall neue Kunden, spannende Kooperationspartner oder gar einen neuen Investor.

Die Öffentlichkeit mitfeiern lassen

Neben dem Networking geht es dann auch an die breite Öffentlichkeit: Lasst eure Kunden und Mitarbeiter ebenso wie Partner und Medienvertreter wissen, welchen Erfolg ihr feiert. Dazu gehört zum einen, dass ihr beispielsweise über die Social Media-Kanäle kundtut, was ihr erreicht habt oder – falls vorhanden – Gewinnersiegel auf eurer Webseite einbaut. Außerdem solltet ihr ein aussagekräftiges PR-Paket zusammenstellen. Ein Wettbewerbsge-

Der Gewinn bei einem Wettbewerb ist Schubkraft für eure PR – bereitet euren Presseauftritt gut vor.

winn kann ein guter Aufhänger für Journalisten sein, um über euer Geschäftsmodell zu berichten.

Nephila Silk Innovation, ebenfalls Top 50 Start-up des Jahres 2015, hat uns verraten: „Die Berichterstattung im Rahmen unserer Gewinne hat uns dabei geholfen, spannende Kontakte zu knüpfen, aber auch den Bekanntheitsgrad zu steigern.“

Ähnlich bestätigte das auch Dr. Carsten C. Mahrenholz. So ist das Team von COLDPLASMATECH durch die große Medienpräsenz, die durch Wettbewerbsgewinne entstand, direkt von Investoren angesprochen worden, ohne selbst aktiv zu werden.

Die meisten Wettbewerbe haben starke Medienpartner, die automatisch die Preisträger ins Rampenlicht stellen: diese reichen von kleineren Medien oder Internetportalen bis hin zum ZDF, das sogar Mitinitiator des Deutschen Gründerpreises ist. Ähnlich viel Aufmerksamkeit bekommt ihr beispielsweise beim Gründerwettbewerb Neumacher, der von der WirtschaftsWoche ausgeschrieben wird, oder beim FOCUS Digital Star Award.

Doch nicht nur die großen Medien bringen entsprechende Aufmerksamkeit, auch die Wettbewerbe selbst betreiben Pressearbeit, um den Wettbewerb und die damit verbundenen Preisträger bekanntzumachen. Wenn ihr also an einem Gründerwettbewerb teilnehmt, solltet ihr darauf eingestellt sein, mit Journalisten in Kontakt zu kommen. Um auch dabei zu glänzen, gilt es, sich entsprechend vorzubereiten.

Journalisten überzeugen – so geht's

Das beginnt bereits bei der Preisverleihung – sei es in einem Live-Pitch oder einem Interview nach der Bekanntgabe der Sieger. Seid euch daher bereits vorab darüber bewusst, welche Botschaften ihr Medienvertretern gegenüber vermittelt. Die goldene Regel lautet: Wer gelesen und zugleich authentisch kommuniziert, der kann Journalisten überzeugen. Außerdem solltet ihr euch im

Vorfeld überlegen, welche Zahlen, Daten und Fakten ihr öffentlich kommunizieren wollt (und welche nicht!). Auch die Kleidung und das generelle Auftreten eures Teams können einen Einfluss auf die Berichterstattung haben.

Gute Vorbereitung in Sachen Pressearbeit ist sowohl vor als auch nach der Preisverleihung das A und O. Dazu zählt:

- » Haltet aktuelle Zahlen, Daten und Fakten auf eurer Webseite bereit.
- » Stellt eine Pressemitteilung und aktuelles Bildmaterial zur Verfügung.
- » Checkt eure Presseseite: Ist ein Pressekontakt angegeben? Gibt es eine aktuelle Pressemappe?
- » Es ist empfehlenswert, ein Factsheet mit den wichtigsten Informationen zum Unternehmen zusammenzustellen.
- » Aktuelle Informationen gehören auch auf Facebook, Twitter & Co.

Zusammenfassend solltet ihr also alles daran setzen, dass ihr Journalisten möglichst einfach einen Zugang zu euren Erfolgen (und Informationen) bietet. Nicht alle Start-ups sind hier gleichermaßen gut aufgestellt – eine gute Kommunikation mit Ansprechpartnern aus den Medien kann euch durchaus von der Konkurrenz abheben.

Journalisten mangelt es nicht selten an Zeit, mit kompakten und gut aufbereiteten Materialien könnt ihr punkten. Ein weiterer Pluspunkt ist, wenn ihr schnell mit den gewünschten Informationen auf Nachfragen reagiert.

Der Sieg verdient eine Pressemitteilung

Für die finalen Sieger des Wettbewerbs empfiehlt es sich, eine Pressemitteilung darüber zu veröffentlichen. Aus der Überschrift sollte bereits hervorgehen, dass ihr den 1. Platz belegt habt oder welche Auszeichnung ihr von nun an tragen dürft. Im Text solltet ihr dann zusammenfassen, weshalb sich euer Unternehmen den Sieg verdient hat.

Stellt heraus, was euch von anderen Gründern unterschieden hat, was euch besonders auszeichnet oder hebt. Ergänzend bietet sich ein Statement der Jury, die euch zum Gewinner gekürt hat, oder von eurem Gründer bzw. Geschäftsführer an. Außerdem könnt ihr beschreiben, was ihr mit dem Gewinn plant und was die nächsten Schritte für euer Unternehmen sind.

Auch Kennzahlen zum Wettbewerb (beispielsweise Anzahl der Teilnehmer oder Preisgeld) solltet ihr in der Pressemitteilung nennen. Ablaufprozess und weitere Gewinner des Wettbewerbs hingegen sollten nicht zu ausführlich beschrieben werden, schließlich macht ihr PR für euer Unternehmen – nicht für den Wettbewerb oder die übrigen Sieger.

Wie bei allen Pressemitteilungen gilt: werbliche Formulierungen meiden und möglichst kurz und formell das Wichtigste auf den Punkt bringen.

Die Pressemitteilung richtig verschicken

Die Pressemitteilung ist fertig – doch wie gelangt sie nun an die Öffentlichkeit? Hier hilft ein Blick auf veröffentlichte Medienberichte. Journalisten, die bereits etwas über euer Unternehmen, den Wettbewerb oder Vorjahressieger publiziert haben, bei denen kann auch eure aktuelle Meldung wieder auf Interesse stoßen. Auch Medien, die generell oft das Thema Gründerwettbewerbe aufgreifen oder Vertreter von Fachmedien aus eurer Branche könnten sich hierfür interessieren. Oft sind es auch regionale Medien, die sich für die Auszeichnungen von lokal ansässigen Unternehmen begeistern.

Versucht jedoch, den verschiedenen Redaktionen möglichst zielgruppenspezifische Inhalte zu schicken:

- » Gründeraffine Medien erhalten einen Aufhänger mit Gründungsbezug, z.B. „Start-up Max gewinnt Platz 1 bei Gründerwettbewerb Mustermann.“
- » Regionale Medien erhalten einen Aufhänger mit regionalem Bezug, z.B. „Gründer aus Musterstadt gewinnen Platz 1 bei Ideenwettbewerb.“
- » Branchenspezifische Medien erhalten einen Aufhänger

mit Branchenbezug, z.B. „Big-Data-Start-up gewinnt Platz 1 bei IT-Musterwettbewerb.“

Individuelle Anschreiben können sich lohnen, insbesondere, wenn ihr wenige, aber hochwertige (idealerweise persönliche) statt viele allgemeingültige Adressen in eurem Verteiler habt. Ganz generell raten wir davon ab, Massen-E-Mails an info@ oder redaktion@ zu schicken.

Nach dem Versand heißt es warten, erreichbar sein und gegebenenfalls nachfassen – jedoch stets mit dem gewissen Etwas an Fingerspitzengefühl. Sollte es zu einer Veröffentlichung kommen, solltet ihr auch das kommunizieren – eure Fans in den sozialen Medien freuen sich sicherlich genauso darüber, wie ihr. Auch auf der Webseite könnt ihr Medienerwähnungen listen. Der entsprechende Kontakt sollte dann auch direkt wieder in eurem Verteiler eingetragen werden.

Fazit: Den Gewinn bestimmt ihr selbst

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass ihr selbst bestimmt, wie viel ihr aus der Teilnahme an einem Gründerwettbewerb wirklich mitnehmt. Die Veranstalter ermöglichen euch nicht nur einen Zugang zu Preisgeldern und hochwertigen Sachpreisen. Den eigentlichen Profit könnt ihr aus den Netzwerkevents, individuellen Coachings, Mentorenprogrammen, Seminaren und Workshops ziehen. Das Wissen und Feedback, das ihr hier erhaltet, ist auf euer Konzept abgestimmt. Zumindest kostenfrei werdet ihr das in dieser Intensität nicht mehr erhalten.

Zudem solltet ihr die Faktoren Kontakte und Medienwirksamkeit nicht unterschätzen. So hat ein Gründerwettbewerb dem ein oder anderen Start-up auch schon den Zugang zu einem Investment verschafft und einen ordentlichen Schub in Sachen Bekanntheit gebracht.

Autorin



Katja Vogt
katja@fuer-gruender.de

BAYERISCHE BUSINESSPLAN WETTBEWERBE 2017



Verbessern Sie Ihre Startposition mit Jury-Feedback & Geldpreisen!



Erfolgstipps von Unternehmern & Investoren: www.baystartup.de > Jetzt anmelden

Gründerwettbewerbe in Deutschland in der Übersicht

// Wir haben rund 190 Wettbewerbe zusammengetragen, bei denen ihr euch im Jahr 2017 voraussichtlich bewerben könnt. Zur schnellen Orientierung ist die Liste unterteilt in deutschlandweite Wettbewerbe sowie die Wettbewerbe in den einzelnen Bundesländern.

Deutschlandweit

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
ACHEMA-Gründerpreis	●	✓	www.achema.de
Act for Impact	●	✓	www.seakademie.de
BARC Start-up Award	–	✓	www.barc.de
Be an Innovator	●	✓	www.bearingpoint.com
Berlin Startup Calling	●	✓	www.ladenzeile.de
Berthold Leibinger Innovationspreis	●	✓	www.leibinger-stiftung.de
Bio-Gründer Wettbewerb	●	✓	www.bio-gruender.de
Blockchain Innovation Award	●	✓	www.gtec.berlin
breakthrough 2017 award	●	✓	www.connect.de
Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft	●	✓	www.med-startbahn.de
CeBIT Innovation Award	●		www.cebitaward.de
CODE_n Award	●		www.code-n.org
CUBE Challenge	–	✓	www.cube-global.com
Darboven IDEE-Förderpreis	●	✓	www.darboven.com
Der Deutsche Innovationspreis	–		www.der-deutsche-innovationspreis.de
Deutscher Gründerpreis	–		www.deutscher-gruenderpreis.de
DFV Awards	–	✓	www.franchiseverband.com
Dynamo Studentenwettbewerb	●	✓	www.fokusenergie.net
eco internet award	–	✓	www.awards.eco.de
EIT Digital Challenge Winners	●	✓	www.eitdigital.eu
electronica Fast Forward Award	●	✓	www.electronica.de
Emily-Roebling-Preis	●	✓	www.utmitteldeutschland.de
Energy Awards	–	✓	www.energyawards.handelsblatt.com
Entrepreneur Of The Year	–		www.ey.com
e-Stars	–	✓	www.conferencegroup.de
Eugen Münch-Preis	●	✓	www.stiftung-muench.org
EURO FINANCE TECH Award	●	✓	www.eurofinancetech.com

● Geldpreise ● Sachpreise ● Geld- und Sachpreise ✓ nur für bestimmte Branchen

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
European Youth Award	●	✓	www.eu-youthaward.org
EY Public Value Award	●		www.eypva.com
Fintech Startup des Jahres	●	✓	www.paymentandbanking.com
FOCUS Digital Star Award	●	✓	www.focus-entscheider.de
Fraunhofer-Gründerpreis	●		www.fraunhoferventure.de
Gastro Gründerpreis	●	✓	www.gastro-gruenderpreis.de
Gastro Startup-Wettbewerb	●	✓	www.internorga.com
GENERATION-D	●	✓	www.generation-d.org
Green Alley Award	●		
green::ALLEY award	●	✓	www.green-alley-award.com
Green Tec Awards	–		www.greentec-awards.com
Gründen-Live / Gründerwettbewerb	–		www.gruenden-live.de
Gründen-Live / Ideenwettbewerb	–		www.gruenden-live.de
Gründerwettbewerb – Digitale Innovationen	●	✓	www.gruenderwettbewerb.de
HAHN-STARTUP IDEENWETTBEWERB	●	✓	www.hahnag.de
Herausforderung Unternehmertum	●		www.herausforderung-unternehmertum.de
HHL Best Founders Award	●	✓	www.hhl.de
HVB Gründerinnen-Mentoring	–		www.hypovereinsbank.de
Industriepreis	–	✓	www.industriepreis.de
INNOspace Masters	–	✓	www.innospace-masters.de
innovate!Awards	●		www.innovate-os.de
Innovationspreis der deutschen Wirtschaft	–		www.innovationspreis.com
Innovationspreis IT	–	✓	www.imittelstand.de
Innovators' Pitch	●	✓	www.innovatorspitch.com
IQ Innovationspreis Mitteldeutschland	●	✓	www.iq-mitteldeutschland.de
Jugend gründet	●		www.jugend-gruendet.de

● Geldpreise ● Sachpreise ● Geld- und Sachpreise ✓ nur für bestimmte Branchen

Hightech-Start-ups fördern

EXIST – schafft Freiraum zum Gründen

Informieren Sie sich über Fördermöglichkeiten:
www.exist.de



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



Zusammen. Zukunft. Gestalten.



Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
KfW Award GründerChampions 	●		www.kfw.de/award
Kultur- und Kreativpiloten Deutschland	–	✓	www.kultur-kreativpiloten.de
Leibniz-Gründerpreis	●		www.leibniz-gemeinschaft.de
Neumacher Gründerpreis der Wirtschaftswoche	●		www.neumacher-award.de
Next Economy Award	●		www.nexteconomyaward.de
Next-Organic-Startup-Award	–	✓	www.nextorganic.de
Onlineshop des Jahres	–	✓	www.versandhausberater.de
OptecNet Start-up Challenge	●	✓	www.optecnet.de
Plus X Award	–	✓	www.plusxaward.de
Porsche Innovation Competition	●	✓	www.spinlab.co/porsche
Quality Life Award	–	✓	www.focus.de
QUANTENSPRUNG Award	●		www.award.wiwo.de
Science4Life Venture Cup 	●	✓	www.science4life.de
Seifriz-Preis	●	✓	www.seifriz-preis.de
Smart Start Award	●		www.kpmg.de/smart-start-award
start2grow 	●		www.start2grow.de
Start me up!	●		www.bilanz.de
StartGreen Award	●		www.start-green.net
 Borderstep Institut			

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Startup World Award	●	✓	www.start-up.world
Startupteens	●		www.startupteens.de
Startups@Reeperbahn	●		www.hamburg-startups.de
startklar-Businessplanwettbewerb	●		www.startklar-owl.de
Step Award	●	✓	www.step-award.de
The Ramp	●	✓	www.mobilcom-debitel.de
The Spark – der deutsche Digitalpreis	●	✓	www.award.handelsblatt.com
The Venture	●		www.the-venture.info
Top Gründer im Handwerk	●	✓	top-gruender.handwerk-magazin.de
VIR Innovationswettbewerb Sprungbrett	●	✓	www.v-i-r.de
WECONOMY WECONOMY Die Gründerinitiative	●		www.weconomy.de
Wittener Preis für Gesundheitsvisionäre	●		www.gesundheitsvisionaere.de
YOOWEEDOO IDEENWETTBEWERB	●		www.yooweedoo.org
ZEIT WISSEN-Preis Mut zur Nachhaltigkeit	●	✓	www.mut-zur-nachhaltigkeit.zeit.de
Baden-Württemberg			
Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
BW Goes Mobile	●		www.bw-goes-mobile.mfg.de
CyberChampions Award	●	✓	www.cyberchampions.de
CyberOne Hightech Award Baden-Württemberg	●	✓	www.cyberone.de
Elevator Pitch BW	●		www.elevatorpitch-bw.de
Grow by PionierGarage	●		www.pioniergarage.de
Gründerpreis Baden-Württemberg	●		www.sv-bw.de
Innovationspreis des Landes Baden-Württemberg	●		www.innovationspreis-bw.de
Landespreis für junge Unternehmen	●	✓	www.landespreis-bw.de

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Startinsland	●		www.startinsland.de
Umwelttechnikpreis	●	✓	www.umwelttechnikpreis.de
VR-InnovationsPreis Mittelstand	●		www.vr-innovationspreis.de

Bayern

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Bayerischer Gründerpreis	–		www.unternehmerkonferenz.de
Bayerischer Innovationspreis Gesundheitstelematik	–	✓	www.telemedizintag.de/big/
best concept	–		www.guide-muenchen.de
Businessplan Wettbewerb ideenReich für Südostbayern	●		
Businessplan Wettbewerb Nordbayern	●		
Businessplan Wettbewerb Schwaben	●		www.baystartup.de/bayerische-businessplan-wettbewerbe/
Münchener Businessplan Wettbewerb	●		



Gründerpreis Fürstenfeldbruck	–		www.sparkasse-ffb.de
Gründerpreis Ingolstadt	●		www.gruenderpreis-in.de
Hochsprung-Award	●		www.hoch-sprung.de
IHK-Gründerpreis Mittelfranken	●		www.ihk-gruenderpreis-mittelfranken.de
Innovationspreis Bayern	–	✓	www.innovationspreis-bayern.de
MEGGLE Gründerpreis	●		www.meggle.com
Münchner Gründerpreis	–		www.sskm.de
Munich Startup Award	●		www.munich-startup.de
Niederbayerischen Gründerpreis	●		www.gruenderpreis-niederbayern.de
Paulaner Salvator-Preis	●		www.paulaner-salvator-preis.de
PlanB Biomasse.Business.Bayern	●	✓	www.planb-wettbewerb.de

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Strascheg Award	●		www.sce.de

Berlin & Brandenburg

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg	●		www.b-p-w.de
First Store by Alexa	●	✓	www.firststorealexa.com
Gründerpreis Barnim-Uckermark	●		www.existenzgruender-barnim-uckermark.de
Innovationspreis Berlin Brandenburg	●		www.innovationspreis-bb.de
Maximal digital – Gründerpreis Berliner Sparkasse	●		blog.berliner-sparkasse.de
Start Tourism UP!	●	✓	www.start-tourism-up.de
UNTERNEHMERIN des Landes Brandenburg	●		www.ugt-brandenburg.de

Bremen

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
belladonna Gründerinnenpreis	●		www.belladonna-bremen.de
Bremer Gründerpreis	●		www.sparkasse-bremen.de
CAMPUSideen	●		www.bridge-online.de
NordWest Award	●		www.metropolregion-nordwest.de
Unternehmenspreis Weser-Elbe	–		www.unternehmenspreis-weser-elbe.de

Hamburg

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
GründerGeist	●		www.hamburg-startups.net
Gründerpreis Nachhaltigkeit	●	✓	www.gruenderpreis-nachhaltigkeit.de
Hamburg Innovation Awards	●		www.hamburg-innovation-awards.de
Hamburger Gründerpreis	–		www.haspa.de
Webfuture Award	●	✓	www.nextmedia-hamburg.de

Hessen

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Frankfurter Gründerpreis	●		www.frankfurt-business.net
Goethe-Innovations-Preis	●		www.uni-frankfurt.de
Gründerpreis der Region Wiesbaden	●	✓	www.wiesbaden.de
Gründerpreis Hessen	–		www.gruendertage-hessen.de
Gründerwettbewerb des Wirtschafts-Service Odenwaldkreis	●		www.odenwaldkreis.de
Hessen Ideen – der Hochschul-Gründungs-Wettbewerb	●		www.hessen-ideen.de
Hessen-Champions	–		www.hessen-champions.de
promotion Nordhessen	●		www.promotion-nordhessen.de
TU Ideenwettbewerb	●		www.highest.tu-darmstadt.de
UNIKAT IDEENWETTBEWERB	●		www.unikat-ideenwettbewerb.de

Mecklenburg-Vorpommern

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
INNO AWARD	●		www.inno-award.de
Inspired – Der Ideenwettbewerb. In MV.	●		www.ideenwettbewerb.uni-rostock.de
OZ-Gründerpreis	●		www.ostsee-zeitung.de
UNIQUE Ideenwettbewerb	●		www.unique.uni-greifswald.de

Niedersachsen

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
DurchSTARTer	●		www.gruenderfreundliches.niedersachsen.de
Gründerstar	●		www.stader-gruendungsnetzwerk.de
Ideenwettbewerb der Osnabrücker Hochschulen	●		www.wtt-os.de
Innovationspreis des Landkreises Göttingen	●		www.wrg-goettingen.de
Leuphana Gründungsidee des Jahres	●		www.luenale.de
Lüneburger Gründerpreis Impuls	●		www.luenale.de
Osnabrücker Wirtschaftspreis	●		www.innovationszentrum-osnabrueck.de
Smart Start Award	●		www.kpmg.de/smart-start-award
StartUp-Impuls	●		www.startup-impuls.de



Nordrhein-Westfalen

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
AC ² – der Gründungswettbewerb	●		www.ac-quadrat.de
Best of Startups	–		www.bestofstartups.de
Düsseldorfer Unternehmerinnenpreis	●		www.frauenbande.net
DWNRW-Award	●	✓	www.dwnrwsummit.de
ERCIS Launch Pad	●		www.ercis-launchpad.de
GRÜNDERGIPFEL NRW	●		www.gruendergipfel.nrw.de
Gründerpreis der Wirtschaftsjunioren Köln	●		www.wjkoeln.de
Gründungswettbewerb Senkrechtstarter	●		www.senkrechtstarter.de
HHU Ideenwettbewerb	●		www.cedus.hhu.de
Ideenwettbewerb der Kölner Hochschulen	●		www.hgnc.de
NUK-Businessplan-Wettbewerb	●		www.neuesunternehmertum.de
ruhr@venture Ideenwettbewerb	●		www.gruendercampus-ruhr.de
Unternehmerpreis Südwestfalen	–		www.unternehmerpreis-suedwestfalen.de

Rheinland-Pfalz & Saarland

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
1,2,3 Go	●		www.123go-networking.org
Ideenwettbewerb Rheinland-Pfalz	●		www.ideenwettbewerb-rlp.de
Innovationspreis Rheinland-Pfalz	●		www.innovationspreis-rlp.de
Kreativsonar	–		www.kreativsonar.de
KWT Gründerwettbewerb	●		www.kwt-uni-saarland.de
Pioniergeist	●		www.pioniergeist.rlp.de

Sachsen & Sachsen-Anhalt

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
futureSAX	●		www.futuresax.de

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Lausitzer Existenzgründer Wettbewerb	●		www.wil-ev.de
LIFE Leipziger Ideenwettbewerb & Gründerpreis	●		www.smile.uni-leipzig.de
Sächsischer Gründerinnenpreis	●		www.gleichstellung.sachsen.de
Schicke Ideen	●		www.schicke-ideen.de
Scidea	●		www.scidea.de

Schleswig-Holstein

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
GründerCup	●		www.gruendercup.de
Gründerpreis der Sparkasse zu Lübeck AG	●		www.spk-luebeck.de
Ideenwettbewerb Schleswig-Holstein	●		www.wtsh.de
LN-Existenzgründerpreis	●		www.ln-medienhaus.de

Thüringen

Wettbewerb	Geld-/Sachpreise	Branchenfokus	Webseite
Gründungs Ideenwettbewerb Nordthüringen	●		www.bic-nordthueringen.de
Gründungs Ideenwettbewerb Ostthüringen	●		www.tiz-gera.de
Gründungs Ideenwettbewerb Südwestthüringen	●		www.tgf-schmalkalden.de
Ideenwettbewerb Jena-Weimar	●		www.innocampus.uni-jena.de
Innovationspreis Thüringen	●		www.innovationspreis-thueringen.de
Thüringer Gründerpreis	●		www.thex.de/gruenderpreis
Thüringer Gründungsideenwettbewerb	●		
Thüringer Strategiewettbewerb für innovative Gründungen	●		www.thex.de/innovativ





35

Top 50 Start-ups 2016

Künstliche Intelligenz, Industrie 4.0, innovative Medizintechnik – damit und mit vielem mehr beschäftigen sich die Top 50 Start-ups 2016, die aus über 20.000 Bewerbungen und 756 Preisträgern in 163 Gründerwettbewerben hervorgegangen sind. Mit ihren größtenteils B2B-Geschäftsmodellen sind viele der Unternehmen bereits international unterwegs und haben in der Spitze über 100 Mitarbeiter.

Mehr über die Top 50 Start-ups Ad-O-Lytics, Frankfurter Brett, Celonis und Landpack erfahrt ihr in ausführlichen Interviews. Bevor wir in Themenkapiteln die Bereiche IKT, Marketing, Green Economy, Life Sciences und Fintech genauer beleuchten, findet ihr 10 Expertentipps für euren Erfolg. Zum Abschluss werfen wir einen Blick zurück auf die Top 50 Start-ups der Vorjahre.

TOP 50 START-UPS DES JAHRES 2016

FAKTEN AUF EINEN BLICK

GRÜNDERANZAHL



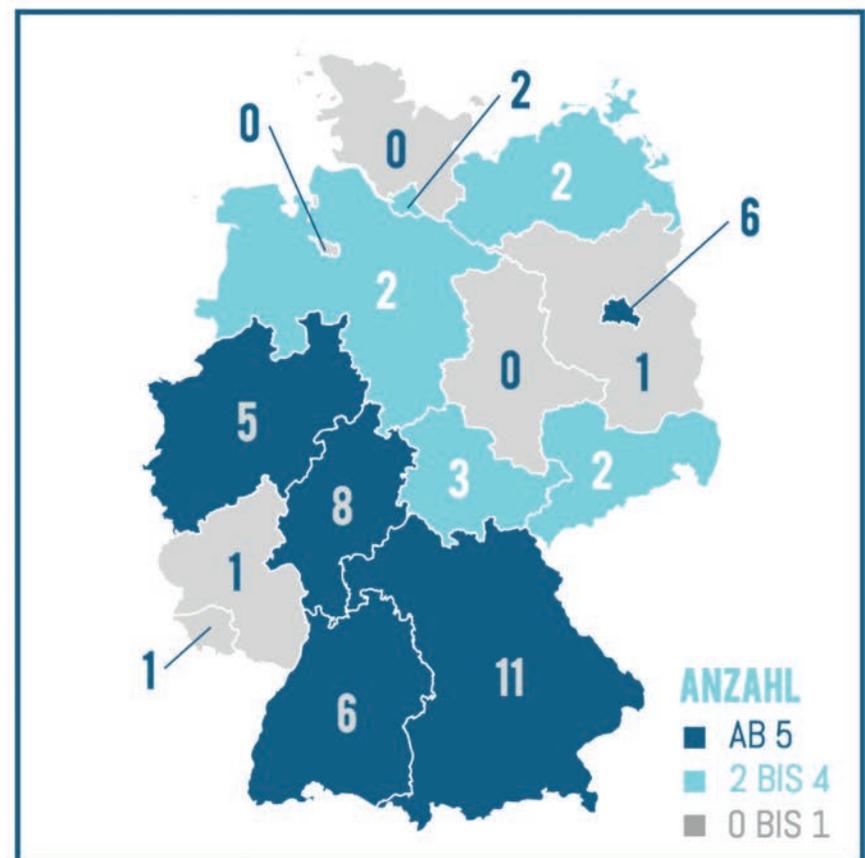
MITARBEITER



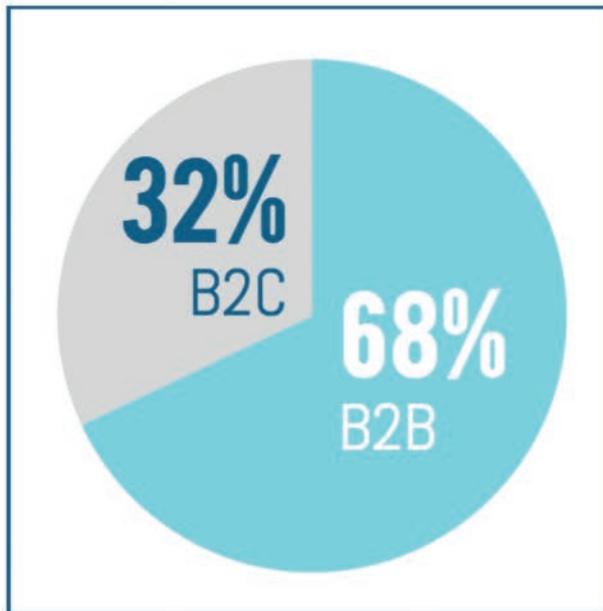
IM AUSLAND AKTIV



FIRMENSITZ



GESCHÄFTSMODELL



FINANZIERUNG



68% SIND 2017 AUF DER SUCHE NACH NEUEM WACHSTUMSKAPITAL

Das sind die Top 50 Start-ups aus über 20.000 Bewerbungen bei 163 Wettbewerben

756 junge Unternehmen haben sich im Wettbewerb der besten Ideen und Geschäftsmodelle vor den Expertenjurys der 163 analysierten Gründerwettbewerbe durchgesetzt. Unter diesen ausgezeichneten Gründern haben wir die Top 50 Start-ups des Jahres 2016 ausfindig gemacht.



Was wächst da eigentlich in der Start-up-Landschaft in Deutschland heran? Welche Geschäftsideen sind besonders innovativ? Und mit welchen Innovationen ist auch tatsächlich ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen aufzubauen? Für die Spurensuche sind die vielen Gründerwettbewerbe in Deutschland sehr hilfreich. Schließlich werden dort zahlreiche Ideen und Start-ups intensiv bewertet. Unsere Analyse des Wettbewerbsjahres 2016 kommt zu dem Schluss, dass über 20.000 Bewerbungen bei den 163 Wettbewerben eingegangen sind.

Auf dieser Basis haben wir uns die 756 prämierten Start-ups genauer angeschaut und ein Ranking erstellt. Das Ranking basiert auf einem Score, in den die folgenden Faktoren in einer zuvor festgelegten Gewichtung eingeflossen sind: die Gesamtzahl der Auszeichnungen sowie die Zahl der Prämierungen bei verschiedenen Wettbewerben, die Höhe der erhaltenen Geld- und Sachpreise sowie Art und Größe des Wettbewerbs. Eine Übersicht aller Top 50 Start-ups findet ihr auf den nachfolgenden Seiten. Darüber hinaus haben wir im Kapitel ab Seite 42 spannende Zahlen, Daten und Fakten zu den Top 50 Start-ups zusammengetragen. Diese unterstreichen die Innovationskraft und die häufig schon innerhalb kurzer Zeit beeindruckende Entwicklung der jungen Unternehmen.



Partner der Top 50 Start-ups

大成 DENTONS

Dentons ist mit mehr als 7.300 Anwälten an 143 Standorten in 58 Ländern die weltweit größte Wirtschaftskanzlei. Unsere Venture Technology Group aus ca. 200 Anwälten berät die Mandanten von der Gründung über die Wachstumsphase bis zum IPO.

►► www.dentons.com/de



Rang 1: ArtiMinds Robotics



Simon Fischer

“ArtiMinds’ Software macht es einfach, Roboterarmen menschenähnliche, aufgabenspezifische Geschicklichkeit beizubringen.”

Score: 8,00 **Standort:** Karlsruhe
Gründung: 2013 **Branche:** Software

Rang 2: Ad-O-Lytics



Dr. Andrea Hoffmeister

“Ad-O-Lytics setzt Viren gezielt gegen Krebs ein, die effizient Tumore und Metastasen zerstören können.”

Score: 7,73 **Standort:** Ulm
Gründung: 2017 (geplant) **Branche:** Biotechnologie

Rang 3: Landpack



Patricia Eschenlohr

“Landpack ist das weltweit erste Unternehmen, das Stroh zu umweltfreundlichen Dämmstoffen verarbeiten kann.”

Score: 7,40 **Standort:** Puchheim (BY)
Gründung: 2013 **Branche:** Green Economy

Rang 4:
NanoWired

Score: 7,17
Gründung: 2017 (geplant)
Standort: Darmstadt
Branche: Nanotechnologie

Rang 5:
Green City Solutions

Score: 6,58
Gründung: 2014
Standort: Berlin
Branche: Green Economy

Rang 6:
Celonis

Score: 6,04
Gründung: 2011
Standort: München
Branche: Software

Rang 7:
Frankfurter Brett

Score: 5,01
Gründung: 2015
Standort: Offenbach am Main
Branche: Kreativwirtschaft

Rang 8:
PHYSEC

Score: 4,90
Gründung: 2016
Standort: Bochum
Branche: IoT

Rang 9:
Redwave Medical

Score: 4,74
Gründung: 2017 (geplant)
Standort: Jena
Branche: Medizintechnik

Rang 10:
Ilmsens

Score: 4,54
Gründung: 2016
Standort: Ilmenau
Branche: Mess- & Sensortechnik

Rang 11:
Hydrogenious Technologies

Score: 4,50
Gründung: 2013
Standort: Erlangen
Branche: Industrie

Rang 11:
Wearable Life Science

Score: 4,50
Gründung: 2014
Standort: Nürnberg
Branche: Wearables

Rang 13:
Ginmon

Score: 4,46
Gründung: 2014
Standort: Frankfurt am Main
Branche: Fintech

Rang 14:
TerraLoupe

Score: 4,41
Gründung: 2015
Standort: Gilching (BY)
Branche: Software

Rang 15:
JENETRIC

Score: 4,34
Gründung: 2014
Standort: Jena
Branche: Hard- & Software

Rang 16:
Bone Brox

Score: 4,25
Gründung: 2016
Standort: Berlin
Branche: Nahrungsmittel

Rang 17:
Social-Bee

Score: 4,12
Gründung: 2016
Standort: München
Branche: Social Entrepreneurship

Rang 18:
Nelumbox

Score: 4,11
Gründung: 2017 (geplant)
Standort: Darmstadt
Branche: Medizintechnik

Rang 19:
feelSpace

Score: 4,10
Gründung: 2015
Standort: Darmstadt
Branche: Wearables

Rang 20:
Dispenix

Score: 4,04
Gründung: 2016
Standort: Stuttgart
Branche: Medizintechnik

Rang 21:
climbtrack

Score: 4,00
Gründung: 2015
Standort: Saarbrücken
Branche: Hard - & Software

Rang 21:
COLDPLASMA-
TECH

Score: 4,00
Gründung: 2015
Standort: Greifswald
Branche: Medizintechnik

Rang 21:
UVphotonics NT

Score: 4,00
Gründung: 2015
Standort: Berlin
Branche: Industrie

Rang 24:
Betterspace

Score: 3,98
Gründung: 2015
Standort: Kassel
Branche: IoT

Rang 24:
Oculusze

Score: 3,98
Gründung: 2016
Standort: Wildau (BB)
Branche: Medizintechnik

Rang 26:
Coolar

Score: 3,78
Gründung: 2016
Standort: Berlin
Branche: Medizintechnik

Rang 27:
prosumergy

Score: 3,75
Gründung: 2016
Standort: Kassel
Branche: Green Economy

Rang 28:
UNIQ

Score: 3,54
Gründung: 2012
Standort: Holzwickede (NRW)
Branche: Internet

Rang 29:
Baqend

Score: 3,50
Gründung: 2014
Standort: Hamburg
Branche: Software

Rang 30:
PreOmics

Score: 3,46
Gründung: 2016
Standort: Martinsried (BY)
Branche: Medizintechnik

Rang 31:
Swarm
Protein

Score: 3,45
Gründung: 2017 (geplant)
Standort: Köln
Branche: Nahrungsmittel

Rang 32:
Rhebo

Score: 3,44
Gründung: 2014
Standort: Leipzig
Branche: Hard - & Software

Rang 33:
FahrradJäger

Score: 3,40
Gründung: 2014
Standort: Rostock
Branche: IoT

Rang 33:
matteco

Score: 3,40
Gründung: 2015
Standort: Kappelrodeck (BW)
Branche: Industrie

Rang 35:
Toposens

Score: 3,20
Gründung: 2015
Standort: München
Branche: Mess- & Sensortechnik

Rang 35:
Urban
Invention

Score: 3,20
Gründung: 2014
Standort: Hildesheim (NI)
Branche: Kreativwirtschaft

Rang 35:
XARION
Laser Acoustics

Score: 3,20
Gründung: 2012
Standort: Wien
Branche: Mess- & Sensortechnik

Rang 38:
bettervest

Score: 3,16
Gründung: 2012
Standort: Frankfurt
Branche: Fintech

Rang 38:
ElasticVision

Score: 3,16
Gründung: 2017 (geplant)
Standort: Köln
Branche: Industrie

Rang 38:
figo

Score: 3,16
Gründung: 2012
Standort: Hamburg
Branche: Fintech

Rang 38:
Seedmatch

Score: 3,16
Gründung: 2011
Standort: Dresden
Branche: Fintech

Rang 42:
PEAT

Score: 3,12
Gründung: 2015
Standort: Hannover
Branche: AgTech

Rang 43:
matoï

Score: 3,10
Gründung: 2016
Standort: Dillendorf (RP)
Branche: Kreativwirtschaft

Rang 44:
otego

Score: 3,08
Gründung: 2016
Standort: Karlsruhe
Branche: Green Economy

Rang 45:
FerroSens

Score: 3,06
Gründung: 2017 (geplant)
Standort: München
Branche: Medizintechnik

Rang 46:
Get a Camp

Score: 3,05
Gründung: 2016
Standort: Freiburg im Breisgau
Branche: Internet

Rang 47:
Inspirient

Score: 3,02
Gründung: 2016
Standort: Berlin
Branche: Software

Rang 48:
ASK HELMUT

Score: 3,00
Gründung: 2013
Standort: Berlin
Branche: Internet

Rang 49:
Cryptomotor

Score: 2,80
Gründung: 2016
Standort: Bonn
Branche: Software

Rang 50:
ParkHere

Score: 2,78
Gründung: 2015
Standort: München
Branche: Hard- & Software

Start-up-Finanzierung – quo vado?

Für Start-ups stellt sich bereits im frühen Anfangsstadium die Frage nach einer passenden Finanzierung in Ergänzung zu der üblichen Eigenfinanzierung bzw. der Finanzierung durch Friends & Family. PE- oder VC-Investoren sind in diesem Stadium nur schwer zu finden, so dass einige Start-ups sich auch mit Crowdfunding beschäftigen. Aufgrund der strukturellen Schwäche dieses Finanzierungsmodells (Nachteile von partiarischen und Nachrangdarlehen) entscheiden sich jedoch nur wenige für diesen Finanzierungsweg.

Deutsche Börse Venture Network

Die Deutsche Börse bietet seit Juni 2015 das Venture Network an. Das Netzwerk bringt private und institutionelle Investoren mit Wachstumsunternehmen zusammen, die bestimmten Kriterien entsprechen. Bisher kann das Netzwerk 29 Finanzierungsrunden mit einem Gesamtvolumen von ca. 1 Mrd. Euro vorweisen.

Neues Handelssegment geplant

Ab März 2017 ist zudem geplant, den Entry Standard durch ein speziell auf kleine und mittlere Unternehmen ausgerichtetes Segment zu ersetzen. Die Aufnahme in das neue Segment ist allerdings mit zahlreichen Voraussetzungen verbunden. Zu den möglichen zu erfüllenden Kriterien zählen z.B. mindestens 20 Mitarbeiter, positives Eigenkapital und/oder mindestens 10 Mio. Euro Jahresumsatz. Auch die Berichterstattungspflichten sollen strenger werden, als es für den Entry Standard der Fall war. Für weitere Informationen oder auch eine ausführliche Beratung steht Dentons gerne zur Verfügung.

大成 DENTONS

Dentons Europe LLP
 Thurn-und-Taxis-Platz 6
 60313 Frankfurt am Main

Telefon:
 +49 69 45 00 12 250

E-Mail:
 robert.michels@dentons.com

Web:
 www.dentons.com/de



Robert Michels,
 Office Managing Partner
 Frankfurt

5 aus 50: Das beeindruckt unser Team

Jedes unserer Top 50 Start-ups hat sich diesen Titel natürlich verdient. Das ein oder andere Unternehmen hat uns aber besonders bewegt – teilweise aus persönlichen Gründen, teilweise aufgrund des Innovationsgrads. We proudly present: Unsere 5 aus 50.



“ Die Entwicklung von Hydrogenious Technologies, einem effizienten, sicheren und zugleich skalierbaren Wasserstoffspeicher, beobachte ich schon seit 2013. Zahlreiche Auszeichnungen und zugleich eine beeindruckende Entwicklung des operativen Geschäfts lassen das Start-up zu meinem persönlichen Favoriten werden.”

René Klein



“ Als Hobbykoch kenne ich das Problem sehr gut: Eine Karottenscheibe hier, ein Kartoffelstückchen da – und wie kam doch gleich die Zwiebelschale zwischen meine Küchenschränke? Das Frankfurter Brett bringt System und Ordnung in die Küche und spart gleichzeitig noch Platz: eine echte Bereicherung (nicht nur) für Profiköche!”

Torsten Pinkert



“ Jedes Geräusch in jedem Frequenzbereich präzise messen, trotz Wind und Vibrationen: Das ermöglichen die optischen Lasersensoren von XARION. Die weltweit neuartige Technologie dürfte meiner Meinung nach bald in sehr vielen Bereichen der Industrie – wie zum Beispiel in der Luftfahrt oder Medizintechnik – zum Einsatz kommen.”

Jens Schleuniger



“ Es gibt einen Rohstoff, der im Überfluss produziert wird: Stroh. Und es gibt ein Material, das wir weniger nutzen sollten: Plastik. Wie genial ist es also in Zeiten von Onlinehandel und Verpackung en masse die gute alte Knallfolie (so viel Spaß sie auch bringt) durch die umweltfreundliche Isolierverpackung von Landpack zu ersetzen?”

Katja Vogt



“ Dank Redwave Medical kann über eine schnelle Manschetten-Messung der zentrale Blutdruckwert bestimmt werden. Mit einer eigenen Blutdruck-Therapie wird das Risiko auf Herzinfarkt und Schlaganfall dauerhaft gesenkt. Diese präventive und einfache Methodik hätte meiner Familie schon vor Jahren gute Dienste erweisen können.”

Helge Wils

Job-Motor, B2B, international aktiv und auf Kapitalsuche: alles Wichtige über die Top 50 Start-ups

Wir glauben, dass unter den auf den Seiten 38 bis 40 vorgestellten Top 50 Start-ups einige zukünftige „Hidden Champions“ sein werden. So hat der Großteil der Top 50 einen B2B-Fokus und die Geschäftsmodelle sind so komplex, dass sie für die breite Öffentlichkeit kaum in Szene gesetzt werden dürften. Gleichzeitig beschäftigen die Unternehmen bereits viele Mitarbeiter und expandieren international. Wir haben die Top 50 Start-ups auf Basis einer Umfrage Anfang 2017 genauer analysiert. Vorhang auf für einige interessante Fakten.

In Bezug auf das Alter variieren die Top 50 Start-ups zwischen der Konzeptphase und sechs Jahren. So ist für sieben Unternehmen die Gründung erst im Jahr 2017 geplant. Die zehn ältesten Unternehmen hingegen stammen aus den Jahren 2011 bis 2013. Acht Unternehmen wurden 2014 gegründet. Die Hälfte der Top 50 Start-ups sind ein bis zwei Jahre alt.

Vier Bundesländer vereinen 31 Start-ups

Dass elf von den insgesamt 50 Start-ups in Bayern ansässig sind, erstaunt nicht besonders. Der Freistaat war schließlich auch schon im vergangenen Jahr führend, als es um die Herkunft der Top 50 Start-ups ging. Interessanter ist jedoch, welche Bundesländer hinter dem Spitzenreiter folgen. Hessen belegt mit insgesamt acht Start-ups den zweiten Platz. Eine besondere Rolle spielten dabei die Fintechs aus Frankfurt und Life Science Start-ups aus Darmstadt. Berlin und Baden-Württemberg haben es mit jeweils sechs Start-ups auf Platz drei geschafft. Damit stammen aus diesen vier Bundesländern insgesamt 31 der 50 Unternehmen in unserer Top-50-Liste.

Den vier führenden Bundesländern stehen Schleswig-Holstein, Bremen und Sachsen-Anhalt gegenüber: aus

Einige der Top 50 Start-ups befinden sich noch in der Startphase. Der Großteil ist jedoch bereits mehrere Jahre operativ tätig. Aus Bayern stammen die meisten der Top-50-Vertreter.

diesen Bundesländern ist in der diesjährigen Auswertung leider kein Start-up unter den Top 50 vertreten.

Von Medtech bis Fintech

Es war bei vielen der Start-ups gar nicht so einfach, das jeweilige Geschäftsmodell eindeutig einer Branche zuzuordnen. Im Zeichen der Digitalisierung vereinen mittlerweile viele der Top Start-ups Charakteristiken verschiedener Branchen. Ist beispielsweise ein NaviGürtel, der über Vibrationen den Weg vorgibt und über eine App bedient wird, eher ein Unternehmen aus dem Bereich Hard- und Software, oder gehört es zu den Wearables? Sollte man den Hersteller von thermoelektrischen Generatoren eher der Green Economy zuordnen, da durch Kälteunterschiede umweltfreundliche Energie erzeugt wird? Oder handelt es sich doch eher um ein klassisches Energieunternehmen?

Trotz dieser Zuordnungsproblematik zeichnete sich schlussendlich dann doch eine Branche ab, die die Nase vorn hatte. Die Medizintechnik war mit acht Start-ups am stärksten vertreten, knapp gefolgt von der Software-Branche mit sechs Unternehmen, wobei zudem vier der Top 50 dem Bereich Hard- und Software zugeordnet

werden können. Erwähnenswert ist auch, dass unter den Top 50 Start-ups in diesem Jahr erstmals auch Fintechs – vier an der Zahl – zu finden waren.

Insgesamt lässt sich jedoch mit 16 unterschiedlichen Branchen der Top 50 Start-ups auch feststellen, dass es keine Branche gibt, die mit großer Dominanz vertreten ist. Vielmehr unterstreicht dies den Trend der sich auflösenden Branchengrenzen, und Start-ups leben vor, wie Geschäftsmodelle der Zukunft vor diesem Hintergrund aussehen.

3,5 Gründer – die durchschnittliche Gründer-teamgröße

Die 50 Top Start-ups wurden von insgesamt 172 Gründern und Gründerinnen ins Leben gerufen. Fast alle, genauer gesagt 49 der 50 Start-ups, haben im Team gegründet. 42 Teams davon waren zwischen zwei bis vier Gründer stark, was anscheinend eine gute Größe für ein Gründerteam ist. Am häufigsten sind Gründerteams mit zwei Personen bei den Top 50 Start-ups anzutreffen, nämlich 18 Mal. Darauf folgen 16 Gründerteams, die aus vier Personen bestehen. Der Durchschnitt aller Teams liegt bei 3,5 Gründern.

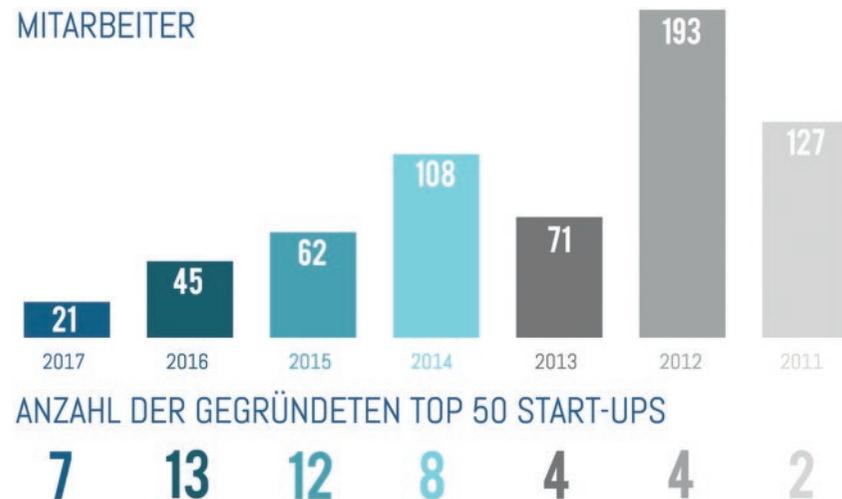
Wo sind die Gründerinnen?

Die vergleichsweise geringe Anzahl an Gründerinnen ist uns jedoch negativ aufgefallen. Nur 29 der 172 Top-50-Entrepreneure waren weiblich – ein Anteil von lediglich 17%. Wir glauben, dass hier noch sehr viel Luft nach oben ist. Ziel sollte es sein, dass sich die Zahl von derzeit 19 Start-ups mit mindestens einem weiblichen Gründungsmitglied nächstes Jahr deutlich nach oben entwickelt. Beispiele für Unternehmen mit einem höheren Anteil Gründerinnen sind Ad-O-Lytics (Rang 2 der Top 50 Start-ups), matoi (Rang 42) sowie PEAT (Rang 42).

Job-Maschine Top 50 Start-ups

Über 620 Mitarbeiter beschäftigten unsere Top 50 Start-ups zum Zeitpunkt der Erhebung Anfang 2017, ohne die Gründer selbst mit einzurechnen. Entsprechend verfügt jedes Unternehmen durchschnittlich über mehr als zwölf Mitarbeiter. Lediglich neun der Unternehmen haben bis auf die Gründer keine weiteren Mitarbeiter an Bord. Dies

Gründungsjahr der Top 50 Start-ups und heutige Anzahl der Mitarbeiter



COPARION

KAPITAL MIT WEITBLICK

Wir tragen dazu bei, dass junge Technologieunternehmen schnell und nachhaltig wachsen. Mit einem Fondsvolumen von 225 Mio. Euro haben wir die Mittel dazu.

Wir co-investieren mit 0,5 - 3 Mio. Euro pro Finanzierungsrunde und bis zu 10 Mio. pro Unternehmen.

www.coparion.de
 businessplan@coparion.de
 +49 30 5858 4400

wird zusätzlich dadurch relativiert, dass bei sieben Unternehmen die Gründung erst 2017 geplant ist. Mehr als 20 Mitarbeiter zählen hingegen sieben der befragten Start-ups. Zwei der Top 50 Start-ups haben bereits die Marke von 100 Mitarbeitern übertroffen.

Diese Zahlen beeindrucken umso mehr, wenn man das Gründungsdatum berücksichtigt: Denn 40 der 50 Start-ups sind nicht älter als drei Jahre. Das Alter der Start-ups korreliert mit der Mitarbeiterzahl. So verzeichnen die zehn Unternehmen, die vor 2014 gegründet wurden, über mehr als die Hälfte aller Beschäftigten. Dies kann einerseits als Beleg für einen erfolgreichen Wachstumskurs der Unternehmen gedeutet werden. Andererseits zeigt es die Bedeutung des Faktors Mitarbeiter in den oft forschungs- und wissensintensiven Geschäftsfeldern der Unternehmen.

Geschäftsmodell: B2B oder B2C?

Einen klaren Trend konnten wir bei der Ausrichtung des Geschäftsmodells erkennen. Mehr als zwei Drittel der Start-ups verfolgen ein B2B-Geschäftsmodell. Nur ca. 30% haben als Zielkunden den Endverbraucher. Auf welche Marketingmaßnahmen die Start-ups setzen, beleuchten wir intensiver im Kapitel ab Seite 59.

Internationalisierung bereits gestartet

Mehr als die Hälfte der Top 50 Start-ups ist bereits über die Landesgrenzen hinaus aktiv. Insgesamt sind es 29 Unternehmen, die ihre Internationalisierung bereits angegangen sind. 22 dieser Start-ups sind sogar in mehreren Ländern außerhalb Deutschlands tätig. Im Mittel sind die international agierenden Unternehmen in fast sechs weiteren Ländern vertreten, in der Spitze wurde gar in 25 Ländern expandiert. Weitere sieben Unternehmen, die bisher nur im heimischen Markt aktiv sind, streben 2017 die Expansion ins Ausland an.

Interessant ist beim Thema Internationalisierung insbesondere die Kombination der beiden Faktoren Geschäftsmodell und Internationalisierungsgrad: Von den

29 Unternehmen, die bereits im Ausland aktiv sind, verfolgen drei Viertel ein B2B-Geschäftsmodell. Konkret bedeutet dies: fast 70% der B2B-Unternehmen sind entweder bereits jetzt schon im Ausland aktiv oder planen die Expansion für dieses Jahr. Bei den B2C-Unternehmen ist die Internationalisierung weit weniger vorangeschritten – nur rund 40% sind bereits im Ausland aktiv.

Dies lässt darauf schließen, dass man entweder mit einem B2B-Geschäftsmodell deutlich einfacher in einen neuen Markt eintreten kann und/oder der heimische Markt gegebenenfalls nur begrenztes Potenzial bietet.

Finanzierung: Investoren und öffentliche Zuschüsse

Unsere Top 50 scheinen rückblickend gut finanziert gestartet zu sein. Neben dem Eigenkapital der Gründer hat rund die Hälfte der Top 50 Start-ups (26) bereits einen externen Investor an Bord. Bei 15 dieser Start-ups ist ein Business Angel eingestiegen. Eine Venture Capital-Finanzierung haben bereits 18 Unternehmen erhalten. Bei sieben dieser Finanzierungen hat vorher bereits ein Business Angel investiert.

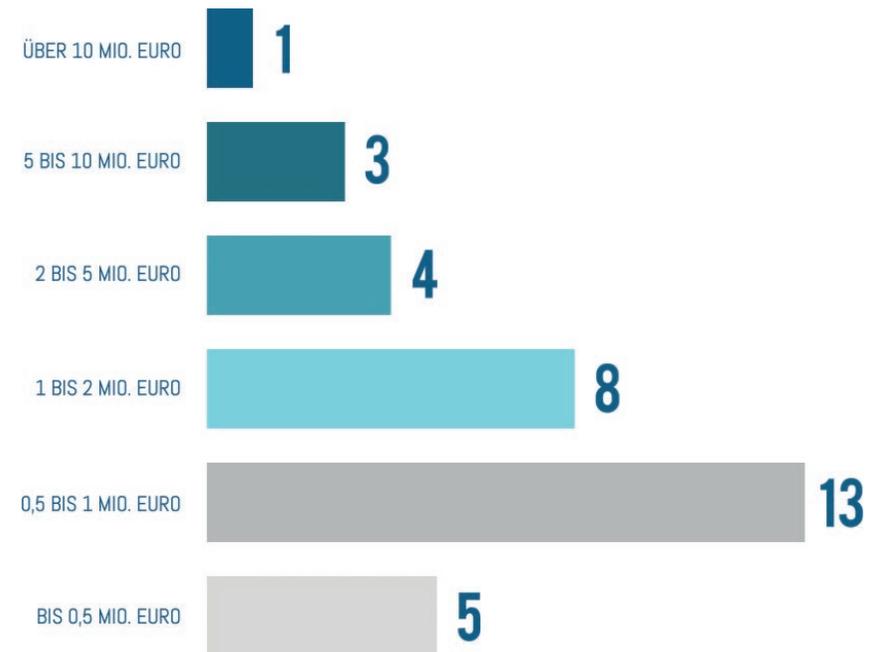
Interessant ist neben der Eigenkapitalfinanzierung sicherlich auch die Tatsache, dass über die Hälfte der Unternehmen bisher von öffentlichen Geldern in Form von Zuschüssen profitiert hat. Allen voran das Förderprogramm EXIST, das Gründungen aus der Wissenschaft fördert und bei einer größeren Anzahl der Top 50 Start-ups zum Einsatz kam.

Auf (Förder-)Kredite haben die Start-ups nur in vereinzelten Fällen zurückgegriffen. Lediglich fünf der 50 befragten Unternehmen gaben an, diese bisher für die Finanzierung genutzt zu haben. Dies ist bei den Risikoprofilen der Unternehmen jedoch auch wenig verwunderlich.

Nächste Finanzierungsrunde 0,5 bis 2 Mio. Euro

Das Geschäftsmodell weiterentwickeln, Mitarbeiter einstellen, die Expansion in neue Länder vorantreiben – das kostet natürlich Geld. Entsprechend ist es nicht erstaun-

Finanzierungsbedarf der Top 50 Start-ups im Jahr 2017



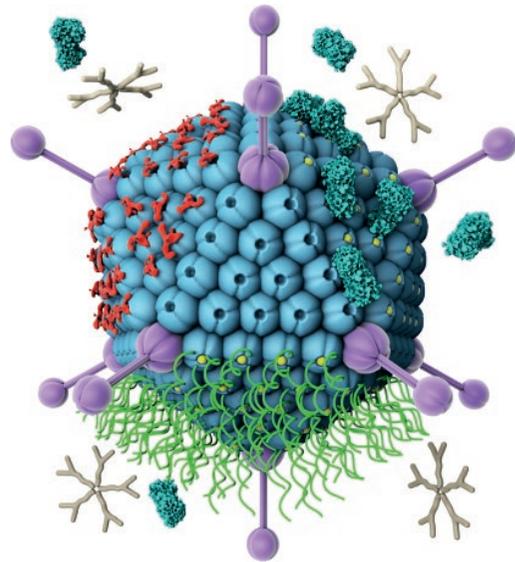
lich, dass das „durchschnittliche Top 50 Start-up“ im Jahr 2017 auf Kapitalsuche ist.

Insgesamt haben 34 Unternehmen angegeben, dass sie für dieses Jahr weiteres Wachstumskapital benötigen. 21 davon brauchen für die Expansion zwischen 500.000 Euro und 2 Mio. Euro. Acht Start-ups streben sogar eine Finanzierung von über 2 Mio. Euro an. Damit bietet sich Investoren die Chance, bei einem der Top 50 Start-ups einzusteigen. Wir drücken allen die Daumen und sind gespannt auf die weitere Entwicklung. Auf den Folgeseiten findet ihr ausführliche Interviews mit vier Vertretern der Top 50 Start-ups des Jahres 2016. Was sich bei einigen der Top Start-ups der vergangenen Jahre getan hat, berichten wir in einem Rückblick ab Seite 69.

Autor



Jens Schleuniger
jens@fuer-gruender.de



Mit maßgeschneiderten Viren gegen den Krebs

// **Andrea, Krebs ist eine Volkskrankheit mit einer hohen Sterblichkeitsrate. Was wollt ihr bei Ad-O-Lytics dagegen tun?** Wir entwickeln eine Virotherapie, die über die Blutbahn verabreicht werden kann. Das ist ein ganz neuer und sehr vielversprechender Ansatz in der Krebsbekämpfung. Hierbei werden Viren eingesetzt, die sich in Tumorzellen vermehren. So wird der Tumor zerstört und das Immunsystem der Patienten aktiviert. Ad-O-Lytics

“Um unseren Entwicklungsplan so realisieren zu können, gilt es, dieses Jahr unsere erste Finanzierungsrunde zu stemmen.“

Dr. Andrea Hoffmeister,
Ad-O-Lytics

möchte der Virotherapie zu mehr Wirksamkeit verhelfen – einige Virotherapie-Präparate sind zwar bereits verfügbar, aber nur begrenzt effektiv. Das Besondere an unserer Technologie ist die Verabreichungsweise: Die heilenden Viren werden über die Blutbahn verabreicht und können so schwer zugängliche oder verwachsene Tumore und verstreute Metastasen GLEICHZEITIG erreichen. Die Viren vermehren sich dann in den entarteten Zellen, zerstören sie damit und aktivieren das körpereigene Immunsys-

Eine neue Therapie gegen Krebs verspricht Ad-O-Lytics. Nach der Finanzierung durch den EXIST-Forschungstransfer wird nun eine erste Finanzierungsrunde mit Investoren angestrebt.



HANNOVER ER

DEINE IDEE IM WETTBEWERB
STARTUP-IMPULS

Jetzt mitmachen!

- Nutze die Chance auf Preise im Wert von **über 100.000 Euro**
- Bewerbungsbeginn am **13. September 2017**

Informationen unter 0511 9357-700 sowie www.startup-impuls.de

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG hannoverimpuls

Partner der Initiative und Sponsor von hannoverimpuls:



Medienpartner:



tem. So wird an zwei Fronten gegen den Krebs gekämpft!

// Wie ist eure Idee ursprünglich entstanden?

Die Idee ist aus langjähriger Laborforschung hervorgegangen. Wir sind seit vielen Jahren Experten darin, die Oberfläche von Viren mit chemischen Methoden zu verändern. Zunächst haben wir mit unterschiedlichen Methoden die Oberfläche eines harmlosen Schnupfenvirus verändert und dann die unterschiedlichen Wechselwirkungen mit Blutbestandteilen untersucht. Heute können wir das Virus ganz gezielt an ausgewählten Stellen verändern und schützen es so vor einem Abfangen durch Blutbestandteile. Daher kann das Virus über die Blutbahn Tumore und Metastasen effizient erreichen und dort wirksam werden. Wir möchten mit unserer Technologie der Virotherapie zum klinischen Durchbruch verhelfen und so Krebs besser bekämpfen.

// Wie weit seid ihr im formalen Gründungsprozess?

Zum jetzigen Zeitpunkt ist unser Unternehmen noch nicht gegründet. Die Gründung der Ad-O-Lytics GmbH ist Mitte 2017 geplant. Wir erfahren Unterstützung durch die Universität Ulm und insbesondere auch von öffentlichen Mittelgebern wie dem BMBF und dem BMWi.

// Entwicklungen im medizinischen Bereich sind sehr zeitaufwendig. Wie lange plant ihr bis zur vollständigen Umsetzung eures Konzeptes?

Bis ein neues Medikament zugelassen wird, vergehen in der Regel zehn bis zwölf Jahre und der Kapitalbedarf ist enorm. Als kleines Biotechnologieunternehmen kann Ad-O-Lytics diesen langen Weg nicht alleine gehen. Daher sieht unser Geschäftsmodell die Entwicklung eines onkolytischen (tumor-zerstörenden) Virus bis in eine frühe klinische Phase vor, die 2019 beginnen soll. Nach der klinischen Phase-I-Studie

wollen wir uns 2020 mit einem Pharmaunternehmen „verpartnern“ und so gemeinsam den Wirkstoff als Produkt zur Marktreife führen. Das finale Produkt ist frühestens 2025 marktreif.

// Wie wollt ihr die lange Entwicklungsphase finanzieren? Gibt es hier schon konkrete Pläne?

Tatsächlich haben wir, wie im Life-Science-Bereich üblich, einen sehr hohen Kapitalbedarf. Das Kapital wird größtenteils für Entwicklungsaufwendungen eingesetzt, wie etwa GMP-Produktion durch externe Dienstleister, die klinische Studie sowie Personalaufbau. Um das zu finanzieren, sprechen wir zum einen VC-Gesellschaften mit Fokus auf Life Sciences an, diese verfügen neben ihrem Kapital auch über eine hohe Expertise. Zum anderen ist der High-Tech Gründerfonds ein hervorragendes Finanzierungsinstrument für Frühphasen-Investments. Aber auch Privatinvestoren haben bei Ad-O-Lytics die Chance, in ein Leuchtturmprojekt der Virotherapie zu investieren, um diesem vielversprechenden Therapieansatz zum klinischen Durchbruch zu verhelfen und auf diese Weise attraktive Renditechancen mit sozialem Engagement zu verbinden.

// Warum habt ihr an Gründerwettbewerben teilgenommen?

Bei Gründerwettbewerben hat man die Chance, sein Geschäftsmodell und den Businessplan intensiv aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten und auch eine „Außensicht“ von jenseits des eigenen Teams zu bekommen und dementsprechend nachzuschärfen. Bei den unterschiedlichen Gründerwettbewerben gab es professionelle Unterstützung, Coachings zu verschiedenen Sachgebieten und letztendlich ein Juryvotum mit hilfreichen Feedback. Des Weiteren war jede Präsentation auch eine gute „Übung“ und eine Möglichkeit, unsere Technologie bekannt zu machen. Und nicht zuletzt konnten wir unser Netzwerk um für uns sehr wertvolle Kontakte erweitern.

// Was waren für euch die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl der Wettbewerbe?

Wir haben uns sowohl regional als auch überregional beworben. Ein weiteres Auswahlkriterium war der thematische Fokus. Es gibt sehr gute Initiativen für technologiebasierte oder, im Speziellen, Gründungen aus dem Life Science-Bereich.

// Was plant ihr für dieses Jahr, und was sind eure nächsten Meilensteine?

Derzeit laufen die finalen Arbeiten für den Proof of Concept am Tiermodell, der im 1. Quartal 2017 erbracht sein wird. Dann wird die weitere präklinische Entwicklung für unseren ersten Produktkandidaten vorangetrieben, so dass wir ca. 2019 mit einer klinischen Phase-I-Studie am Menschen beginnen können. Gegenwärtig sind wir noch über den EXIST-Forschungstransfer finanziert. Um unseren Entwicklungsplan so realisieren zu können, gilt es, dieses Jahr unsere erste Finanzierungsrunde zu stemmen.



Dr. Andrea Hoffmeister,
Mitgründerin
Ad-O-Lytics



Key Facts

Ad-O-Lytics ist ein durch das BMWi gefördertes EXIST-Forschungstransferprojekt, das an der Universitätsklinik Ulm maßgeschneiderte Viren zur Behandlung von Krebserkrankungen entwickelt. Die Technologie ist bereits weit entwickelt, international patentiert und mehrfach ausgezeichnet. Eine Ausgründung als Biotech-Spin-off der Universität Ulm ist 2017 geplant.



Kontakt



Ad-O-Lytics
Helmholtzstr. 8/1
89081 Ulm
Telefon: +49 731 500 46 118
E-Mail: andrea.hoffmeister@adolytics.com
Web: www.adolytics.com



Das Brett, das die Küchenarbeit revolutioniert

// **Joseph, was ist das Frankfurter Brett?** Das Frankfurter Brett ist eine tolle Sache für all diejenigen, die gerne kochen, aber genervt sind vom Durcheinander auf dem Schneidebrett, Zwiebelschalen im Essen, Auberginenwürfel auf dem Boden, und nicht wissen, wohin mit den Abfällen. Wenn man sich sein Mittagessen zubereitet, möchte man nicht im Chaos versinken, sondern die Zu-

“Dann mit Vollgas vorwärts: Probleme nimmt man am besten Volley aus vollem Lauf.”

Joseph Schreiter,
Frankfurter Brett

bereitung soll locker von der Hand gehen. Ein bisschen wie bei den Profiköchen. Die Lösung für das Problem ist tatsächlich relativ simpel und Kern unseres Produkts: Das Frankfurter Brett bietet die Möglichkeit, Behälter direkt an der Arbeitsfläche unterzubringen. Abfall und Schnittgut können nun mit einer einfachen wischenden Bewegung absolut mühelos in die jeweiligen Behälter verteilt werden, die Arbeitsfläche

Eine Innovation in der Küche bietet das Frankfurter Brett. Über die Crowdfunding-Plattform Kickstarter haben die Gründer in zwei Kampagnen bereits knapp 800.000 Euro eingesammelt.

Networking – Schritt 1 vor einem Gründerwettbewerb

Vernetzung vor Wettbewerbsteilnahme

Die Vernetzung der Gründer untereinander ist wichtig, weil man dadurch eigene Fehler bei der Bewerbung minimieren kann. Viele Start-ups aus Darmstadt haben bereits erfolgreich an Wettbewerben teilgenommen und geben ihre Erfahrung gerne weiter. Das Innovations- und Gründerzentrum HIGHEST der TU Darmstadt begleitet und vernetzt Gründer mit ehemaligen Wettbewerbsteilnehmern. Über die Einblicke waren Start-ups dankbar und erhöhten dadurch ihre Chance auf eine erfolgreiche Teilnahme.

Warum gerade Darmstadt?

In Darmstadt und Umgebung leben hervorragende Know-how-Träger vor allem aus dem Hightech- oder Digitalbereich und arbeiten ständig an neuen Herausforderungen. Zum Beispiel kann man auch viel schneller kompetente Teammitglieder finden. Dies ist eine ideale und nachhaltige Grundlage für ein Start-up-Ökosystem, welches in Darmstadt zunehmend größer wird.

Wie geht man die Vernetzung an?

Am wirkungsvollsten ist natürlich der persönliche Kontakt mit anderen Gründern. Das Innovations- und Gründungszentrum HIGHEST der TU Darmstadt ist dabei die erste Anlaufstelle. HIGHEST vermittelt Kontakt zu Gründern, die bei unterschiedlichsten Wettbewerbsformaten erfolgreich waren.



Prof. Dr. Peter Buxmann
TU Darmstadt – Gründungszentrum HIGHEST
Tel.: +49 6151 16 – 57219
leitung@highest.tu-darmstadt.de
www.highest.tu-darmstadt.de

bleibt so immer frei. Das klingt jetzt erst mal banal und einfach, aber es ist im Detail eine absolute Innovation.

// Wie ist die Idee entstanden? Da muss ich etwas ausholen: Mein Bruder Johannes ist eigentlich gelernter Maurermeister und Bautechniker. Nach zehn Jahren Baustelle war er mit kaputten Handgelenken berufsunfähig und musste sich nach einer zweiten Laufbahn umsehen. Da er schon immer ein versierter Hobbykoch war, fing er vorübergehend bei einem Freund in der Restaurantküche an. Ich bin gelernter Systemgastronom und hatte mich fast zeitgleich entschieden, Produktdesign an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach zu studieren. Johannes fand die Idee des Studiums ebenfalls sehr charmant und wollte sich auch dort bewerben. Für seine Bewerbungsmappe suchte er Projekte, und als er in der Restaurantküche einen Kollegen beobachtete, der im Stress einen Lebensmittelbehälter zwischen sich und Arbeitsplatte klemmte, sein Schneidebrett oben drauf platzierte und dann das Gemüse direkt vom Schneidebrett in den Behälter schnitt, war sofort klar: Das ist eine so clevere Lösung, das muss man nur noch in ein Produkt überführen. Von der Hochschule wurde er mit diesem Projekt zwar abgelehnt, hat aber nun ironischerweise vor kurzem einen „German Design Award“ für exzellentes Produktdesign dafür erhalten.

// Du hast mit deinem Bruder gegründet, wie funktioniert bei euch die Zusammenarbeit? Wir sind Zwillingbrüder und kennen uns seit 35 Jahren: Unsere Lebenswelten und Denkprozesse sind also fast deckungsgleich, und wir kennen uns bis in die letzte Faser. Es gibt inhaltlich fast nie Differenzen, wir denken immer in dieselbe Richtung und müssen oft nur noch Details abstimmen. Auf der anderen Seite ist diese Verquickung natürlich auch problematisch, eben weil wir uns so gut kennen: Auch kleine Konflikte können sehr

schnell und schonungslos eskalieren. Aber das gehört dazu, und der Streit hält nie lange an.

// Was waren die ersten Schritte bis zum fertigen Produkt und zum Marktstart? Johannes hat das Projekt über zwei Jahre in Eigenregie und aus eigener Tasche weiterentwickelt: Wenn mal Geld da war, haben wir einen neuen Prototyp gebaut. War kein Geld da, lag das Projekt auch mal drei Monate auf Eis. Irgendwann haben wir gemerkt, dass uns nicht mehr viel einfällt, was das Produkt noch verbessern kann. Dann haben wir die erste Kickstarter-Kampagne gemacht, um zu sehen, ob es überhaupt jemanden gibt, der von der Idee ebenso überzeugt ist wie wir.

// Wie kam euer Produkt dann bei den Kunden an? In der ersten Kampagne kamen von 500 Vorbestellern insgesamt rund 130.000 Euro zusammen. Das war damals ein Riesenerfolg, und wir haben gemerkt: Die Idee findet großen Anklang. Und das nicht nur bei den Profis, wo wir eigentlich unsere Kernzielgruppe vermutet hatten, sondern gerade bei Hobbyköchen. Da wir aber im ersten Schritt nur sehr hochpreisige Premium-Bretter im Angebot hatten, haben wir nun Ende 2016 eine zweite Kickstarter-Kampagne mit einer massentauglicheren Variante gestartet und von fast 3.500 Unterstützern rund 650.000 Euro eingesammelt. Das Feedback von unseren Kunden ist überwältigend positiv: Das Brett macht im Alltag echt einen Unterschied.

// 2016 seid ihr bei Gründerwettbewerben erfolgreich gewesen. Was hat euch zur Teilnahme bewogen? Das Sommerloch und reine Neugier.

// Wovon habt ihr bei den Wettbewerben am meisten profitiert? Bei den „Kreativpiloten“ sind die Workshops und die Coachings sehr hilfreich und vor allem ist es cool, mit so vielen anderen unterschied-

lichen Querdenkern zusammenzukommen. Das ist auf jeden Fall total spannend und sehr zu empfehlen.

// Was sind eure Pläne, und welche Meilensteine wollt ihr erreichen? Wir sind für 2017 tatsächlich sehr ambitioniert und wollen mindestens zwei weitere Kickstarter-Kampagnen an den Start bringen. Außerdem wollen wir in unserer Büro-Werkstatt noch eine Showküche einbauen, die wir auch für Kochkurse, Events und Fotoshootings nutzen können.

// Welche drei Tipps habt ihr für angehende Gründer? Stellt sicher, dass euer Produkt wirklich relevant ist und nicht nur in eurer Fantasie funktioniert. Zeigt es so vielen Menschen wie möglich und schaut genau auf die Reaktionen. Daraus lernt man am meisten. Dann mit Vollgas vorwärts: Probleme nimmt man am besten Volley aus vollem Lauf. Und auch wenn man oft vor Überforderung und Erschöpfung heult: Das ist die schönste Zeit eures Lebens.



Joseph Schreiter,
Gründer
Frankfurter Brett



Johannes Schreiter,
Gründer
Frankfurter Brett



Key Facts

Mehr als nur ein Schneidebrett: Das von den Brüdern Johannes und Joseph Schreiter entwickelte Frankfurter Brett ist ein patentiertes ausziehbares Bügelsystem mit Behältern für Abfall, Schnittgut, Zutaten und benutzte Küchenwerkzeuge, die sich lückenlos ringsum das Schneidebrett befestigen lassen. Das macht die Küchenarbeit nicht nur einfacher und sauberer, sondern spart auch viel Zeit und Platz.



Kontakt

FRANKFURTER BRETT®

Frankfurter Brett GmbH
Senefelder Straße 1c
63069 Offenbach

Telefon: +49 176 38649660

E-Mail: info@frankfurter-brett.de

Web: www.frankfurter-brett.de



Mit Process Mining Prozesse analysieren und optimieren

// Bastian, was ist das Geschäftsmodell von Celonis? Celonis ist ein Softwareunternehmen und der weltweit führende Anbieter von Process Mining-Software. Celonis Process Mining nutzt die in IT-Systemen gespeicherten Datenspuren, um IST-Prozesse in Echtzeit zu rekonstruieren und zu visualisieren. Die so entstehende Transparenz bietet die bestmögliche Grundlage, um Prozesse zu verstehen, zu analysieren und zu optimieren.

“Erst wenn wir unser Wissen teilen und diese Daten dann intelligent nutzen, gelingt eine richtige Revolution.”

Bastian Nominacher,
Celonis

// Ihr habt bereits 2011 gegründet, wie ist die Idee damals entstanden? Celonis ist aus einer universitären Technologieforschung an der Technischen Universität München (TUM) entstanden. Meine beiden Mitgründer Alexander Rinke und Martin Klenk und ich haben uns während unserer Tätigkeit in der studentischen Unternehmensberatung Academy Consult München e.V. kennengelernt. Im Rahmen unserer Forschungstätigkeit haben wir einen Satz Pro-

Als Ausgründung aus der TU München entstanden, zählt Celonis heute über 100 Mitarbeiter. Im Jahr 2016 stiegen in einer Finanzierung von knapp 28 Mio. US-Dollar Accel Partners und 83North ein, die bereits bei Facebook investiert hatten.



thüringer
gründungsideen
wettbewerb

Gründungsideen gesucht!

Thüringer Gründungsideenwettbewerb



ThEx
Thüringen innovativ

Facts:

- 3 Kategorien: allgemein, innovativ, Gründungsideen Schüler
- Sonderpreis: Social Entrepreneurship
- Feedback zu jeder Gründungsidee
- Gezieltes Ideencoaching & Geschäftsmodellentwicklung
- Zugang zu Branchen- und Finanzierungsnetzwerken
- attraktive Preisgelder & medienwirksame Prämierungsveranstaltung

www.thex.de/innovativ



STIFT Freistaat Thüringen Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft ESF EUROPÄISCHE UNION EUROPÄISCHER SOZIALFONDS EUROPÄISCHE UNION Europäischer Sozialfonds

ThEx innovativ ist ein Projekt der STIFT und wird gefördert durch das Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds.

zessdaten analysiert und mussten schnell feststellen, dass die verfügbaren Analysemethoden wie Data Mining oder Business Intelligence nicht die benötigten Erkenntnisse liefern. Bei der Literaturrecherche sind wir auf den Ansatz der TU Eindhoven des Process Mining gestoßen. Wir waren sofort begeistert und haben unsere erste Software geschrieben. Die Ergebnisse der ersten Anwendungen waren phänomenal und so konnten wir schnell die ersten Kunden für uns gewinnen.

// Was sind typische Anwendungsbeispiele von Celonis? Das Tolle an der Process Mining-Technologie ist, dass Prozesse in Unternehmen jeder Größe und Branche transparent gemacht und visualisiert werden können. Dabei kommt die Lösung in den unterschiedlichsten Unternehmensbereichen zum Einsatz. So sind etwa Logistik und Fulfillment ebenso beliebte Anwendungsbereiche wie Einkauf, Vertrieb und Customer Service.

// Die Liste eurer Kunden ist beeindruckend – doch wie verlief der Weg, bis ihr die ersten Kunden gewonnen habt? Mit dem Bayerischen Rundfunk als erste Referenz hatten wir bereits zu Beginn einen namhaften Kunden, der von unseren Ergebnissen und der Entwicklung begeistert war. Durch diesen ersten großen Erfolg wurden dann weitere große Unternehmen auf uns aufmerksam – und so konnten wir schnell unseren Kundenkreis ausbauen.

// Mittlerweile beschäftigt Celonis über 100 Mitarbeiter an drei Standorten – darunter auch New York. Was waren die größten Herausforderungen beim Wachstumsprozess? Als Gründer ist man zunächst in alle Unternehmensprozesse involviert und weiß über alle internen und externen Abläufe Bescheid. Das ist natürlich auf lange Sicht hin nicht

skalierbar, und so muss man lernen zu delegieren, loszulassen und Arbeit aufzuteilen. Kurz, es werden tragfähige Strukturen benötigt, mit denen man wachsen kann. Eine weitere Schlüsselaufgabe ist es, die richtigen Mitarbeiter und Partner zu finden, um die eigene Idee zu skalieren. Bei der internationalen Expansion ist es wichtig, das richtige Netzwerk zu haben, so dass man unnötige Fehler vermeiden kann und sich gleich den Gegebenheiten der jeweiligen Märkte anpasst.

// Mitte 2016 habt ihr eine Finanzierungsrunde über 27,5 Mio. US-Dollar abgeschlossen – wie seid ihr bei der Investorensuche vorgegangen? Über die Jahre haben immer wieder Investoren Interesse gezeigt, mit denen wir auch Gespräche geführt haben. Jedoch konnte uns keine Kombination überzeugen. Dieses Mal hat dann einfach alles gepasst: die Chemie zwischen uns und den Investoren, ihre Expertise sowie der Zeitpunkt mitten in unserer globalen Expansion. Wir sind sehr zufrieden, die renommierten Facebook-Investoren Accel Partners und 83North (ehem. Greylock IL) als Partner gewonnen zu haben.

// Celonis erhält regelmäßig Auszeichnungen: Warum konntet ihr aus eurer Sicht bei den Wettbewerben punkten? Es ist sicherlich eine Kombination aus verschiedenen Faktoren. Ganz oben steht der Nutzen der Technologie: Unsere Kunden haben nicht nur Echtzeiteinblick in Prozesse, sondern bekommen zusätzlich Handlungsempfehlungen. Das führt fast immer zu sofortigem Mehrwert – damit kann man bei Unternehmen, aber auch bei einer Jury punkten. Neben dem direkt greifbaren Mehrwert begeistert natürlich auch der hohe Innovationsgrad unserer Technologie, worauf wir sehr stolz sind. Unser Ansatz, aus Unternehmensdaten bisher unbekannt Informationen herauszuziehen, ist einzigartig und generiert sehr schnell einen Rol. Unser größtes Aushängeschild sind

aber unsere namhaften und sehr begeisterten Kunden sowie unser schnelles Wachstum. Und vielleicht ist es ja auch der Spirit und die Begeisterung unseres Teams, der uns seit unserer Gründerzeit immer noch trägt.

// Ende 2016 wurde „Celonis Pi“ gelauncht – Stichworte dabei sind künstliche Intelligenz und Machine Learning. Welche Trends erwarten uns in den kommenden Jahren? Es gibt zwei große Themen, die uns und die ganze Technologiewelt bewegen: Digitalisierung und künstliche Intelligenz. Doch erst, wenn wir unser Wissen teilen und diese Daten dann intelligent nutzen, gelingt eine richtige Revolution. Das geht nur mithilfe der neuesten Algorithmen aus den Bereichen KI und Machine Learning. Celonis Pi geht im Bereich Prozessdaten einen ganz entscheidenden Schritt in diese Richtung. Wir können noch viele Innovationen erwarten – nicht nur von Celonis, sondern von der gesamten Technologiebranche.



Bastian Nominacher,
Geschäftsführer
Celonis



Key Facts

Celonis bietet mit seiner neuartigen Process Mining-Technologie das weltweit leistungsfähigste Werkzeug zur Analyse und Optimierung von IT-gestützten Geschäftsprozessen. 2011 als Start-up in München gegründet, ist Celonis heute Deutschlands am schnellsten wachsendes Technologieunternehmen (Deloitte Fast50) und zählt namhafte Unternehmen wie Siemens, ABB, Bayer, RWE oder Vodafone zu seinen Kunden.



Kontakt

celonis

Celonis SE
Radlkoferstraße 2
81373 München
Telefon: +49 89 41 61 59 670
E-Mail: info@celonis.de
Web: www.celonis.com



Erfolgreich mit Isolier- verpackungen aus reinem Stroh

// Patricia, was genau macht ihr bei Landpack?

Wir haben Landpack 2013 gegründet, um Styropor im Verpackungsbereich zu ersetzen. Dafür haben wir ein Verfahren entwickelt, das es ermöglicht, Naturfasern zu kompostierbaren Formteilen zu verarbeiten. Unsere Produkte sind weltweit die ersten umweltfreundlichen Isolierverpackungen mit den Leistungsdaten von Styropor. Da es aber keine Technik gab, Naturfasern ohne massiven Einsatz von Klebstoffen zu verarbeiten, mussten wir unsere gesamte Anlagentechnik und unsere Fabrik selbst entwickeln und aufbauen. Insofern sehen wir uns eigentlich als Maschinenbauunternehmen.

“Wir glauben nicht, dass erdölbasierte Produkte neben mindestens genauso guten natürlichen Alternativen bestehen können.”

Patricia Eschenlohr
Landpack

// Verpackungen aus Stroh und Hanf: Wie kommt man auf so eine Idee?

Unserer Meinung nach wird es Lebensmittelgeschäften ähnlich ergehen wie dem restlichen Einzelhandel. Bald wird es völlig normal sein, sich seine Lebensmittel vor die Haustüre liefern zu lassen. Warum auch die Schlepperei? 2013 gab es aber weltweit keine einzige ökologische Alternative zu Styropor – überhaupt keine einzige nicht kunststoffbasierte Isolierverpackung. Versender haben Preise ausgelobt, wenn ihnen jemand eine umweltfreundliche Isolierverpackung nur nennen könnte. Insofern war unser Ziel: genauso eine Verpackung entwickeln, die alle suchen. Dass

Das 2013 gegründete Unternehmen Landpack ging mit seinem Produkt im August 2015 an den Markt. Die Verpackung aus Stroh erfreut sich bei Kunden großer Beliebtheit, so dass 2017 die Ausweitung der Kapazitäten ansteht.

WECONOMY
Die Gründerinitiative

START BIG

↑

WECONOMY sucht jedes Jahr Deutschlands innovativste technologieorientierte Gründer.
Gewinnen Sie ein Jahr lang Unterstützung durch Top-Manager und Unternehmer sowie Fach- und Führungskräfte.

Mehr unter: www.weconomy.de

Eine Initiative von:

Wissensfabrik 
Unternehmen für Deutschland

In Kooperation mit:

unternehmertum 
Center for Innovation and Business Creation at TUM

unsere Landbox dabei Styropor in vielen Eigenschaften sogar übertreffen würde, war nicht der Plan und hat sich erfreulicherweise einfach ergeben. Stroh ist nun mal ein sensationeller Rohstoff – völlig unterschätzt. Und ungenutzt. Ein Abfallprodukt.

// Warum ist das Thema Nachhaltigkeit für euch so wichtig? Um ehrlich zu sein: Wir glauben nicht, dass erdölbasierte Produkte neben mindestens genauso guten natürlichen Alternativen bestehen können. Wir sind doch alle den ganzen Kunststoff satt. Holzspielzeug für Kinder nehmen wir mit einer ganz anderen Wertigkeit wahr als das Gleiche aus Plastik. Im Lebensmittelsektor gilt das ganz besonders. Laut Studien würden 36% nur dann regelmäßig online Lebensmittel bestellen, wenn diese in umweltfreundlichen Verpackungen geliefert werden. Abgesehen davon, dass Styropor auf Erdöl basiert, ist die benötigte Herstellungsenergie 50 mal höher als bei unserer Landbox. Zudem geben wir dem landwirtschaftlichen Nebenprodukt Stroh eine völlig neue Bedeutung. Stroh steht auch nicht in Konkurrenz zur Lebensmittelproduktion wie z.B. Stärke. Die Nutzung dieses Reststoffs als Substitution für Erdöl trägt zur Ressourceneffizienz bei. Die Herstellung der Landbox erfolgt zu 100% mit Strom aus Wasserkraft. Stroh ist lokal verfügbar und minimiert die Transportwege. Wir sprechen nicht nur von Ökologie, wir leben sie – in allen Prozessen, auch dort, wo sie nicht gesehen wird. Die Verpackung sollte viel mehr leisten als nur schützen. Mit zunehmendem Onlinehandel kann die Verpackung das abhandengekommene Einkaufserlebnis transportieren. Das Aufmachen der Verpackung sollte Freude bereiten.

// Wer sind die Hauptkunden für euer Produkt? Eher der Einzelunternehmer oder der Versandriese? Wir arbeiten mit vielen Premium-Versen-

dern, Start-ups, direktvermarktenden Landwirten und Delikatessenversendern zusammen. Die Resonanz ist großartig. Die Nachfrage ist so hoch, dass wir seit dem Markteintritt im August 2015 stetig die Kapazitäten ausbauen. Unsere Landbox aus Stroh wie auch aus Hanf kann aber grundsätzlich in allen Bereichen der Versandverpackung eingesetzt werden: Vom Kantenschutz beim Versand von Flachbildschirmen, Möbeln, Maschinenteilen über die Stoßdämpfung von Weinflaschenverpackungen und die Isolierung, welche beim Versand von Klebstoffen, Farben und ähnlichem benötigt wird.

// Woher bezieht ihr eure Rohstoffe in ausreichender Menge? Das Stroh beziehen wir von Vertragslandwirten aus unmittelbarer Umgebung. Die Mengen an ungenutztem Stroh sind unvorstellbar. Wir werden noch lange nicht die Ortsgrenzen überschreiten müssen, um uns nach Rohstofflieferanten umzusehen. Der Hanfanbau jedoch ist stark reguliert. Trotzdem achten wir auch hier auf Nähe und enge Beziehungen zu unseren Lieferanten. Alles kommt aus Deutschland und direkten Nachbarländern.

// Die Liste eurer Auszeichnungen ist beeindruckend. Wovon habt ihr durch eure Teilnahme an Gründerwettbewerben am meisten profitiert? Zunächst wollten wir den Aufbau von Landpack rein aus Eigenmitteln, Forschungsgeldern und Krediten finanzieren. Die Teilnahme an Gründerwettbewerben brachte viele intensive Gespräche und Verhandlungen mit Investoren. Die Einschätzungen von namhaften Unternehmern, VCs und Business Angels zu unserem Geschäftsmodell haben wir zum Teil in unsere Strategie einfließen lassen und schließlich eine Serie A-Finanzierung mit einem Family Office abgeschlossen. Ohne die Gründerwettbewerbe und deren Beratungen wären wir diesen Weg wohl nicht gegangen.

// Welche Projekte stehen aktuell an, und was wird bei euch 2017 besonders spannend? Immer die Kapazitätsausweitung. Wir haben gerade einen zweiten Produktionsstandort mit 1.600 m² Produktionsfläche gemietet. Die weiteren Linien werden dort aufgebaut. Da wir aber alles – inklusive Entwicklung, Konstruktion und Montage – in-house machen, ist das eine Mammutaufgabe. Als nächstes steht für dieses Jahr die Internationalisierung an. Das heißt, nicht mehr nur Deutschland und Österreich, sondern auch angrenzende Länder. Und vielleicht auch noch ein neues Produkt?

// Aus eurer Erfahrung: Welche drei Tipps habt ihr für angehende Gründer? Just do it! Und möglichst schnell und günstig die Marktakzeptanz testen. Wenn die nicht überwältigend ist, dann lieber früher als später aufhören. Wenn potenzielle Zulieferer oder Kooperationspartner sagen: „geht nicht“, geht es meistens doch. Es geht alles.



Patricia Eschenlohr,
Mitgründerin und
Geschäftsführerin Landpack



Key Facts

Auf die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung umweltfreundlicher Verpackungen hat sich Landpack spezialisiert. Dazu nutzt das Start-up den im Überfluss vorhandenen Rohstoff Stroh, der ohne den massiven Einsatz von Klebstoffen zu Formteilen verarbeitet wird. Und auch die zur Herstellung notwendige vollautomatische Anlagentechnik wurde vom Unternehmen komplett selbst entwickelt.



Kontakt



Landpack GmbH
Dorfstraße 27a
82178 Puchheim
Telefon: +49 176 72442618
E-Mail: info@landpack.de
Web: www.landpack.de

10 Expertentipps für Gründer

// Wer erfolgreich sein will, sollte wissen, was er besonders gut kann und was nicht. Mit externer Hilfe könnt ihr so manche Herausforderung schneller lösen. Dementsprechend präsentieren nachfolgend zehn Experten ihre wichtigsten Tipps für erfolgreiche Gründer und stehen euch im Fall der Fälle für weitere Ratschläge zur Verfügung.



“Werden Sie sichtbar: durch gezielte Positionierung und eine Preispolitik, die sich an Ihrem Kundennutzen orientiert!”

Gabriele vom Feld,
Geschäftsleitung alpha-Das Gründer-Forum!®

alpha-Das Gründer-Forum!®

Telefon: +49 170 55 6 22 88

E-Mail: info@alpha-gruenderforum.de

» www.alpha-gruenderforum.de

Schwerpunkte: Businessplan, Wachstumsberatung, Fördermittel, PR, eigenes Gründer-Netzwerk alpha-Treff

Region: NRW-Köln-Bonn/Rhein-Sieg, RLP



“Schutz vor Fremdbestimmung durch Series-A-Investoren. Verträge richtig vorbereiten – nutzen Sie unser Team mehrsprachiger Anwälte mit weltweitem Netzwerk.”

István Cocron,
Partner CLLB Rechtsanwälte

CLLB Rechtsanwälte Berlin

Telefon: +49 30 288 789 60

E-Mail: kanzlei@cllb.de

» www.cllb.de

Schwerpunkte: alle gründungsrelevanten Verträge, Unterstützung bei Finanzierungsrounds

Region: deutschlandweit



“Wer erfolgreich werden will, muss Kompetenzen abgeben können, die Betonung liegt dabei auf können.”

Markus Hübner,
Unternehmensberater

**Dipl.-Kfm. Markus Hübner –
Unternehmensberatung**

Telefon: +49 511 85 53 03
E-Mail: kontakt@monetaer.de
» www.monetaer.de

Schwerpunkte: Gründungs- und Wachstums-
finanzierung, Strategieberatung,
Fördermittel

Region: Hamburg, Niedersachsen, Berlin



“Mein Tipp für Gründer:
Innovationen beginnen nicht
in der Komfortzone.”

Andreas M. Idelmann,
Inhaber imc Unternehmensberatung

imc Unternehmensberatung

Telefon: +49 211 011 82 196
E-Mail: idelmann@imc-services.de
» www.imc-services.de

Schwerpunkte: Finanzierung, Fördermittel,
Unternehmensbewertung

Region: Düsseldorf, Köln, Ruhrgebiet



“Planen Sie Ihre Existenzgründung
nicht alleine! Ein neutraler Blick von
außen hilft, schnell Stärken und
Schwächen aufzuzeigen und
Potenziale zu erkennen.”

Sandra und Thomas Katmann,
Inhaber gral – Das BeraterTeam

gral – Das BeraterTeam

Telefon: +49 151 423 17170
E-Mail: info@gral-beraterteam.de
» www.gral-beraterteam.de

Schwerpunkte: umfassende Beratung für Start-ups,
Finanzierung, Potenzialanalyse,
Nachfolge

Region: deutschlandweit



“Glauben Sie an Ihre Zukunftspläne
– an Ihre Visionen, denn nichts ist
stärker als Ihr Wille!”

Jan Klimaschka,
Head of Sales & Marketing

Main-Finanz

Telefon: +49 69 94 51 561 55
E-Mail: info@main-finanz.de
» www.main-finanz.de

Schwerpunkte: Gewerbe- und Industrier-
versicherungen, Speziallösungen
für Gründer

Region: deutschlandweit



“Ein klares Ziel vor Augen führt zur besseren Aufstellung am Markt!”

Ute Großmann,
Inhaberin mpr Unternehmensberatung

mpr Unternehmensberatung

Telefon: +49 30 2060739 0

E-Mail: info@mpr-unternehmensberatung.de

» www.mpr-unternehmensberatung.de

Schwerpunkte: Businessplan, Unternehmensfinanzierung, Standortanalysen, Nachfolge, Coaching

Region: deutschlandweit



“Ein entscheidender Baustein für eine erfolgreiche Gründung ist Ihr Alleinstellungsmerkmal (USP). Nur so können Sie sich nachhaltig von Ihren Wettbewerbern unterscheiden.”

Sandeep S. Chhatwal,
MBA Rechtsanwalt und Unternehmensberater

RSC-Rechtsanwaltskanzlei

Sandeep Chhatwal

Telefon: +49 221 9 52 65 85

E-Mail: info@rsc-legal.de

» www.rsc-legal.de

Schwerpunkte: Businessplan, Vertragsgestaltung, AGB, Handels-, Gesellschafts- und Markenrecht

Region: deutschlandweit



“Denken Sie mehr aus Kundensicht – weniger als Anbieter. Ein markt-orientiertes Konzept und eine solide Finanzplanung sind die Basis für den Erfolg.”

Bernd Niemeyer,
Inhaber revoyo consulting

revoyo consulting

Telefon: +49 40 76 79 74 99

E-Mail: bn@revoyo.com

» www.revoyo.com

Schwerpunkte: Gründungsberatung, Geschäftskonzepte, Businessplan, Finanzierung

Region: Hamburg, Niedersachsen, Bremen



“Planen Sie auf jeden Fall vorsichtig pessimistisch.”

Jörg Simm,
Geschäftsführer SimmCon GmbH

SimmCon GmbH

Telefon: +49 89 7677 6198 0

E-Mail: n.simm@simmcon.de

» www.simmcon.de

Schwerpunkte: Businessplan, Online-Geschäftsmodelle/Start-ups, Finanzierung/ Investorenvermittlung

Region: deutschlandweit

Herausforderung IKT – Blick in eine Branche, die eigentlich boomt

Innovationen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie sind nicht nur zukunftssträftig – eigentlich sind sie aus unserem Leben kaum mehr wegzudenken. Kein Wunder, dass IKT-Start-ups die größte Gruppe bei unseren Top 50 Start-ups ausmachen: Wir wagen einen genaueren Blick.



„Ich google das mal eben“ – kein verwunderlicher Satz im 21. Jahrhundert. Ein Blick durch die Busse und Bahnen verrät: Smartphones? Nicht mehr wegzudenken. Und ein Leben ohne E-Mail und Messenger? Ist schon lange nicht mehr möglich. Drei ganz selbstverständliche Beispiele, die zeigen: Wir leben in einer digitalisierten Welt. Neben den Alltagsbeispielen, die jeder kennt, ist die Digitalisierung in allen Lebensbereichen angekommen: Fintech, Industrie 4.0, Smart Home – sprich: ob bei der Bank, in Fabriken oder daheim, die digitalen Innovationen sind überall. Selbst in der Medizin sind es neue

Apps, die ganz neue Behandlungsmethoden ermöglichen.

Würden wir unsere Top 50 Start-ups danach sortieren, ob sie ohne eine digitalisierte Welt existieren würden, würde die deutliche Mehrheit herausfallen. Dabei ist der Trend Digitalisierung branchenübergreifend zu beobachten und steht losgelöst vom Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT), auf den wir in diesem Beitrag einen genaueren Blick werfen. In unserer Definition zählen als IKT-Start-ups solche, die Soft- und/oder Hardware herstellen oder klassische Internetunter-

nehmen sind. Zudem kommen Unternehmen aus dem Bereich Internet of Things (IoT) hinzu. Zweifelsohne gibt es auch Überschneidungen mit anderen Branchen. Doch selbst mit dieser engeren Umschreibung des Begriffs IKT hat die Branche immer noch die Nase vorn: 16 der Top 50 Start-ups haben wir in diesem Gebiet ausfindig gemacht. Das ergibt einen Anteil von 32% aller Top Start-ups.

Autorin

Katja Vogt
katja@fuer-gruender.de

Von Klettern bis Parken

Sechs der Top 50 Start-ups ordneten wir dem Bereich Software zu. Rang 1 von 50 ging beispielsweise nach Karlsruhe an ArtiMinds Robotics, eine Software, die zur intuitiven und schnellen Roboterprogrammierung beiträgt. Auch Celonis schaffte es mit Rang 6 auf die vorderen Plätze der Liste. Die Software des Münchner Start-ups beschäftigt sich mit der Analyse von Big Data (mehr dazu im Interview auf Seite 49).

Vier der Top 50 Start-ups wurden dem Bereich Hard- und Software zugeordnet, das bedeutet, dass sie neben einer Software zusätzlich eine Hardware entwickelt haben. So auch ParkHere (Rang 50), ein Start-up aus München, das mit Hilfe von



Dieses Kapitel wird
unterstützt von



1&1 ist Europas führender Webhoster, dessen Angebot von Websites, Domains, Online-Shops und E-Mail-Adressen über Online-Marketing-Produkte bis hin zu Server-Lösungen reicht.

► www.1und1.info

selbstentwickelten, wartungsfreien Parksensoren Autofahrer zum nächsten freien Parkplatz navigiert. Die Sensoren senden in Echtzeit über das Internet den Belegungsstatus von Parkplätzen. Durch unnötigen Suchverkehr soll die CO₂-Belastung reduziert werden. Ein anderes Beispiel ist climbtrack (Rang 21) aus Saarbrücken – eine Assistenztechnologie für den Klettersport.

Jeweils drei Start-ups fallen in die Bereiche IoT und Internet. FahrradJäger (Rang 33) ist ein IoT-Start-up aus Rostock, das eine Art Alarmanlagen-App für Fahrräder entwickelt hat. Das Freiburger Internet-Unternehmen Get a Camp (Rang 46) bietet einen Onlinemarktplatz für Campingurlaube.

Hohe Preisgelder bei IKT-Wettbewerben

Noch im Jahr 2015 waren „lediglich“ neun der Top 50 Start-ups im Bereich der IKT-Branche angesiedelt – deutlich weniger als 2016. Der Boom der Branche zeigt sich in allen Bereichen unserer Analyse. So war 2016 unter den Gründerwettbewerben mit Branchenfokus der Bereich IKT am häufigsten zu finden. Ganz generell fiel auf, dass viele Wettbewerbe das Thema Digitalisierung in den Vordergrund der gesuchten Bewerbungen stellten. Im Vergleich zu den Vorjahren gab es deutlich mehr branchenspezifische Wettbewerbe oder Wettbewerbe mit einem Schwerpunkt (beispielsweise in Form eines Sonderpreises) in diesem Sektor.

Wie im Vorjahr sind auch die Preisgelder im Bereich IKT besonders hoch. So vergibt der „Gründerwettbewerb – Digitale Innovationen“ (ehemals IKT Innovativ) im Jahr 2017 an sechs Gründungsideen jeweils 32.000 Euro. Neben diesen Hauptpreisen werden 7.000 Euro an maximal 15 weitere Ideen und bis zu 10.000 Euro Sonderpreisgelder zu aktuellen Themen der „Digitalen Agenda“ vergeben. Sprich: über 300.000 Euro für IKT-Start-ups bei nur einem Wettbewerb. Vergleichsweise hoch ist mit 100.000 Euro Gesamtpreisgeld auch die Ausschreibung beim CeBIT Innovation Award.

Zahlreiche Wettbewerbe fokussierten sich im Jahr 2016 auf Geschäftsmodelle, die sich mit der Digitalisierung auseinandersetzen.

Eine Branche, die boomt

Wir halten fest: zahlreiche IKT-Top-Start-ups, viele IKT-Wettbewerbe, hohe IKT-Preisgelder – und alle reden über Digitalisierung. Dass die Branche boomt, zeigen auch die Zahlen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). Danach zählt die IKT-Branche neben der Automobilindustrie und dem Maschinenbau sowie der Elektronikindustrie zu den größten Wirtschaftszweigen in Deutschland. Mit über einer Million Beschäftigten und einem weltweiten Umsatz von 223 Milliarden Euro belegt Deutschland Platz 5 der größten Märkte in diesem Bereich. Größer sind nur USA, China, Japan und Großbritannien.

Unsere Analyse zeigt: zehn der 16 Top 50 Start-ups aus dem Bereich IKT sind bereits im Ausland aktiv, weitere vier planen 2017 eine Expansion außerhalb von Deutschland. Zwei der Start-ups haben bereits für über 100 Per-

sonen Arbeitsplätze geschaffen. Und nur 50% der IKT-Start-ups gaben an, 2017 eine neue Finanzierungsrunde zu planen. Sprich: Acht der 16 IKT-Unternehmen benötigen (vorerst) keine weitere Finanzierung – insgesamt gaben das von allen Top 50 Start-ups nur 16 an. Zahlen, die den Positivtrend der Branche bestätigen.

Herausforderungen für IKT-Start-ups

Das „Trendbarometer junge IKT-Wirtschaft 2016“, das das BMWi als Kurzstudie zum „Gründerwettbewerb Digitale Innovationen“ veröffentlichte, zeigt jedoch auch, vor welchen Herausforderungen die jungen Unternehmen stehen. Während 2015 noch knapp 64% der Befragten angaben, über eine gute Auftragslage zu verfügen, waren es 2016 nur noch 56%. Die Auftragsserwartungen für die kommenden Monate wurden jedoch als sehr gut eingestuft.

GERMAN ACCELERATOR[®]
Tech

ACCELERATE YOUR BUSINESS SUCCESS IN THE U.S.

US-MENTORING: TEAM UP WITH SERIAL ENTREPRENEURS, INDUSTRY EXPERTS AND INVESTORS

**OFFICES IN
SAN FRANCISCO
SILICON VALLEY
NEW YORK CITY**

**APPLY NOW AT:
WWW.GERMANACCELERATOR.COM**

supported by
Federal Ministry for Economic Affairs and Energy
on the basis of a decision by the German Bundestag

Die Start-ups bestätigen ferner schwierige Finanzierungsbedingungen: 60% der Befragten gaben an, dass sich die Finanzierung durch Eigenkapital am leichtesten realisieren lässt. Auch in unserer Analyse der Top 50 Start-ups 2016 waren es 14 von 16 IKT-Start-ups, die bisher Eigenkapital nutzten. Zuschüsse wie beispielsweise EXIST nutzten zehn, Venture Capital sieben, die Unterstützung von Business Angels sechs und nur ein Start-up erhielt ein Förderdarlehen. In einer Bitkom-Sonderauswertung gaben 26% der Start-ups an, dass sie mit Schwierigkeiten konfrontiert sind, ein Darlehen aufzunehmen. 27% haben Probleme, einen Kredit zu erhalten.

Ein Lichtblick zeigt sich im Business Angel Panel, für das quartalsweise Business Angels u.a. vom Business Angels Netzwerk Deutschland (BAND) und diversen Hochschulen zur Attraktivität von Märkten befragt werden. Immer unter den Top 5 und somit besonders beliebt sind dabei EDV-Software und Web-Services/E-Business.

Ein drittes erkennbares Problem der IKT-Branche ist der Fachkräftemangel. 53% gaben an, es sei schwierig, Entwickler, Programmierer und andere IT-Spezialisten zu finden. Gründe hierfür seien oftmals fehlende fachliche Qualifikationen, hohe Gehaltsvorstellungen oder fehlende Attraktivität von kleinen Unternehmen.

Ausblick in das Jahr 2017

Wir sind uns sicher, dass der Trend IKT längst noch nicht an seinem Höhepunkt angelangt ist. Insbesondere in Sachen Auftragslage und Finanzierung wird es zwar mit zunehmender Konkurrenz nicht einfacher, jedoch sind grundsätzlich ein großer Bedarf und ein hohes Interesse vorhanden. Sichtbar geworden ist auch, dass Start-ups in Sachen Mitarbeiter und Internationalisierung schnell wachsen können. Wir sind gespannt, wie sich unsere 16 IKT-Top-Start-ups entwickeln und welche neuen Unternehmen uns das Jahr 2017 beschert.

So wird Ihr Unternehmen im Internet gefunden

Für junge Unternehmen ist ein Internetauftritt unabdingbar, um sich langfristig gegen die Konkurrenz behaupten zu können. Doch Ihre Website kann noch so professionell sein – wenn sie nicht gefunden wird, können Sie kaum von ihr profitieren. Aus diesem Grund sollten Sie sicherstellen, dass Ihre Web-Präsenz in Suchmaschinen ganz oben angezeigt wird.

Verwenden Sie passende Keywords

Damit Ihre Website bei Google & Co. ein gutes Ranking erzielt, sollten Sie die Inhalte ihrer Seite auf bestimmte Schlagwörter (Keywords) hin optimieren. Diese sollten Sie nicht nur innerhalb der Texte, sondern auch für Seitentitel oder Überschriften nutzen. Einen der vorderen Ränge bei Google können Sie sich auch erkaufen, indem Sie zuvor festgelegte Keywords buchen. Der Eintrag innerhalb der Suchergebnisse wird dann als Anzeige gekennzeichnet.

Tragen Sie Ihr Unternehmen in Online-Verzeichnisse ein

Ein Firmeneintrag in Online-Verzeichnisse wie Google My Business oder Foursquare hilft dabei, von Suchmaschinen besser gefunden zu werden und mithilfe von Kundenbewertungen mehr Vertrauen zu schaffen.

Machen Sie es Smartphone-Nutzern leicht

Bereits 80% der Internetnutzer surfen regelmäßig mit dem Smartphone im Netz. Google hat das erkannt und räumt Websites, die optimal auf mobilen Endgeräten angezeigt werden, eine bessere Position innerhalb der

Suchergebnisse ein. Prüfen Sie daher, ob alle Inhalte Ihrer Seite auch auf Smartphones gut lesbar und die Menüpunkte einfach anzuwählen sind.

Aktualisieren Sie Ihre Website regelmäßig

Einmal eine Homepage aufgesetzt und nie wieder angefasst? Das langweilt Kunden und stört Suchmaschinen – diese belohnen neue Inhalte mit einem besseren Ranking. Eine einfache Möglichkeit, regelmäßig neue Inhalte auf der Website zu veröffentlichen, ist die Einbindung eines Blogs. Ihre Seite sollte Besucher jedoch nicht nur zum Verweilen, sondern auch zum Handeln einladen. Binden Sie ein Kontaktformular ein oder stellen Sie Preislisten zum Download bereit. Denn erst dann, wenn Seitenbesucher aktiv werden, profitieren Sie vom Klick auf Ihre Website.

Es gibt Tools, mit denen Sie einfach selbst eine Firmenwebsite erstellen und für Suchmaschinen optimieren – ganz ohne technische Vorkenntnisse. Mit 1&1 MyWebsite wählen Sie aus Tausenden individuell anpassbaren Templates mit Bild- und Textvorschlägen für mehr als 200 Branchen die für Ihr Unternehmen passende aus. Alle Website-Vorlagen werden auch auf Smartphones und Tablets optimal angezeigt. Mit wenigen Klicks ist Ihr Unternehmen in allen wichtigen Online-Verzeichnissen präsent und wird in Suchmaschinen optimal gefunden. Um intensiver mit Kunden in Kontakt zu treten, können Sie zudem professionelle Newsletter erstellen und versenden, einen Blog direkt in die Website einbinden oder diese mit sozialen Medien verknüpfen.

“Je länger Besucher auf Ihrer Website bleiben, desto besser ist Ihr Google-Ranking.”



1&1 Internet SE
Elgendorfer Str. 57
56410 Montabaur

Branche
Webhosting

Gründung
1988 in Montabaur

Telefon:
+49 721 9605871

Web:
www.1und1.info



Elias Rendón Benger,
Website-Experte bei 1&1
www.1und1.info

Marketing als Erfolgsfaktor: Worauf die Top 50 Start-ups setzen und welche Rolle die Internationalisierung spielt

Neben dem Gründerteam und dem Geschäftsmodell ist das Marketing ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor. Ein Produkt oder eine Dienstleistung kann noch so gut sein – wenn das Angebot keiner kennt und es nicht gekauft wird, bringen alle Anstrengungen nichts.



Deshalb ist es wichtig und richtig, das Marketing als Investition in die Zukunft und nicht als bloßen Kostenblock zu betrachten. Wie aber geht man als Start-up das Thema richtig an? Welche Marketingkanäle eignen sich, auf wie viele Kanäle sollte man sich maximal konzentrieren? Wir haben unsere Top 50 Start-ups gefragt, wie sie mit dem Thema Marketing umgehen. Zum Abschluss des Kapitels widmen wir uns zudem noch dem Aspekt der Internationalisierung der Top 50 Start-ups.

Dabei sei vorweg geschickt, dass knapp 70% der Top 50 Start-ups ein Geschäftsmodell haben, das sich an Geschäftskunden richtet (B2B). Privatkunden sind als Ziel-

gruppe in der Minderheit und werden nur von etwas über 30% der befragten Unternehmen vorrangig adressiert.

Welche sind die drei wichtigsten Marketingkanäle?

In unserer Befragung der Top 50 Start-ups wollten wir zunächst wissen, welche Marketingkanäle jeweils genutzt werden.

Bei einer Forschungsarbeit zum Thema Marketing stellen die Wissenschaftler fest, dass sich mit genau drei gezielten Marketingmaßnahmen die höchste Effizienz erzielen lässt. Wir haben die Top 50 Start-ups daher auch nach ihren wichtigsten drei Marketingmaßnahmen gefragt.

Insgesamt nannten uns die Unternehmen dabei 136 Marketingaktivitäten, die sich in 21 unterschiedliche Maßnahmen gruppieren lassen. Interessant war neben der vergleichsweise großen Anzahl, dass es jeweils signifikante Unterschiede bei den Marketingaktivitäten zwischen B2B- und B2C-Geschäftsmodellen gab.

Autor

Jens Schleuniger
jens@fuer-gruender.de

Onlinemarketing und Social Media bei B2C

Fast alle Start-ups mit einem B2C-Geschäftsmodell setzen auf Social-Media-Marketing: 14 von 16 Start-ups nutzen Facebook & Co. zur Kundengewinnung. Jedes dieser 16 Start-ups ist in irgendeiner Form im Onlinemarketing aktiv, sei es durch Google Adwords, mit Affiliate-Marketing, Twitter-Aktivitäten, auf Instagram oder durch die Erstellung von Onlinecontent.

Dies mag nicht allzu sehr überraschen, da man über Facebook-Werbung oder Google Adwords relativ zielgenau und in großer Masse die gewünschte Kundengruppe ansprechen kann. Voraussetzung für den Erfolg ist natürlich eine professionelle Webseite (über die aber alle Start-ups verfügen) und ein gewisses Marketingbudget.

Offline waren die B2C-Start-ups deutlich weniger aktiv: Nur ein einziges Unter-



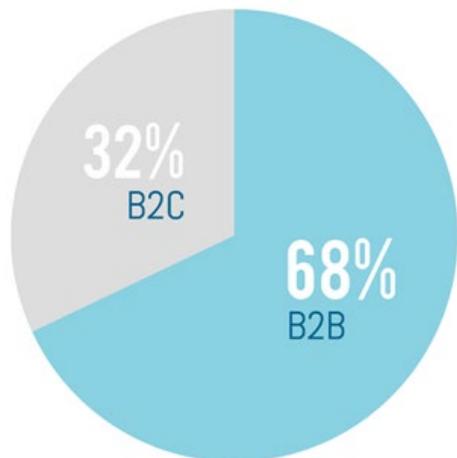
Dieses Kapitel wird
unterstützt von

MMarketing**viewer**

Gründer können ihren professionellen Marketingplan für ein effektives Online-Marketing mit unserer Marketing-App ganz einfach selbst erstellen. Die Marketing-Suite hilft mit einer Schritt-für-Schritt-Anleitung.

►► www.marketingviewer.com/templates

Kundenfokus der Top 50 Start-ups



nehmen hat beispielsweise angegeben, auch Messen für die Kundenakquise zu nutzen. Dies steht in starkem Kontrast zu den Start-ups mit B2B Fokus.

Messe, PR & Direktvertrieb bei B2B

Im Business-to-Business-Bereich ergibt sich ein deutlich anderer Fokus beim Marketing der Top 50 Start-ups und den daraus resultierenden Aktivitäten. 24 Start-ups der insgesamt 34 auf Geschäftskunden fokussierten Start-ups nutzen den Angaben zufolge insbesondere Messen und/oder Fachkonferenzen, um mit ihren zukünftigen Kunden in Kontakt zu treten.

16 der B2B-orientierten Start-ups versuchen zudem, über Public Relations-Maßnahmen am Branding, der Reputation und dem Bekanntheitsgrad zu arbeiten. Allen voran steht hier die Erstellung von Content in Form von Fachbeiträgen, der insbesondere über Fachmedien verbreitet werden soll.

Interessant zu beobachten war auch der Mix zwischen Onlinemarketing und klassischen Werbeaktivitäten. Während im B2C-Bereich anscheinend vorwiegend auf

Im B2B-Bereich setzen die Start-ups auf Messen, PR und Direktvertrieb. Das Onlinemarketing hat im Vergleich mit dem B2C-Bereich einen weniger hohen Stellenwert.

Onlinemarketing gesetzt wird, ist das Verhältnis bei der Ansprache von Geschäftskunden deutlich ausgeglichener. So wurde bei den Unternehmen mit B2B-Kundenfokus zum Beispiel vergleichsweise oft Werbung in Fachzeitschriften als wichtigster Marketingkanal genannt.

Häufig wurde auch der Aufbau einer eigenen Vertriebseinheit erwähnt. Key-Accounts werden professionell von einem gesonderten Sales-Team betreut. Bei der Erweiterung des Netzwerks nutzen viele Unternehmen soziale Netzwerke wie Xing und/oder LinkedIn, um mit potenziellen Neukunden Kontakt aufzunehmen. Aber auch Präsentationen vor einem Fachpublikum wurde einige Male genannt.

Klar ersichtlich ist bei den Marketingaktivitäten im B2B Bereich, dass versucht wird, möglichst direkt den Kundenkontakt zu suchen oder über ein paar wenige exklusive Vertriebspartner den Markt zu bedienen.

Unterschiede im Marketing bei Expansion ins Ausland?

Verfolgt ein Start-up, das neben dem Binnenmarkt auch ausländische Märkte bedient eine andere Marketingstrategie als ein Unternehmen, das sich ausschließlich auf die heimische Nachfrage konzentriert? Eine eindeutige Antwort auf diese Frage konnten wir im Rahmen der Befragung zwar nicht finden. Erstaunt haben uns ein paar Ergebnisse trotzdem, die wir nachfolgend vorstellen:

- » Über die Hälfte der Start-ups ist im Ausland aktiv
- » Der Grad der Internationalisierung hängt nicht nur vom Unternehmensalter ab
- » Unternehmen mit B2B-Geschäftsmodellen wagten öfters den Sprung über die Grenzen
- » DACH-Region und USA sind die Hauptziele

Von den 50 Top Start-ups sind 29 neben dem deutschen Markt auch in andere Länder expandiert. Weitere sieben junge Unternehmen planen zudem für 2017 die Erschließung ausländischer Märkte.

Auslandsaktivitäten der seit 2014 gegründeten Top 50 Start-ups

	GEGRÜNDETE START-UPS	DAVON AUCH IM AUSLAND TÄTIG
2016	13	7
2015	12	7
2014	8	5

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass der Grad der Internationalisierung nicht nur mit dem Alter des Unternehmens zusammenhängt. Von den 13 Unternehmen, die 2016 gegründet wurden, haben sieben angegeben, bereits in anderen Märkten tätig zu sein. Auch bei den zwölf Start-ups, die 2015 gestartet sind, haben sieben bereits ins Ausland expandiert. Interessant war jedoch insbesondere, dass von den sieben in der Gründung befindlichen Unternehmen knapp die Hälfte (drei) mit einer internationalen Strategie starten wird.

Wir hätten erwartet, dass es B2C-fokussierten Start-ups leichter fällt, den Schritt ins Ausland zu wagen. Schließlich können die wichtigsten Marketingkanäle wie Social Media, Google Adwords & Co. auch über die Landesgrenzen hinaus relativ einfach bedient werden. Diese Theorie hat sich allerdings nicht bewahrheitet: Von den 16 Start-ups mit einem B2C-Geschäftsmodell sind insge-

samt nur sieben schon im Ausland aktiv. Im B2B Bereich möchten allerdings 22 der 34 Start-ups auch außerhalb von Deutschland neue Kunden gewinnen.

Bei der Frage, welche anderen Länder beziehungsweise Regionen besonders attraktiv erscheinen, belegte die DACH-Region den ersten Platz. Insbesondere die B2B-Start-ups scheinen mit ihren Kapazitäten auch die Chancen der anderen deutschsprachigen Länder nutzen zu wollen. Knapp dahinter folgte auf Platz 2 die USA. 14 Start-ups hatten angegeben, ihr Angebot hier zu vertreiben. Interessant war, dass die EU nur sieben Mal als Zielmarkt genannt wurde – im Vergleich z.B. zu den asiatischen Ländern, die elf Mal erwähnt wurden.

Fazit

Marketing spielt eine bedeutende Rolle für die Entwicklung eines Unternehmens. Die Top 50 Start-ups setzen vor allem auf die sozialen Netzwerke wie Facebook, Instagram oder Twitter. Auch Werbung via Google und Facebook sind besonders beliebt – kein Wunder, denn dort kann man besonders zielgruppenspezifisch die Kundengruppe erreichen.

Die Mehrheit der Top 50 Start-ups ist im B2B-Bereich tätig. Hier setzen die Unternehmen auf Fachmedien und -events sowie Xing oder LinkedIn.

Einige Beobachtungen konnten wir auch in Sachen Internationalisierung machen. 29 der Top 50 Start-ups sind bereits international aktiv, sieben weitere planen eine Expansion ins Ausland im Jahr 2017. Unsere Vermutung war, dass durch Marketingkanäle, die einen einfachen Zugang zu Kunden im Ausland verschaffen – beispielsweise soziale Medien oder Google AdWords – vor allem B2C-Start-ups bereits im internationalen Umfeld agieren. Entgegen unserer Erwartungen ist das allerdings bei B2B-Unternehmen häufiger der Fall.

5 Maßnahmen für effektives Online-Marketing

1. Marktforschung

Eine ausführliche Marktanalyse ist Voraussetzung für deinen Erfolg. Erstelle zunächst eine ausführliche Zielgruppenanalyse. Zahlen, Fakten, Verhaltensweisen der Kunden, Konkurrenzanalyse sind nur einige der Daten, die du unbedingt kennen musst. Stelle insbesondere alle Informationen zu deiner „Buyer Persona“ zusammen. Eine „Buyer Persona“ ist eine virtuelle Person, die Visualisierung deiner Zielgruppe. Sie zeigt uns vor allem das Verhalten dieser Person. Dabei bezieht sie die Probleme, Bedürfnisse, Wünsche, Ziele, Einwände, die Entscheidungsfindung und Gefühlswelt des Kunden mit ein. Am Ende der Recherchen solltest du die „Buyer Persona“ definiert haben.

2. Produkte

Produktentwicklungen erfordern Investitionen. Wenn du im Rahmen der Marktforschung feststellst, dass es keinen Markt für dein Produkt gibt, spare dir jegliche Investitionen. Der Kunde bestimmt, welches Produkt er kauft, und damit auch, welches Produkt du herstellen solltest, von wenigen Ausnahmen abgesehen. Produziere nur ein Produkt, für das es auch Kunden gibt.

3. System

Für ein effektives Online-Marketing musst du alle Vorgänge automatisieren. Dazu implementierst du einen Sales-Funnel. Dieser Sales-Funnel bildet alle Interaktionen mit deinem Kunden ab. Automatisiert. 24 Stunden am Tag. Der Vorteil: Du musst das System nur einmal

aufsetzen. Zurzeit werden durch E-Mail-Marketing noch immer ca. 75% Umsatz gemacht. Nutze deinen Sales-Funnel für E-Mail-Marketing und erhöhe damit deinen Umsatz.

“Das Internet ist wie eine Welle: Entweder man lernt, auf ihr zu schwimmen, oder man geht unter.”

Bill Gates

4. Werbung

75% aller User nutzen das Mobiltelefon, dann kommt das Tablet und erst mit Abstand der Laptop. Bedenke dies bei deiner Planung. Welcher Werbe-Channel für

deinen Markt der richtige und profitable ist, kannst du in einem ersten Check anhand deiner „Buyer Persona“ ermitteln. Konzentriere dich anfangs auf EINEN Werbe-Channel. Lerne zu verstehen, wie er funktioniert und mache ihn profitabel, bevor du einen weiteren Werbe-Channel bespielst. Die Auswahl des richtigen Werbe-Channels ist entscheidend für deinen Erfolg.

5. Optimierung

Conversion ist Key. Vom ersten Kontakt mit deinem Interessenten bis zum Kauf sind unterschiedliche Interaktionen mit dem Interessenten notwendig. Zu jedem Zeitpunkt dieser Interaktionen hat der Interessent die Möglichkeit, den Prozess abzubrechen. Um diese Abbruchraten zu verringern, kannst du Optimierungen vornehmen. Dazu musst du genau wissen, wie sich der Interessent verhält und wo und warum er abgesprungen ist. Oft sind dies nur Kleinigkeiten, die aber große Auswirkungen auf deinen Umsatz haben. Um die Gründe herauszufinden, kannst du z.B. Umfragen oder Split-Tests durchführen. Durch Optimierung kannst du die Conversion-Rates und damit deinen Umsatz wesentlich erhöhen.



DIBACON GmbH
Seestraße 24
CH-6443 Gersau

Branche
Informationstechnologie
Digitales Marketing

Gründung
2000

Telefon:
+41 79 285 83 62

E-Mail:
contact@dibacon.com

Web:
www.dibacon.com

Grüne Start-ups präsentieren innovative Geschäftsideen

Der Gründungsanteil von Start-ups aus der Green Economy liegt in Deutschland inzwischen bei fast 15%. Die Green Economy ist nach dem Handel das zweitgrößte Gründungsfeld. Damit nimmt Deutschland eine tragende Rolle in Europa ein. Ein Trend, der sich auch in diesem Jahr in unseren Top 50 Start-ups widerspiegelt.



Die Themen Klima- und Umweltschutz, erneuerbare Energien, Energieeffizienz, Kreislaufwirtschaft oder Emissionsvermeidung nehmen eine immer größere Bedeutung im Bewusstsein der deutschen Gründerlandschaft ein und finden ihren Niederschlag in den Geschäftsmodellen der Gründer. Inzwischen kommt laut einer Studie des Green Economy-Gründungsmonitors fast jede fünfte Neugründung aus dem Bereich Umweltschutz, auch wenn das Thema nach wie vor im Schatten der Digitalisierung steht.

Den Trend zur „grünen Gründung“ bestätigt auch Prof. Dr. Klaus Fichter, einer der Verfasser des Green Economy-Gründungsmonitors: „In den letzten zwei Jahren ist eine verstärkte Zuwendung von Investoren hin zu Start-ups aus dem Umfeld der Green Economy zu beobachten. Aufgrund der großen ökonomischen Potenziale grüner Zukunftsmärkte, sind diese Start-ups auch für klassische Investoren ‚zunehmend sexy‘. Das erhöht aktuell den Wettbewerb zwischen Investoren um die besten grünen Start-ups.“

Gleichzeitig appelliert er aber auch an die Verantwortlichen in Wirtschaft und Politik, diesem Bereich eine entsprechend hohe Priorität einzuräumen, die seiner Stellung als qualitativ und ökonomisch wichtigem Gründungsumfeld gerecht wird.

Autor

Torsten Pinkert
torsten@fuer-gruender.de

Deutschland international im Spitzenfeld

Auch im internationalen Vergleich rangiert die deutsche Gründerlandschaft im Bereich Umweltinnovationen im Spitzenfeld, der Schwerpunkt liegt im Bereich erneuerbare Energien. Und der Abstand zu den Spitzenreitern aus den skandinavischen Nachbarländern Schweden und Finnland konnte zuletzt weiter verringert werden.

Dass das Thema Green Economy inzwischen tatsächlich auch in der Politik angekommen und die Förderung von Start-ups ein wichtiges Signal ist, um durch Innovation eine Transformation in Richtung Nachhaltigkeit zu forcieren, bestätigt Nina von Sartori vom Bundesministerium für Bildung und Forschung: „Für die Durchsetzung von Nachhaltigkeit am Markt können Start-ups eine zentrale Rolle spielen, die über ihre Marktanteile hinausgeht: mit disruptiven nachhaltigen Geschäftsmodellen können sie große Märkte regelrecht aufmischen und da-



Dieses Kapitel wird
unterstützt von



ecos office center bieten an 70 Standorten in Deutschland, Belgien, Frankreich, Luxemburg und Portugal neben flexibel buchbaren und voll eingerichteten Büros auch Meeting- und Konferenzräume in allen Größen an.

► www.ecos-office.com

durch sehr viel größere Akteure dazu zwingen, mehr zu tun, als die alten Geschäfte ein wenig effizienter zu gestalten.“

Wettbewerbe richten sich verstärkt an „grüne Gründer“

Der Trend zur „grünen Gründung“ spiegelt sich auch in der deutschen Wettbewerbslandschaft wider, denn immer mehr Gründerwettbewerbe prämiieren direkt oder über Sonderpreise Geschäftsmodelle der Green Economy.

Bereits seit 2014 unterstützt zum Beispiel der Green Alley Award Start-ups mit nachhaltigen Geschäftsmodellen für die Kreislaufwirtschaft und vergibt Geld- und Sachleistungen von insgesamt 30.000 Euro. Bewerben können sich Teilnehmer aus der ganzen Welt, wenn der Fokus ihrer Geschäftstätigkeit in Europa liegt. Miriam Kehl von green:ALLEY erwartet auch für 2017 wieder spannende Bewerber: „Seitdem wir im Jahr 2014 den Green Alley Award ins Leben gerufen haben, sehen wir eine starke Entwicklung in der Gründerlandschaft: Es entsteht eine neue Generation an Gründern und Gründerinnen, die Ökonomie und Ökologie gekonnt in Einklang bringen. Für 2017 erwarten wir, dass dieser Trend anhält bzw. kontinuierlich weiter steigt.“

Ebenfalls auf Gründer aus der Green Economy hat sich der StartGreen Award spezialisiert, der vom Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit ausgerichtet wird. Gesucht werden innovative Start-ups und vorbildliche Gründungsförderer im Bereich Klimaschutz und Nachhaltigkeit. In insgesamt vier Kategorien wird der Community Preis vergeben. Er umfasst:

- » Gründungskonzepte (noch nicht gegründet),
- » Start-ups (bis fünf Jahre),
- » Junge Unternehmen (fünf bis 15 Jahre) und
- » Gründungsförderakteure (Gründungszentren, Kapitalgeber etc.).

An die Preisträger werden Geld- und Sachpreise von insgesamt 50.000 Euro vergeben.

Und auch beim Next Organic Award liegt der Fokus auf dem Thema Nachhaltigkeit, bezieht sich aber hier ganz speziell auf Projekte aus der Lebensmittelbranche. Start-ups, die sich bewerben, dürfen nicht länger als zwei Jahre am Markt bestehen und müssen mit ihrem Geschäftsmodell in der Lebensmittelbranche angesiedelt sein. Preisträgern des Wettbewerbs winken Sachpreise wie z.B. eine Vertriebsberatung durch Handlungsexperten, ein Probelisting ihrer Produkte im Bio-Fachhandel, eine Finanzberatung durch Experten der GLS-Bank oder ein Messepaket auf der Green Gastro Show.

Anteil grüner Top 50 Start-ups liegt stabil auf Vorjahresniveau

Der Anteil der Start-ups aus dem Bereich Green Economy in den Top 50 ist gegenüber dem Vorjahr mit rund 10% nahezu gleichgeblieben. Die Geschäftsmodelle der Unternehmen drehen sich um saubere Energie für Gebäude, ökologisches Verpackungsmaterial und die Bereitstellung von sauberer und kühler Luft in Städten.

Das 2014 gegründete Start-up Green City Solutions will mit seinem „City Tree“ die Luftverschmutzung in Städten deutlich reduzieren. Der von den Gründern entwickelte „City Tree“ ist eine Kombination von IoT-Technologien mit speziellen Pflanzen (u.a. Mooskulturen), durch die Feinstaub und Stickoxide aus der Luft gefiltert werden. Ein einzelner „City Tree“ kann dabei den Feinstaub von bis zu 417 PKW binden, bis zu 100 Kilogramm CO₂ pro Jahr absorbieren und die Luft 275-mal effektiver als ein Baum reinigen. Mit ihrer Idee konnte Green City Solutions im letzten Jahr sowohl den EIT Digital Challenge sowie den Green Alley Award und damit Preise von insgesamt 87.000 Euro (Geld- und Sachpreise) gewinnen.

Mit jeweils einem ersten Platz beim Next Economy Award und dem Neumacher-Gründerwettbewerb konnte

Rund 10% der Top 50 Start-ups 2016 sind dem Bereich „Green Economy“ zuzuordnen.



Der nationale Spitzenpreis der grünen Gründerszene



- Für innovative Start-ups und vorbildliche Gründungsförderer der Green Economy
- Attraktive Geld- und Sachpreise
- Gezieltes Matching mit Investoren

www.start-green.net/award

auch Landpack zwei wichtige Gründerwettbewerbe in Deutschland für sich entscheiden. Das brachte dem 2013 gegründeten Start-up neben der hohen medialen Aufmerksamkeit eine Siegerprämie von 10.000 Euro sowie Sachpreise in Höhe von 300.000 Euro. Landpack hat sich auf die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von umweltfreundlichen Verpackungen spezialisiert. Besonders der in Überfluss vorhandene Rohstoff Stroh kommt dabei zum Einsatz, der ohne Einsatz von Klebstoffen zu Formteilen verarbeitet wird und die Leistungsdaten von Styropor erreicht. Die zur Herstellung notwendige vollautomatische Anlagentechnik wurde innerhalb von drei Jahren von Landpack ebenfalls selbst entwickelt. Mehr über Landpack erfährt ihr im Interview ab Seite 51.

Die Nutzung von Umgebungswärme zur autarken Stromversorgung steckt hinter dem Geschäftsmodell von otego. Dazu entwickelt das Start-up thermoelektrische Generatoren (TEGs), die Wärme direkt in Strom umwandeln können, sobald sie in einen Temperaturunterschied gebracht werden. Die Geräte arbeiten vollkommen wartungsfrei, und bereits kleine Temperaturunterschiede reichen zur Stromerzeugung. Damit könnten zum Beispiel im Smart Home-Bereich lästige Batteriewechsel für IoT-Devices wie Heizungsventile oder andere drahtlose Sensoren durch den Einsatz der TEGs bald der Vergangenheit angehören. Otego konnte mit der Idee beim Elevator Pitch BW und beim Science4Life Venture Cup überzeugen.

Grüne Gründer: Die Richtung stimmt

Der Trend zu Unternehmensgründungen im Bereich Green Economy hat bereits in den vergangenen Jahren zahlreiche vielversprechende Start-ups mit starken Wachstumspotenzialen hervorgebracht. Unsere diesjährigen Kandidaten zeigen, dass sich die positive Entwicklung der letzten Jahre auch 2016 fortsetzen konnte und Gründer mit innovativen und auf Nachhaltigkeit basierenden Geschäftsmodellen nicht nur bei Gründerwettbewerben, sondern auch wirtschaftlich erfolgreich sein können.

Business Center: Flexibler und kostengünstiger als das herkömmliche Büro

// Herr Chlubek, für alle, die Business Center nicht kennen: Was ist das? Business Center bieten Komplettbüros, Konferenz- und Seminarräume zur bedarfsgerechten, kurz- oder langfristigen Nutzung und mit professioneller Büro- und Technikausstattung. Qualifiziertes Empfangs- und Sekretariatspersonal sorgt für ein Wohlfühlambiente. Zudem bieten Business Center wie die ecos office center Geschäftsadressen-, Post- und Telefonservicedienstleistungen an.

“Das Entscheidende an einer guten Immobilie: Lage und Flexibilität”

Thomas Chlubek,
Geschäftsführer

// Herr Grüber, welche Vorteile genießen Kunden der ecos office center? Unsere Kunden bevorzugen hochflexible und kostengünstige Lösungen, sowohl bei Büros und Konferenzräumen als auch bei Sekretariatsleistungen und Repräsentanz-Adressen. Somit können sie sich rasch an wirtschaftliche Veränderungen anpassen, neue Märkte testen oder Standorte aufbauen, erweitern oder verlagern, ganz nach ihrem aktuellen Bedarf. Unsere Kunden reagieren so auf jede Veränderung in ihrem Unternehmen in kürzester Zeit und ohne langfristige Bindungen an Räume und Personal: Miet- oder Arbeitsverträge sowie Anmeldungen und Kündigungen bei Telefon-, Web- und anderen Dienstleistern entfallen einfach.

// Herr Chlubek, Stichwort „Kosteneinsparung“. **Wie sparen Ihre Kunden Geld?** Nun, zunächst einmal brauchen unsere Kunden keine Möbel zu kaufen, keine Telefonanlage und keinen Beamer: Unsere Büros und Tagungsräume sind vollständig, hochwertig und modern

ausgestattet. Dabei gilt: Gebucht wird nur, was gebraucht wird, und bezahlt wird nur, was gebucht wird. Durch die gemeinsame Nutzung allgemeiner Verkehrsflächen wie Empfang oder Sanitäranlagen reduzieren sich die Kosten weiter. Der dritte, entscheidendste und am schwersten zu messende Spareffekt ergibt sich daraus, dass wir jedem

Kunden ermöglichen, sich von der ersten Minute an voll auf sein Kerngeschäft zu konzentrieren. Denn wir übernehmen den kompletten administrativ-organisatorischen Teil: Telefon- und Terminservice sowie Sekretariatsaufgaben, Reinigung

aller Räume vom Büro über die Bistroküche bis zum WC sowie Pflege und Wartung der gesamten Technik.

// Herr Grüber, für wen eignen sich Business Center?

Für jeden, der Leistungen schätzt, die sich an seine veränderlichen Bedürfnisse anpassen: KMUs aller Branchen, Start-ups und Gründer sowie Unternehmen, die zeitlich begrenzt Bürodienstleistungen, Arbeitsplätze und Besprechungsräume benötigen.

// Herr Grüber, Business Center gibt es viele. Was zeichnet die ecos office center aus? Unsere Center sind inhabergeführt: Statt anonymer Massenabfertigung genießen unsere Kunden eine persönliche, nahezu liebevolle und dabei stets professionelle Betreuung durch unsere Teams. Manche Center der ecos-Gruppe sind als „Familienfreundliches Unternehmen“ zertifiziert, und das geben wir auch an unsere Kunden weiter: Wenn nötig, kümmern wir uns auch mal um den Nachwuchs.



ecos office center GmbH & Co. KG
70 Standorte in Deutschland, Belgien, Frankreich, Luxemburg, Portugal

Branche
Business Center, Bürovermietung

Gründung
1998

Telefon:
+49 6196 400 175

E-Mail:
info@ecos-office.com

Web:
www.ecos-office.com



Thomas Chlubek



Steffen Grüber

Life Sciences – Nicht nur für unsere Gesundheit eine Zukunftsbranche

Life Sciences. Unter diesem Begriff werden sämtliche Forschungsfelder zusammengefasst, die sich mit Lebewesen beschäftigen: von Biologie über Medizin bis hin zu Ernährungswissenschaften. Wie bedeutsam Start-ups in dieser Branche sind, zeigt unsere Wettbewerbsanalyse.



Fernab von den Start-ups, die tagtäglich prominent in den gründerrelevanten Medien zu sehen sind und somit auch maßgeblich das Bild der deutschen Gründerwelt prägen, tummelt sich eine ganz andere Art von Jungunternehmen – nämlich die aus dem Bereich der Life Sciences. Ihre Geschäftsmodelle sind meistens auf B2B ausgerichtet und ihre Ideen zu komplex, um sie in wenigen Worten zu beschreiben. Das sind zwei Erklärungen, weshalb diese Start-ups in der breiten Masse vergleichsweise wenig Beachtung finden, obwohl ihre Ideen höchst innovativ sind.

Elf Life Science-Start-ups unter Top 50

Weniger erfolgreich sind sie deswegen aber noch lange nicht. Wir haben unter unseren Top 50 Start-ups des Jahres 2016 gleich elf Start-ups dem Bereich Life Sciences zuordnen können. Damit handelt es sich um die größte Branche.

Als Top 50 Start-up ausgezeichnet ist beispielsweise das Unternehmen FerroSens, das es durch ein innovatives Gerät ermöglicht, Eisenmangel ohne die Entnahme von Blut zu messen. Insbesondere während der Schwangerschaftsvorsorge oder bei Kindern ist dieses Screening sehr wichtig. Mit der neuartigen Methode des Münchner Start-ups kann die Eisenanalyse innerhalb von einer Minute schmerzfrei durchgeführt werden.

Mit dabei ist auch das Darmstädter Start-up Nelumbobox, das smarte Kühlboxen für den Transport von tempe-

raturesensiblen Medikamenten entwickelt. Die Technik ermöglicht es damit beispielsweise Pharmagroßhändlern, sämtliche Daten wie Klima oder Ort zu überwachen und somit Medizin oder Proben mit einem hohen Sicherheitsstandard von A nach B zu bringen.

Auch die anderen neun Top Start-ups aus diesem Bereich beschäftigen sich mit Dingen, die der Menschheit helfen, ohne dass sie jeder verstehen muss: sei es die Verbesserung von medizinischen Geräten oder die Erforschung neuer Wirkstoffe, die Möglichkeit neuer Therapien oder die clevere Art von Analysen. Mehr dazu lest ihr auch im Interview mit Ad-O-Lytics ab Seite 45 oder im Rückblick zu COLDPLASMATECH ab Seite 69 dieser Publikation.

Investoren aufgepasst

Dass Start-ups aus dem Bereich Life Sciences nicht nur (medizinisch) Hoffnung bringen, sondern auch finanziell attraktiv sind, zeigen ein paar Zahlen aus A-Runden-Finanzierungen im Jahr 2016:

- » 40 Mio. Euro gab es für iOmx, das auf Medikamente spezialisiert ist, die verhindern sollen, dass der Krebs dem körpereigenen Immunsystem entkommt.
- » 15 Mio. Euro gingen an Rigontec, das Immuntherapeutika für die Behandlung von Krebs und Virus-erkrankungen entwickelt.

Autorin

Katja Vogt
katja@fuer-gruender.de

- » 9 Mio. Euro konnte HepaRegeniX einwerben, eine Biotechfirma, die innovative Behandlungen für Lebererkrankungen entwickelt hat.

Auch das Business Angel Panel unterstreicht das hohe Interesse von Investoren im Bereich Life Sciences. Hierbei handelt es sich um ein Marktbarometer, das u.a. vom Business Angels Netzwerk Deutschland (BAND) und diversen Hochschulen ins Leben gerufen wurde. Das Panel soll Entwicklungen des Marktes für privates Eigenkapital aufzeigen. Hierfür werden Business Angels quartalsweise befragt, unter anderem zur Attraktivität von Branchen für Wagnisfinanzierung. Medizintechnik rangiert dabei stets auf den ersten fünf Plätzen – im zweiten Quartal 2016 belegte die Branche sogar Platz 1.

Diese Wettbewerbe helfen euch

Das hohe Potenzial der Start-ups wollen auch zahlreiche Wettbewerbe unterstützen. Insgesamt elf aus unseren 163 Wettbewerben konnten wir ausfindig machen, die eindeutig einen Bezug zu Life Sciences bieten. Einer der bekanntesten Wettbewerbe aus diesem Bereich ist der Science4Life Venture Cup, der Gründern in drei Phasen bei der Entwicklung des Businessplans zur Seite steht. Ebenfalls auf den Businessplan fokussiert sich der BPW Medizinwirtschaft, der Gründern innerhalb von sechs Monaten in zwei Phasen zum zertifizierten Businessplan verhelfen will.

Eine intensive Begleitung durch persönliche Mentoren und kontinuierliches Feedback durch Experten stehen bei beiden Wettbewerben im Fokus, doch auch Preisgelder werden vergeben – im Falle von Science4Life insgesamt bis zu 82.000 Euro, beim BPW Medizinwirtschaft über 10.000 Euro.

Ebenfalls einen Blick wert ist der AICHEMIA-Gründerpreis, der 2018 in die zweite Runde geht. Gesucht werden hierfür bereits in diesem Jahr Start-ups aus den Bereichen Chemie, Verfahrenstechnik und Biotechnologie.

In drei Phasen werden Ideen, Konzepte und Businesspläne vorgelegt. Neben 10.000 Euro pro Preisträger können sich die Gewinner dann vor einem internationalen Fachpublikum präsentieren. Ziel ist es dabei auch, den Start-ups einen Zugang zu potenziellen Investoren zu verschaffen. Der Preis wird u.a. vom High-Tech Gründerfonds ausgeschrieben.

Übrigens: Natürlich kommen für euch als Life Science-Start-up nicht nur Wettbewerbe mit Branchenfokus in Frage. Diese liefern zwar einen zielgruppenspezifischeren Zugang zu Netzwerken und Experten. Aber auch andere Wettbewerbe bieten gute Unterstützung für die Gründung. Das zu Beginn des Kapitels vorgestellte Start-up FerroSens konnte sich beispielsweise auch beim Wettbewerb BayStartUP und das Unternehmen Nelumbo bei Hessen Ideen erfolgreich durchsetzen.

Life Sciences 2017 – Trend oder kein Trend?

Im vergangenen Jahr wagten wir den Blick in die Glaskugel und sagten, dass der Trend weiter anhalten wird. Obwohl damals 15 und in diesem Jahr „nur“ elf Start-ups unter unseren Top 50 Start-ups des Jahres 2016 sind, würden wir diese Prognose jedoch wieder wagen. Nicht zuletzt durch Gründerwettbewerbe, aber auch Förderprogramme wie EXIST, die wissenschaftliche Ausgründungen unterstützen, und weitere Programme, haben Unternehmen aus dem Bereich Life Sciences optimale Bedingungen für den Start.

Zudem kommt das beschriebene hohe Interesse von Investoren und Initiativen, die Life Science-Start-ups längst nicht nur als Innovations-, sondern auch als Jobmotor sehen. Uns bleibt es an dieser Stelle nur, euch zu raten, gerade am Anfang, wenn es um den Businessplan und die Finanzierung geht, sämtliche Unterstützung anzunehmen – ein Blick in unserer Wettbewerbsübersicht (ab Seite 29) und die Tipps von Gründungsexperten (ab Seite 53) lohnt sich also.

Für Life-Science-Start-ups lohnt sich nicht nur die Teilnahme an branchenspezifischen Wettbewerben. Die Konzepte überzeugen auch bei branchenoffenen Wettbewerben.



GRÜNDERINITIATIVE | LIFE SCIENCES
CHEMIE
ENERGIE

BESSER GRÜNDEN

Wir unterstützen High-Tech Start-ups professionell und kostenfrei


 Life Sciences


 Life Sciences


 Chemie


 Energie



Science4Life Venture Cup Bundesweiter Businessplan-Wettbewerb

Weitere Informationen und Anmeldung unter
www.science4life.de

Eine Initiative von




Robo-Advisors, Crowdfunding und Banking Service Provider: Fintechs schaffen den Sprung in die Top 50

Obwohl das Thema medial in den vergangenen beiden Jahren bereits kräftig gehypt wurde, schaffte es kein einziges Fintech-Unternehmen unter die Top 50 Start-ups des Jahres 2015. Das hat sich im Ranking für 2016 geändert: Auch in der Wettbewerbslandschaft scheinen sich die Start-ups mit ihrem Potenzial und ihrer Innovationskraft behaupten zu können.



Gemäß dem in der Szene vielbeachteten Blog Paymentandbanking.com stieg die Zahl der Fintechs in Deutschland zum Jahresende 2016 auf 270 und hat sich damit gegenüber dem Jahresstart fast verdoppelt. Parallel zu dieser Entwicklung ist das Interesse an den digitalen Finanzdienstleistern, die mit ihren Geschäftsmodellen den alteingesessenen Vertretern der

Bank- und Versicherungswirtschaft Konkurrenz machen wollen, sowohl in den Medien, in der Politik als auch bei den Investoren und bei den Banken selbst kontinuierlich gewachsen. Und auch in der Landschaft der Gründerwettbewerbe gibt es nun vielfältigere Möglichkeiten für die Branche, als es zuvor der Fall war.

Standort Frankfurt wird zum Fintech-Inkubator

Wie Branchengrößen versuchen, vom Innovationsgeist der Fintech-Start-ups zu profitieren, zeigt sich am Finanzplatz Frankfurt. Hier entstanden in den letzten Jahren zahlreiche Inkubatoren, die jungen Unternehmen ideale Bedingungen für ihre Geschäftsmodelle bieten. Beispiele dafür sind der main incubator der Commerzbank oder der FinTech-Hub der Deutschen Börse. Die Deutsche Bank arbeitet mit dem Axel Springer Plug and Play Accelerator zusammen, um im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie bis zu 750 Mio. Euro in spannende Fintechs zu investieren. Und sogar die hessische Landesregierung hat mit dem TechQuartier eine Initiative gestartet, um Entrepreneur, Investoren und Unternehmen aus der Finanzbranche in Kontakt miteinander zu bringen.

Autor

Torsten Pinkert
torsten@fuer-gruender.de

Kooperationen als goldener Mittelweg

Auch die Summen, die Investoren bereit sind, in Fintech-Start-ups zu investieren, sind im vergangenen Jahr deutlich angestiegen. Offenbar trauen die Geldgeber den Start-ups immer häufiger zu, mit ihren Geschäftsmodellen auch langfristig erfolgreich zu sein und sich am Markt gegen die etablierten Unternehmen durchzusetzen oder mit diesen sinnvolle Kooperationen einzugehen.

Kooperationen mit Finanzinstituten: Das könnte der goldene Mittelweg sein, mit dem Fintechs in der streng

regulierten Finanzbranche langfristig erfolgreich sind. Die jungen Unternehmen bieten die innovativen Geschäftsmodelle, mit denen sich die Branche umkrepeln lässt, die etablierten Unternehmen haben die Organisationsstruktur, den Zugang zu Kunden und das Know-how, um die zahlreichen strengen Regularien zu erfüllen.

Einige Beispiele bestätigten dieses Erfolgsmodell, wie der Einstieg der GRENKE Bank beim Bezahlspezialisten barzahlen.de oder das Engagement der Deutschen Börse AG beim Hamburger Fintech Figo zeigt.

Gründerwettbewerbe liegen im Trend

Der gewachsenen Bedeutung von Fintechs trägt inzwischen auch die Wettbewerbslandschaft in Deutschland Rechnung, denn immer mehr Gründerwettbewerbe spezialisieren sich auf das Thema Fintech oder berücksichtigen dieses verstärkt, zum Beispiel durch entsprechende Sonderpreise oder Wettbewerbskategorien.

Ausschließlich um Fintechs geht es beim Wettbewerb Fintech-Startup des Jahres. Hier sucht der Blog Paymentandbanking.com das deutschsprachige Fintech-Unternehmen, das das zurückliegende Jahr am meisten geprägt hat. Die Sieger 2016 wurden während des Fintech-Events „Between the Towers“ in Frankfurt präsentiert.

Ebenfalls nur auf Fintech-Start-ups fokussiert sich der Wettbewerb EURO FINANCE TECH Award, der seine Sieger in den Kategorien Investing, Lending, Transaction & Infrastructure und beste Kooperation kürt.

Und auch der renommierte CODE_n Award, der die innovativsten Start-ups der Welt sucht, trägt dem Fintech-Trend Rechnung und organisierte 2016 zum ersten Mal ein eigenes Fintech-Cluster mit dem Titel CODE_n – Applied FinTech.

Vier Fintechs in den Top 50 Start-ups 2016

Wie eingangs bereits erwähnt, waren in unseren vergangenen beiden Ausgaben noch keine Fintechs unter den bei Gründerwettbewerben erfolgreichsten Start-ups zu

Statt auf Konfrontation setzen etablierte Anbieter der Bankenwirtschaft auf Kooperationen mit den Fintechs.

finden. Das sieht für 2016 ganz anders aus, denn mit Ginmon, bettervest, figo und Seedmatch kommt fast jedes zehnte Unternehmen aus dem Fintech-Bereich.

Mit Seedmatch und bettervest sind gleich zwei Unternehmen vertreten, die im Bereich Crowdfinanzierung aktiv sind und dort gleichnamige Plattformen betreiben, auf denen Privatpersonen in junge Start-ups oder in nachhaltige Projekte investieren können.

Auf dem Trend zur digitalen Vermögensverwaltung, auch unter dem Begriff Robo-Advisors bekannt, basiert das Geschäftsmodell von Ginmon. Frei von Emotionen und basierend auf einem streng wissenschaftlichen Ansatz werden Anlageentscheidungen im Ginmon-Portfolio zum Nutzen der stetig steigenden Kundenzahl getroffen.

Banking einfacher und offener zu machen ist die Geschäftsidee des Hamburger Start-ups Figo. Das bereits 2012 gegründete Unternehmen bezeichnet sich selbst

als Europas ersten Banking-Service-Provider und möchte mit seiner entwickelten Banking-API die Brücke zwischen innovativen Finanzservices und 3.100 Finanzquellen mit über 55 Millionen Nutzern schlagen.

Figo markiert damit gleichzeitig einen Trend, der bei allen Fintechs in unseren Top 50 erkennbar ist: Die Unternehmen bestehen schon deutlich länger am Markt als der Durchschnitt der Top 50 Start-ups. Offenbar haben die stark erklärungsbedürftigen Geschäftsmodelle länger gebraucht, bevor deren Potenzial erkannt wurde. Der Standort Frankfurt schneidet als künftiger Fintech-Inkubator ebenfalls gut ab, denn zwei der vier Start-ups kommen aus Hessen.



SPINLAB

THE HHL
ACCELERATOR



6-monatiges Unterstützungsprogramm

- Coaching & Mentoring
- Coworking
- Financing & Venture Capital
- Internationalization
- Network & Events
- Recruiting
- Technology Access & Deals

6.000€
Startprämie!

www.spinlab.co

Gründerwettbewerb
mit 25.000€ Preisgeld

spinlab.co/porsche

Unser Blick zurück: Was aus Preisträgern der letzten Jahre geworden ist

Inzwischen erscheint unsere Publikation „Gründerwettbewerbe in Deutschland“ in der dritten Auflage. Das nehmen wir zum Anlass, um neben der Vorstellung der aktuellen Top 50 auch einen Blick zurück auf Unternehmen zu werfen, die es in den vergangenen Jahren auf die vorderen Plätze geschafft haben.

Wie haben die Start-ups von der Teilnahme an den Gründerwettbewerben profitiert? Wie sind die Geschäfte in den letzten beiden Jahren gelaufen? Auf welche Erfolge sind die Gründer besonders stolz, und wo hat es auch mal gehakt? Vor welchen Herausforderungen stehen die Start-ups im neuen Jahr, und welche Trends erwarten sie in ihrer Branche?

Diese und weitere Fragen haben wir den Gründern von FOVEA, Coldplasmatech, Fast Forward Imaging, ProGlove, Hydrogenious Technologies und green spin gestellt und präsentieren euch nachfolgend die Ergebnisse.

Erfolgreich mit einer Holzzähl-App – denn Bäume wachsen überall

Besser als erwartet läuft es nach Angaben von Gründer Manfred Ide bei seinem Start-up FOVEA. Das 2014 gegründete Unternehmen will mit seiner Holzvermessungs-App die Holzlogistik revolutionieren. Mit der App ist eine fotooptische Volumenberechnung von Holzeinheiten möglich, was bei Waldbesitzern zu erheblichen Zeit- und Kostenersparnissen führt. Neben der Holzzähl-App hat FOVEA inzwischen weitere Produkte, unter anderem eine Käferkunde-App, auf den Markt gebracht. 2016



Manfred Ide,
FOVEA

schaffte es der Gründer Manfred Ide mit seiner Geschäftsidee sogar bis in die VOX-Show „Die Höhle der Löwen“ und begeisterte dort die Jury.

Wie bereits in den Vorjahren konnte FOVEA auch im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder zahlreiche Preise bei Gründerwettbewerben gewinnen. Über den Nutzen der Teilnahme an Gründerwettbewerben befragt, sagt Manfred Ide: „Jeder gute Wettbewerb hat einen Nutzen, zum Beispiel um damit den eigenen Bekanntheitsgrad zu erhöhen oder zu halten oder Preisgelder zu gewinnen. Beides ist nicht zu verachten.“

Einige der auf iOS und Android verfügbaren Apps verzeichnen bereits Downloadzahlen von mehr als 100.000. Dadurch konnte FOVEA den Umsatz in den letzten Jahren jeweils verdoppeln. Aktuell arbeitet das aus zehn festangestellten und sechs freien Mitarbeitern bestehende FOVEA-Team an einer Windows-Version. Außerdem ist die permanente Weiterentwicklung und Internationalisierung ein Thema. Und auch ein Forschungsprojekt in Zusammenarbeit mit dem Land Niedersachsen wird das Team die nächsten drei Jahre beschäftigen. Denn wie Manfred Ide feststellt: „Bäume wachsen überall.“

Mit einer Wundaufgabe aus kaltem Plasma auf dem Weg zum Medizinproduktehersteller

An einem plasmaphysikalischen Medizinprodukt zur Wundheilung arbeitet das Medizintechnik-Start-up Coldplasmatech. Der größte Meilenstein der letzten beiden Jahre war für Gründer und Geschäftsführer Dr. Carsten C. Mahrenholz ganz klar, aus einer Arbeitsgruppe eine funktionierende Firma zu bauen. Denn dadurch mussten die Teammitglieder die Komfortzone einer Festanstellung verlassen und ins Risiko gehen.



Dr. Carsten C. Mahrenholz,
Coldplasmatech

Bestätigung für diesen Schritt erhielt das Start-up in den vergangenen Jahren durch zahlreiche Prämierungen bei Gründerwettbewerben. Denn dadurch erhält man laut Dr. Mahrenholz eine Art Legitimation. Und diese ist unglaublich wichtig, weil sie Vertrauen bildet: in das Team, das Produkt und das Konzept. Mehrfach ausgezeichnete Start-ups demonstrieren dies immer wieder aufs Neue.

Generell hält Dr. Mahrenholz die Teilnahme an Gründerwettbewerben für Start-ups für sehr wichtig und sinnvoll: „Man kann sich als Start-up mit anderen jungen Unternehmen messen, da gerade im Start-up-Bereich die Neigung zum kompetitiven Wettbewerb besonders ausgeprägt und meist eine Eigenschaft von erfolgreichen Gründern ist. Deshalb suchen wir konkret diese Situatio-

Aus der Forschung heraus entwickelte das Team von Coldplasmatech ein Medizinprodukt zur Wundheilung. Damit war das Unternehmen bisher bei Wettbewerben sehr erfolgreich. Nun steht der Marktstart an.

nen, uns zu ranken und gegenseitig herauszufordern, was man in einem Wettbewerb sehr gut machen kann. Erfolgreich ist letztendlich nur der, der sich gegen viele Ideen durchsetzen kann.“

Inzwischen steht das sechsköpfige Team vor dem Verkaufsstart seines Produkts, der in diesem Jahr das Highlight von Coldplasmatech sein wird. Grundvoraussetzung dafür ist aber die Zulassung zum Medizinproduktehersteller, der nächste anstehende Meilenstein. Nach dem erfolgreichen Verkaufsstart soll die Mitarbeiterzahl dann schnell verdoppelt, eventuell sogar verdreifacht werden. Dabei will Coldplasmatech unbedingt dem Standort und der Region treu bleiben. „Wir wollen dem Standort Mecklenburg-Vorpommern als Region, aus der wir kommen, mit allen Mitarbeitern treubleiben und so auch die Region stärken.“

Jährlich 100% Umsatzwachstum mit innovativer Hard- und Software zur Fotoerstellung

Ebenfalls sehr erfolgreich sind die letzten zwei Jahre beim Start-up Fast Forward Imaging gelaufen, wie Gründerin und Geschäftsführerin Anna Rojahn verrät. Seit drei Jahren verzeichnet das Berliner Technologieunternehmen, das durch seine innovative Kombination von Hard- und Software die automatische Erstellung von perfekten Freistellerfotos ermöglicht, ein stabiles organisches Umsatzwachstum von 100% jährlich. Dabei liegt der Fokus auf einem nachhaltigen Unternehmensaufbau.

„Angesichts der – leider nach wie vor – schwierigen Finanzierungssituation für Hardware-Start-ups in Deutschland konzentrieren wir uns auf den Aufbau eines nachhaltig erfolgreichen Unternehmens, das im Markt (und nicht nur vor Investoren) Bestand hat. Insbesondere im vergangenen Jahr hat sich viel bewegt, und unsere zukunftsweisenden Entwicklungen im Bereich Virtual und Augmented Reality – vor allem Virtual Commerce – fangen an, Früchte zu tragen.“



Anna Rojahn,
Fast Forward Imaging

Im neuen Geschäftsjahr soll das Kerngeschäft massiv ausgebaut werden, um so die Studiokapazitäten zu erweitern und die Expansion voranzutreiben. Neben dem Kerngeschäft arbeitet das Team von Fast Forward Imaging im Bereich Virtual Commerce mit mehreren tollen Unternehmen zusammen und hat hier bereits neue Produkte in der Pipeline. Zusätzlich zu den interaktiven, hochauflösenden 360°-Ansichten werden demnächst auch 3D-Volumendaten generiert. Außerdem ist geplant, im Rahmen des graduellen Wachstums die Produktion der Anlagen als Kleinserie zu externalisieren; hierzu befindet sich das Unternehmen momentan in Verhandlungen mit einer Reihe von Sondermaschinenbauanbietern. Und auch die Expansion in neue Märkte soll vorangetrieben werden. Asien steht für Anna Rojahn ganz oben auf dem Programm, weshalb der Aufbau eines Studios in Hongkong geplant ist.

Abschließend zu ihren Beweggründen für die Teilnahme an Gründerwettbewerben gefragt, sagt Anna Rojahn: „Die erfolgreiche Teilnahme an Wettbewerben bringt in erster Linie Sichtbarkeit mit sich. Dennoch besteht eine wichtige Herausforderung darin, sich auf die richtigen Formate zu fokussieren, da Wettbewerbe auch eine Menge Zeit und Ressourcen binden, die manchmal anderswo besser eingesetzt wären. Wettbewerbsteilnahmen dürfen nicht zum Selbstzweck werden.“

BMW, Audi und Skoda stehen auf den „smarten“ Arbeitshandschuh

Einen Umsatz von rund einer Million Euro konnte Ende 2016 das Start-up ProGlove erzielen, das mit seinem elektronischen Handschuh, der Informationen aus Maschinen auslesen soll, die Arbeitswelt revolutionieren will. Gleichzeitig verdoppelte sich die Mitarbeiterzahl

seit der Gründung 2014 jährlich auf inzwischen 29 kreative Köpfe. Die erste große Finanzierung mit über zwei Millionen Euro gab es von Investoren aus dem Silicon Valley, so dass Ende 2016 das erste Produkt „MARK“ auf den Markt gebracht werden konnte. Dank einer großen medialen Aufmerksamkeit zum Produktstart



Thomas Kirchner,
ProGlove

konnten bereits Kunden wie BMW, Audi, Skoda oder Festo gewonnen werden.

Einen ebenfalls nicht unwesentlichen Anteil an dieser positiven Geschäftsentwicklung hat dabei nach Meinung von ProGlove-Gründer Thomas Kirchner die Teilnahme an Gründerwettbewerben. „Wettbewerbe sind fantastisch, um seine Idee zu testen. Ist die Idee wirklich gut ge-

nug? Man erreicht sehr einfach viele Menschen und bekommt Feedback. Nur dadurch lernt man. Und wenn man gewinnt, spielt die mediale Aufmerksamkeit natürlich eine große Rolle. Wettbewerbe sind immer sehr günstige Pressearbeit. So erreicht man schnell viele potenzielle Kunden. Letztendlich hätten wir ohne die Aufmerksamkeit aufgrund unseres ersten gewonnenen Wettbewerbs und ohne das Preisgeld nicht einen so guten Start gehabt.“

Nachdem das Produkt so erfolgreich angelaufen ist, dreht sich jetzt bei ProGlove fast alles um die Skalierung und Weiterentwicklung. „Wir haben etwas gefunden, was die Leute kaufen wollen. Also versuchen wir es jetzt so oft wie möglich zu verkaufen. Gleichzeitig arbeiten wir am zweiten Produkt. Immer mit unserer Vision im Hinterkopf: Connect the Human Worker to the Industrial.“

Mit Produkten zur Wasserstoffspeicherung über den großen Teich

Vom Start-up im klassischen Sinne, bestehend aus einer guten Idee, einer Rumpfmannschaft und einem Businessplan, zu einem dynamisch wachsenden Unternehmen mit 35 Mitarbeitern, einem Patentportfolio von ca. 25 Schutzrechten und zahlreichen Partnerschaften mit

Das Start-up ProGlove hat bereits namhafte Kunden gewonnen. Beim Start halfen Gründerwettbewerbe mit Feedback, medialer Aufmerksamkeit und Preisgeld.

großen Unternehmen hat sich in den letzten zwei Jahren Hydrogenious Technologies entwickelt. Unter anderem konnten für die Produkte zur sicheren und effizienten Wasserstoffspeicherung die MAN Diesel & Turbo SE und die United Hydrogen Group als Partner gewonnen werden. Der Erfolg von Hydrogenious Technologies zeigt sich auch beim Umsatz, der 2016 auf knapp 1,5 Millionen Euro gesteigert werden konnte.

Dass auch das neue Geschäftsjahr sehr spannend wird, davon ist Gründer und Geschäftsführer Dr. Daniel Teichmann überzeugt. „2017 steht bei uns ganz im Zeichen des Markteintritts in den USA. Gemeinsam mit unserem lokalen Partner, der United Hydrogen Group, werden wir mehrere LOHC-Systeme im vollkommerziellen Betrieb in der Wasserstofflogistik, also zur Belieferung von Industriekunden, einsetzen. Aufgrund der großen Entfernungen sind die hohen Transportkosten von Wasserstoff in den USA eine große Herausforderung – und damit ideal geeignet für unsere LOHC-Technologie.“

Neben dem geplanten Schritt in die USA sollen im neuen Geschäftsjahr die weiterentwickelten Anlagengenerationen ausgeliefert werden. Und auch eine neue Finanzierungsrunde für 2018 ist bereits geplant.

Erfolgreich mit automatisierten Entscheidungssystemen für die Landwirtschaft

Auf erfolgreiche zwei Jahre blickt auch Dr. Sebastian Fritsch, Gründer und Geschäftsführer des Start-ups green spin, das datengetriebene und automatisierte Systeme für die optimale Entscheidungsfindung von Landwirten entwickelt, zurück: „Die letzten beiden Jahre sind sehr gut für uns verlaufen. Das Geschäft hat sich kontinuierlich weiterentwickelt. Wir nehmen immer wieder kleinere

Kurskorrekturen in Sachen Zielgruppe und Produktfeatures vor, was für ein Start-up sowieso normal ist. Die wichtigsten Ereignisse waren für uns sicherlich unser Produktlaunch Ende 2015 und die Gewinnung mehrerer Seed-Investoren im gleichen Zeitraum.“

Die Mitarbeiterzahl hat sich inzwischen auf neun erhöht und green spin ist in den „Open Data Incubator Europe“ aufgenommen worden. Außerdem konnte mit dem Landmaschinenkonzern CLAAS ein wichtiger Branchenpartner gewonnen werden.

2017 soll sich das Wachstum bei green spin fortsetzen. Dazu soll das Produkt nochmals deutlich erweitert werden, um damit neue Kundengruppen zu adressieren. Auch personell will green spin weiter aufstocken. Und auch eine neue Finanzierungsrunde wird gerade vorbereitet.

Angesprochen auf den Effekt, den die Teilnahme an den Gründerwettbewerben auf die Geschäftsentwicklung von green spin hatte, sieht Dr. Sebastian Fritsch diese besonders im Bereich der PR: „Unsere Motivation zur Teilnahme an Gründerwettbewerben ist in erster Linie die Erzeugung von medialer Aufmerksamkeit. Diese kostenlose Publicity ist gerade für Start-ups von großem Vorteil

und hat in unserem Fall schon viele gute Kontakte zu Partnern, Kunden und Investoren mit sich gebracht. Ganz abgesehen davon braucht ein Team ab und zu einfach die Bestätigung, dass die eigene Arbeit geschätzt wird. Das kann unglaublich motivieren.“



Dr. Daniel Teichmann,
Hydrogenious Technologies



Dr. Sebastian Fritsch,
green spin

Autor



Torsten Pinkert
torsten@fuer-gruender.de

ich bin
UNTERNEHMERHELD
- du auch?





Rolf Baltromejus von Performance Dinner räumte bei den Kultur- und Kreativpiloten Deutschland 2016 ab.



Das waren die Gewinner des Science4Life Technology Slams 2016.



Konfettiregen für die Preisträger und Nominierten des eco Internet Awards 2016.



Green City Solutions ist Top 50 Start-up 2016 – nicht zuletzt auch wegen des Siegs beim Green Alley Award.



30.000 Euro Preisgeld vergab der code_n Award an Xarion.



Allen Grund zur Freude: Kiron erhielt den Sonderpreis beim Deutschen Gründerpreis 2016.



Ein echter Social Entrepreneur: Kai Hock, Vorstand der Bürgerwerke beim Next Economy Award.



Der KfW GründerChampion für Berlin im Jahr 2016: Tandemploy!



Landpack erhielt für die erste ökologische Isolierverpackung auf Basis von Stroh den Neumacher Gründerpreis 2016.



Großer Jubel bei den Siegern des Münchener Businessplan Wettbewerbs 2016.

Das Team von Für-Gründer.de:

Chefredakteur



René S. Klein

Telefon: +49 69 48004802

E-Mail: rene@fuer-gruender.de

Redaktionsteam



Torsten Pinkert

Telefon: +49 6031 6738809

E-Mail: torsten@fuer-gruender.de

Presseanfragen



Katja Vogt

Telefon: +49 6031 6738971

E-Mail: katja@fuer-gruender.de

Wettbewerbe



Jens Schleuniger

Telefon: +49 69 27 22 66 88

E-Mail: jens@fuer-gruender.de

Anzeigenkunden



Helge Wils

Telefon: +49 6031 673 89 34

E-Mail: helge@fuer-gruender.de

In Zusammenarbeit:

Layout und Satz

Jan W. Hofmann

FRANKFURT BUSINESS MEDIA –

Der F.A.Z. Fachverlag,

www.frankfurt-bm.com

Lektorat

Anna Knetsch

FRANKFURT BUSINESS MEDIA –

Der F.A.Z. Fachverlag,

www.frankfurt-bm.com

Medienpartner



Jens Schleuniger

Katja Vogt

Bildquellen

Seite 1: Rawpixel Ltd/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 3: kasto80/iStock/Thinkstock/Getty Images, Rawpixel/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 4: Project A Ventures / Saskia Uppenkamp, Bitkom e.V., Berlin Valley / Saskia Uppenkamp

Seite 5: KPMG AG WPG / Tom Merton/Getty Images

Seite 6: WISTA-MANAGEMENT GMBH

Seite 7: kasto80/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 10: BayStartUP, BPW/Leo Seidel Fotodesign, Landbell/Green Alley Award, KfW-Bildarchiv/Thorsten Futh, Science4Life

Seite 11: Wirtschaftsförderung Dortmund/start2grow, StartGreen Award/Borderstep Institut für Innovation und Nachhaltigkeit gemeinnützige GmbH, hannoverimpuls GmbH, STIFT, WECONOMY

Seite 12: alle: KfW / Thorsten Futh

Seite 14: tomertu/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 21: Pashalgnatov/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 24: Hydrogenious Technologies GmbH / Okinlab GmbH, Baerbel Schmidt / pixolus GmbH

Seite 25: ismagilov/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 26: gral – Das BeraterTeam

Seite 35: Rawpixel/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 37: g-stockstudio/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 38: ArtiMinds Robotics GmbH, Ad-O-Lytics, Landpack GmbH

Seite 40: Dentons Europe LLP

Seite 45-46: Ad-O-Lytics

Seite 47-48: Frankfurter Brett GmbH

Seite 47: Technische Universität Darmstadt

Seite 49-50: Celonis SE

Seite 51-52: Landpack GmbH

Seite 53: alpha-Das Gründer-Forum!®, Max Malsch

Seite 56: DragonImages/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 58: 1&1 Internet SE

Seite 59: BrianAJackson/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 62: lovelyday12/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 64: ecos office center GmbH & Co. KG

Seite 65: toeytoey2530/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 67: seb_ra/iStock/Thinkstock/Getty Images

Seite 69-71: COLDPLASMATECH GmbH, FOVEA GmbH, green spin GmbH, FAST FORWARD IMAGING GmbH, Workaround GmbH

(ProGlove), Hydrogenious Technologies GmbH

Seite 72: Kathrin Heller, Science4Life e.V., eco e.V. / Jose Poblete,

Green Alley Award, code_n, Deutscher Gründerpreis / Franziska

Krug, Next Economy Award, Foto: Dariusz Misztal, KfW / Thorsten

Futh, Neumacher / Sebastian Muth, BayStartUP

Impressum

Verlag:

Für-Gründer.de GmbH,
Bismarckstraße 24, 61169 Friedberg
Redaktion und Postanschrift: Für-Gründer.de,
Kaiserstraße 79, 60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0) 69 27 22 66 88
E-Mail: rene@fuer-gruender.de
Internet: www.fuer-gruender.de

Mehr über Für-Gründer.de

www.fuer-gruender.de/ueber-uns
www.facebook.com/FuerGruender.de
twitter.com/fuer_gruenderAlle Publikationen: www.fuer-gruender.de/publikationen**Haftungsausschluss:** Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und unverlangt zugestellte Fotografien oder Grafiken wird keine Haftung übernommen.