



Digitalprojekte für kloeckner.i in den USA

kloeckner.i



EuropeanPioneers DemoDays in London

EUROPEAN PIONEERS



European Innovation Hub auf dem Mobile World Congress in Barcelona

EUROPEAN INNOVATION HUB



Daimler Financial Services

Digitale Innovationen für Daimler Financial Services in Skandinavien



POSpulse

Retail-Analytics-Aufträge in Italien und Tschechien



Nutzerzentrierte Innovationsentwicklung für die SMS group in Asien

SMS group



splash

Begehrter Preis des SXSW Gründerwettbewerbs für Splash in Texas

SOCIALWAVE



Erste Kunden in Kolumbien

lovli.



Weiterhin stark steigende App-Downloads in Brasilien und Mexiko



PAUL WURTH

Innovationsprojekte für Paul Wurth in Luxemburg und Italien

EUROPEAN PIONEERS



EuropeanPioneers Training Days in Tel Aviv



Röhlig LOGISTICS

Digitalprojekte mit Röhlig Logistics in Australien

WE ♥ STARTUPS

Ausgabe 10
Highlights

www.etventure.com

Berlin • Essen • Hamburg • München • Stuttgart • London • New York • Paris • Zürich

ETVENTURE – ES WIRD INTERNATIONAL!

INHALT

- Grußwort 3
- Neue Märkte, neue Standorte, neue Kunden 4
- Deutschlandstudie von etventure und der GfK 8
- etventure zeichnet sich durch Umsetzung und Unternehmertum aus 10
- Digitale Entrepreneur für Unternehmen – etventure und Kienbaum gründen Unternehmer-Schmiede 12
- Digitalisierung der SMS group – From Scratch to Digital Unit ... 13
- Neuer etventure-Geschäftsbereich: Raum für Innovation 14
- European Innovation Hub bringt Unternehmen und Startups zusammen 16
- etventure startet im „Ländle“ durch 17
- W&W Digital bringt erste digitale Geschäftsmodelle auf den Markt 18
- FinTechCube schafft neues Ökosystem im Bereich der digitalen Geldanlage..... 19
- 13 Startups absolvieren erfolgreich EuropeanPioneers Accelerator-Programm 20
- Next Generation Sales – Vertrieb im digitalen Zeitalter 22
- Berlin School of Digital Business stellt mit neuem Fachbeirat die Weichen für die Zukunft 23
- Neue Meilensteine für die etventure-Startups 24
- etventure on Tour 27
- Impressionen aus der etventure-Welt 28
- Ansprechpartner bei etventure 30
- etventure in den Medien & Impressum 31



GRUSSWORT DER GRÜNDER

Liebe Geschäftspartner und Freunde,

Anfang 2015 hat etventure den ersten Standort außerhalb Deutschlands eröffnet. Heute, nur eineinhalb Jahre später, schauen wir auf ein internationales Netzwerk von Standorten und Projekten. London, New York, Paris, Zürich, Sydney sind die internationalen Adressen, an denen etventure mittlerweile Flagge zeigt. Im Rahmen von Projekten sind unsere Mitarbeiter in vielen weiteren Ländern weltweit aktiv und auch die etventure-Startups etablieren sich auf neuen Märkten außerhalb Deutschlands. Das etventure-Wachstum der letzten Jahre geht mit unverminderter Geschwindigkeit weiter: Neugründungen als Joint Venture wie die Unternehmer-Schmiede oder Friendsfactory, neue Unternehmensbereiche und Startup-Ideen, neue Kunden aus diversen Branchen und wieder eine Vielzahl neuer Mitarbeiter machen etventure zu einem einzigartigen Treiber für die Digitalisierung von Unternehmen, den Aufbau von Startups und die wirtschaftlich nachhaltige Vernetzung beider Seiten.

Die Kombination aus den richtigen Menschen, Prozessen und Netzwerken sowie die unternehmerische Herangehensweise mit unseren Kunden bei der Entwicklung von digitalem Neugeschäft – das macht etventure aus und ist unsere Erfolgsformel.

Daher haben wir auch im April diesen Jahres unseren Claim darauf zugespitzt: „Nur echte Unternehmer treiben den digitalen Wandel“ bringt unser Selbstverständnis und unsere Philosophie auf den Punkt. Im Zuge dessen haben wir auch eine umfassende Marketingkampagne in vielen überregionalen Medien wie dem Handelsblatt oder Manager Magazin lanciert.

Erstmals haben wir dieses Jahr, pünktlich zur CeBIT, auch eine großangelegte Studie mit Unterstützung des Marktforschungsinstituts GfK herausgegeben. Dabei wurden 2.000 Großunternehmen in Deutschland mit einem Mindestumsatz von jährlich 250 Mio. Euro zum Thema Digitale Transformation befragt. Zentrales Ergebnis: Das größte Hemmnis bei der Digitalisierung ist die Verteidigung bestehender Strukturen im Unternehmen. Die Studie zeigt, dass viele Unternehmen, auch entgegen der eigenen Einschätzung, noch unzureichend auf die Digitalisierung vorbereitet sind (S. 8).

Unsere Tochterunternehmen und Startups feiern ebenfalls großartige Erfolge. Gemeinsam mit der Personal- und Unternehmensberatung Kienbaum haben wir mit der Unternehmer-Schmiede eine Manufaktur

für den Digital Entrepreneur aufgebaut. Dadurch wird das essentielle Problem der Unternehmen gelöst, für die Digitalisierung passende, unternehmerisch denkende Mitarbeiter mit Digital-Know-how zu finden (S. 12). Den entsprechenden „Raum“ für innovatives Arbeiten entwickelt eine weitere Neugründung, die Friendsfactory (S. 14). Darüber hinaus hat der European Innovation Hub mit „Corporate meets Startup“ eine wichtige Rolle als Vermittler und Brückenbauer zwischen Unternehmen und Startups übernommen (S. 16).

Last but not least sei erwähnt, etventure wird nicht nur internationaler, sondern auch regionaler zugleich. Mit neuen etventure-Büros in Stuttgart und Essen, wo wir Franz Haniel & Cie. bei der Gründung der Digitaleinheit Schacht One auf dem Gelände des Weltkulturerbes Zeche Zollverein unterstützt haben, wollen wir auch Impulsgeber für die Wirtschafts- und Startup-Welt außerhalb Berlins sein. Zeitgleich haben wir in München im Herzen der Altstadt ein neues etventure-Büro mit über 1.000 m² auf zwei Etagen eröffnet.

Viel Spaß bei der Lektüre!

Philipp Depiereux, Philipp Herrmann, Christian Lüdtko, Björn Wettergren



ETVENTURE FACTS Q2/2016



180+ Digitalexperten und Unternehmer



9 Standorte



50+ Startups und Corporate-Geschäfte

NEUE MÄRKTE, NEUE STANDORTE, NEUE KUNDEN: ETVENTURE STEUERT ERNEUT AUF DAS ERFOLGREICHSTE JAHR DER UNTERNEHMENSGESCHICHTE ZU

Der Wachstumsmotor bei etventure läuft auf Hochtouren. Im sechsten Jahr in Folge steuert etventure auf eine Rekordbilanz zu. Das Wachstum betrifft alle Bereiche: Es gibt neue Standorte sowohl in Deutschland als auch international, Neugründungen und Joint Ventures, neue Unternehmensbereiche und Startup-Ideen, neue Kunden aus diversen Branchen und wieder eine Vielzahl neuer Mitarbeiter, die etventure bereichern.

etventure wird internationaler und regionaler zugleich

New York, Paris, London, Zürich, Taipei, Sydney sind die internationalen Adressen, an denen etventure mittlerweile Flagge zeigt und nicht nur das: Mit neuen Kunden und Pilotprojekten ist etventure dort auch unternehmerisch tätig. Gleiches gilt für Deutschland: Zu den bisherigen Standorten in Berlin, Hamburg und München kommen regionale Büros in Stuttgart und Essen hinzu. In München ist etventure aufgrund des anhaltenden Wachstums zudem das zweite Mal innerhalb von zwei Jahren in ein neues, größeres Büro gezogen. Auch am Hauptstandort in Berlin wird etventure Anfang 2017 ein zweites Büro beziehen. Nach mobileJob ist zudem auch das etventure-Startup POSpulse mit seinem inzwischen 30-köpfigen Team Anfang des Jahres in ein eigenes Berliner Büro gezogen.

Von Australien bis Kolumbien: etventure-Aktivitäten rund um den Globus

Mit dem international agierenden Logistikunternehmen Röhlig Logistics startet etventure ‚down under‘ durch. Das Traditionsunternehmen, seit 160 Jahren am Markt, will mit etventure in Sydney digitale Lösungen entwickeln und damit dem Kunden neue, innovative Services anbieten. Röhlig hat erkannt, dass die Digitalisierung auch die Logistikbranche vor massive Herausforderungen stellt – nicht zuletzt aufgrund des zunehmenden



v.l.n.r.: Michael Hensing, Global IT Manager Röhlig, Alexander Franke, Partner etventure, Philip W. Herwig, Managing Partner Röhlig, Wibke Ellinghaus, Project Lead etventure, Hans-Ludger Körner, Chief Financial Officer Röhlig, beim Projekt-Kickoff

Wettbewerbs durch digitale Angreifer, die verstärkt auf den Markt drängen. Australien fungiert zunächst als Testmarkt, von wo dann die neu entwickelten und validierten Lösungen ausgerollt werden.

kloekner metals, der US-Ableger des Stahlhändlers Klöckner, war 2015 der erste etventure-Kunde auf dem amerikanischen Markt. Aktuell werden weitere Kooperationen und Partnerschaften geschmiedet. Auch personell wird weiter aufgestockt – aktuell laufen Gespräche mit potentiellen Kandidaten für die Position des US-Geschäftsführers. Dies wird dem Corporate-Innovation-Geschäft von etventure noch einmal zusätzliche Impulse beim weiteren Wachstum auf dem US-Markt geben.

Digital-Projekte in Schweden, Italien, Luxemburg & Taiwan

Darüber hinaus sind auch weitere Länder für bestehende etventure-Kunden hoch relevant – sei es, weil sie wichtige Wachstumsmärkte sind oder gute Testumfelder bieten. Daher hat etventure in diesem Jahr im Auftrag seiner Kunden neue Projekte in Schweden, Italien und Luxemburg gestartet. Essentieller Bestandteil ist dabei auch das

Nutzertesting. Für die SMS group ist das etventure-Team gemeinsam mit Mitarbeitern des Anlagenbauers zu Interviews nach Taiwan gereist.

Neben der Vorstellung von bereits entwickelten, innovativen Produkten im Bereich Elektrik und Automation der SMS group, hat das etventure-Team Ideen in Form von Scribble-Prototypen mit den dortigen Kunden validieren können. Drei taiwanische Produzenten stehen seitdem als enge Validierungs- und Kooperationspartner zur Verfügung.

Mit der SMS group in Taiwan



Startup-Konferenz 4YFN in Barcelona

EuropeanPioneers Training Days in Tel Aviv, London, Berlin & Mobile World Congress in Barcelona

Der von etventure geleitete EU-Accelerator EuropeanPioneers hat im Rahmen der zweiten Förderrunde erstmals auch Training Days in London und Tel Aviv organisiert, um den teilnehmenden Startups neben Berlin auch das Netzwerk in diesen Startup-Hubs zu öffnen.

In Tel Aviv standen sowohl Expertenvorträge als auch Pitches vor führenden Venture Capitalists auf dem Programm. In London war das Highlight ein exklusiver Show Case Pitch bei dem Medienunternehmen Bloom-

Laura Kohler, Geschäftsführerin des European Innovation Hub, auf dem MWC



berg, der eigens für die EuropeanPioneers organisiert wurde.

Der European Innovation Hub war im April gemeinsam mit einer Delegation der EU-Kommission auf dem Mobile World Congress (MWC) und der Startup-Konferenz 4 Years From Now (4YFN) in Barcelona. Mehr als 100.000 IT-Experten, Gründer, Investoren und Medienvertreter kamen hierfür im Februar in die spanische Metropole. Neben Mobile-Trends stand in diesem Jahr auch das Thema Internet of Things (IoT) im Fokus der Ausstellung und der Kongresse.

etventure-Startup-Stories aus Kolumbien, Italien, Tschechien, USA

Mit einem kolumbianischen Partner hat das etventure-Startup Socialwave ein lokales Joint Venture gegründet und setzt dazu an, den kolumbianischen Markt im Sturm zu erobern. Socialwave bietet eine rechtssichere Hotspot-Lösung für öffentliche Bereiche, Handel und Gastronomie (siehe Seite 24). Ein besonderes Feature ist der Facebook-Login, wodurch der Netzzugang mit einem Klick hergestellt wird. Für diese Lösung gibt es in Kolumbien einen enormen Bedarf.

Das etventure-Marktforschungs-Startup POSpulse rollt sein Produkt ebenfalls international aus. Seit April ist POSpulse über den deutschsprachigen Raum hinaus auch in Italien und Tschechien präsent (mehr auf Seite 24).

ShopScout-App auf Italienisch auf dem Markt



Ein weiteres internationales Startup-Highlight: Splash aus dem Programm der EuropeanPioneers hat zuletzt für Furore gesorgt, als die Berliner Gründer bei der Digitalmesse South by Southwest, kurz SXSW, in Austin, Texas, den renommierten Gründerpreis in der Kategorie Virtual Reality gewinnen konnten (siehe Seite 21). Auch die deutschen Medien – von Gründerszene über Handelsblatt bis hin zur BILD – berichteten über Splash, denn wie die Horizont schreibt: „Was in Austin gehypt wird, hat durchaus das Zeug zum nächsten großen Ding.“



NEUE MÄRKTE, NEUE STANDORTE, NEUE KUNDEN: ETVENTURE STEUERT ERNEUT AUF DAS ERFOLGREICHSTE JAHR DER UNTERNEHMENSGESCHICHTE ZU (FORTSETZUNG)



Das Schacht One-Team bei der Eröffnungsfeier in Essen

Glück auf! für eine digitale Zukunft – etventure und Haniel gründen Digitalfabrik Schacht One

„Die Digitalisierung bietet enorme Wertschöpfungspotenziale für die Zukunft. Um sie zu nutzen, gründet Haniel mit der Unterstützung von etventure die Digitaleinheit Schacht One“, gab Haniel-Vorstandsvorsitzender Stephan Gemkow am 11. April 2016 auf der Bilanzpressekonferenz bekannt. Am 22. April feierten das Duisburger Family-Equity-Unternehmen Franz Haniel & Cie. und etventure die Eröffnung der Digitalfabrik Schacht One GmbH. NRW-Wirtschaftsminister Garrelt Duin gab gemeinsam mit Stephan Gemkow, Dirk Müller, Geschäftsführer Schacht One, und Philipp Herrmann, Gründer und Geschäftsführer etventure, den Startschuss für die Digitaleinheit.

Im UNESCO-Welterbe Zeche Zollverein in Essen, wo früher Kohle gefördert wurde, soll Schacht One nun mit digitalen Ideen den Treibstoff für kommendes Wachstum liefern. Das Ziel der Digitalfabrik ist es, die verschiedenen Geschäftsbereiche von Haniel aktiv dabei zu unterstützen, den digitalen Wandel ihrer Kerngeschäfte nach modernsten Innovationsmethoden in die Realität umzusetzen. Mit der Gründung des

Innovationszentrums eröffnet etventure seinen ersten Standort in Nordrhein-Westfalen.

Gründer- und Digitalspirit im „Ländle“ – neuer Standort in Stuttgart

Seit Anfang März ist etventure auch in Baden-Württemberg mit einem eigenen Standort vertreten. In den Räumlichkeiten von Accelerate Stuttgart, an dem etventure inzwischen auch mehrheitlich beteiligt ist (siehe Seite 17), im Herzen Stuttgarts direkt am Feuersee wurden für etventure-Mitarbeiter wie auch für das Team der

Das neue etventure-Büro in der Friendsfactory-Altstadt München



W&W Digital GmbH Büroräume angemietet. Durch das neue Office soll vor allem eine größere geografische Nähe zu den Bestandskunden im Stuttgarter Raum hergestellt und die Präsenz von etventure in Baden-Württemberg insgesamt gestärkt werden.

Altstadtfair in München – neuer Standort gemeinsam mit der Friendsfactory

Gleicher Standort – neues, größeres Büro: etventure hat in der Friendsfactory eine neue Heimat in der Münchner Altstadt gefunden. Insgesamt wurden mehr als 1.000 m² auf zwei Etagen in dem repräsentativen Gebäude in der Prannerstraße angemietet, direkt gegenüber vom Bayerischen Hof und in Sichtweite zur Frauenkirche. Gleichzeitig baut etventure gemeinsam mit der Friendsfactory das Thema „Raum für Innovation“ als eigenen Geschäftsbereich auf (siehe Seite 14).

Zweites Büro in Berlin in Planung

Zusätzlich zum derzeitigen Standort in den Ackerhöfen ist auch in der Hauptstadt ein zweites Büro geplant. Berlin bleibt damit der größte Standort der etventure-Gruppe.



Neue Kunden der Digitalberatung – Röhlig Logistics, Daimler Financial Services und HUK-COBURG

Die erfolgreich realisierten Digitalprojekte bei den bestehenden Kunden sind die beste Empfehlung: Viele neue Kunden sind durch bestehende Referenzkunden auf etventure aufmerksam geworden und schätzen die unternehmerische Herangehensweise.

Neben Röhlig Logistics sind unter anderem Paul Wurth, Daimler Financial Services (DFS) und die HUK-COBURG Versicherungsgruppe ebenfalls neu im Kundenportfolio von etventure.

Daimler Financial Services

Mit DFS arbeitet etventure an verschiedensten Themenfeldern von automobilbezogenen Finanzdienstleistungen bis hin zu innovativen Mobilitätsdienstleistungen.



Die HUK-COBURG Versicherungsgruppe ist mit über 11 Millionen Kunden einer der großen deutschen Versicherer für die privaten Haushalte. Das Verständnis für die Digitalisie-



Das DFS-Team in Malmö, Schweden



rung ist vorhanden. „Alles, was digitalisierbar ist, wird digitalisiert“, sagte etwa Wolfgang Weiler, HUK-COBURG Vorstandsvorsitzender.

Das etventure-Team wächst weiter

Nicht nur die Zahl der Standorte und Kunden von etventure wächst kontinuierlich. Auch das Team wird beinahe täglich größer. Inzwischen arbeiten über 180 Digitalexperten und Unternehmer an den etventure-Standorten im In- und Ausland. In den letzten 12 Monaten ist das Team damit um rund 100 Mitarbeiter gewachsen.

Eines der größten Anliegen von etventure ist damit bereits

sehr erfolgreich – ein Ökosystem zu schaffen, in dem sich die Mitarbeiter extrem wohlfühlen und es Spaß macht zu arbeiten. etventure wächst extrem schnell, aber das Wachstum geht nicht auf Kosten des Teams und der Arbeitsatmosphäre. Das zeigen nicht zuletzt die absolut geringe Fluktuation und die Bewertungen auf der Arbeitgeberbewertungsplattform kununu. Zu den am besten bewerteten Punkten zählen Arbeitsatmosphäre, der Kollegenzusammenhalt, Gleichberechtigung, Vorgesetztenverhalten, aber auch Work-Life-Balance. Die Mission in diesem Bereich gilt weiterhin, dass unter dem Dach von etventure das beste Team, die beste Atmosphäre und die spannendsten Produkte und Geschäftsideen zusammenkommen.



VERTEIDIGUNG BESTEHENDER STRUKTUREN HEMMT DIGITALE TRANSFORMATION IN GROSSUNTERNEHMEN



Digitale Transformation ist in aller Munde. Laut der neuen Studie von etventure mit Unterstützung der GfK Nürnberg ist Deutschland allerdings dabei, den großen Umbruch zu verpassen. Befragt wurden Vorstände und Führungskräfte unter 2.000 Großunternehmen ab 250 Mio. € Jahresumsatz in Deutschland.

5 SCHRITTE DER DIGITALISIERUNG

Innerhalb einer Digitaleinheit, losgelöst von den Unternehmensstrukturen, bietet sich der notwendige Freiraum für innovatives Denken und agiles Testen, direktes Umsetzen sowie Realisierung schneller Erfolge am Markt.

Geschützter Raum / Digitaleinheit

Nach dem Motto „fail fast and cheap“ wird durch Lean Startup schon in einer frühen Phase deutlich, welches Geschäftsmodell Potenzial hat und welches nicht.

Lean-Startup-Ansatz

Wer ist eigentlich meine Zielgruppe und was braucht sie wirklich? Durch Design Thinking entstehen Produktinnovationen und Geschäftsmodelle mit einem radikalen Fokus auf den Kunden.

Radikal Nutzerfokussiert

Erfolgreiche Mitarbeiter mit unternehmerischer Digitalkompetenz arbeiten wesentlich stärker wie Entrepreneur – mit einem unternehmerischen Mindset, mit Startup-Mentalität und neuen, disruptiven Methodiken, um den digitalen Wandel voranzutreiben.

Mitarbeiter mit Startup-DNA

Digitalisierung bedeutet einen Angriff auf das Kerngeschäft – ist der Vorstand nicht Treiber des Innovationsprozesses, wird die digitale Transformation nicht gelingen.

Digitalisierung ist Chefsache

Schnelligkeit ist der Schlüssel zum Erfolg bei der Digitalisierung. Deutschland ist jedoch dabei, den großen Umbruch der Digitalen Transformation zu verpassen. Dies belegt die im März 2016 erschienene Deutschlandstudie von etventure mit Unterstützung der GfK Nürnberg. Befragt wurden Vorstände und Führungskräfte aus 2.000 Großunternehmen ab 250 Mio. Euro Jahresumsatz.

Digitalisierung hat meist noch keine Priorität

Laut der Studie stellt die Digitale Transformation für nur 6 Prozent der befragten Großunternehmen das derzeit wichtigste Thema dar und für lediglich weitere 35 Prozent gehört die Digitalisierung zu den Top-3-Themen. Jedes vierte Unternehmen gibt zwar an, dass der Stellenwert der Digitalen Transformation im vergan-

genen Jahr „deutlich gestiegen ist“, jedoch haben lediglich 14 Prozent der Unternehmen hierfür andere Investitionen zurückgestellt.

Größtes Hemmnis: „bestehende Strukturen verteidigen“

Unternehmen müssen sich unterschiedlichen Hürden stellen, um den Digitalisierungsprozess vorantreiben

„Verteidigung bestehender Strukturen im Unternehmen“ wird als mit Abstand größtes Hemmnis genannt! (Mehrfachauswahl möglich)

- KERNPUNKTE**
- 65%** Verteidigung bestehender Strukturen verhindert Veränderungen
 - 54%** Fehlende Zeit
 - 52%** Erfahrung bei nutzerzentriertem Vorgehen fehlt
 - 42%** Wir sind in unserem Bereich zu festgefahren
 - 40%** Führungskräfte scheuen radikale Entscheidungen

zu können. Mit 65 Prozent ist die „Verteidigung bestehender Strukturen“ das mit Abstand meist genannte Hemmnis der Digitalisierung. Aber auch fehlende Zeit (54 Prozent) und mangelnde Erfahrung (52 Prozent) stellen die Unternehmen vor Probleme. Zudem geben 40 Prozent an, dass „notwendige weitreichende und radikale Entscheidungen von den Führungskräften gescheut werden.“

Der Vorstand ist am Zug

Generell zeigt die Studie: Oftmals fehlt eine konsequente Führung bei der Umsetzung des Digitalisierungsprozesses. In nicht einmal der Hälfte der befragten Unternehmen (48 Prozent) wird die Digitale Transformation durch Mitglieder des Vorstands oder der Geschäftsführung gesteuert. Dazu meint Philipp Depiereux, Gründer und Geschäftsführer von etventure: „Die Digitale Transformation greift in sämtliche Prozesse und auch in die Kultur des Unternehmens ein. Veränderungen mit dieser Tragweite können nur von der Unternehmensleitung durchgesetzt werden. Ohne die volle Rückendeckung der Chefetage kann Digitalisierung nicht funktionieren.“

Optimistischer Blick in die Zukunft

Die Digitalisierung verändert die

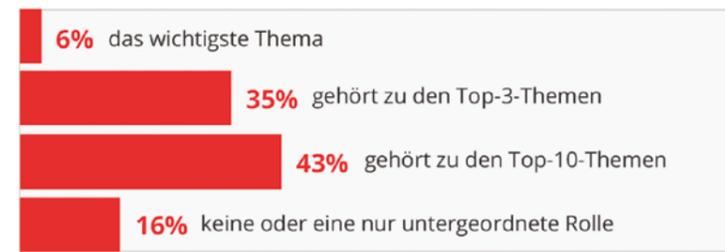
Berufswelt. Der Großteil der Unternehmen (92 Prozent) ist sich dessen bewusst und glaubt, dass sich Anforderungsprofile und Arbeitsweisen zukünftig wandeln werden. Die meisten Firmen sind jedoch positiv gestimmt, denn lediglich 18 Prozent sind der Meinung, dass die Digitale Transformation zum Abbau von Arbeitsplätzen führen wird. 59 Prozent rechnen mit konstanten Beschäftigungszahlen und 23 Prozent erwarten sogar einen Zuwachs an Arbeitsplätzen.

Kooperationen mit Startups machen Unternehmen erfolgreich

In einem zweiten Teil beschäftigt sich die Studie konkret mit Formen der Zusammenarbeit der Unternehmen mit Startups. Der überwiegende Teil der befragten Unternehmen (56 Prozent) hält eine Zusammenarbeit mit Startups für hilfreich. Jedes dritte Unternehmen (31 Prozent) arbeitet bereits mit Startups zusammen und weitere 9 Prozent planen eine solche Zusammenarbeit. Dabei zeigen die Befragungsergebnisse: Unternehmen, die bereits mit Startups kooperieren, sehen sich doppelt so häufig „sehr gut“ auf die Digitale Transformation vorbereitet wie diejenigen ohne Kooperation.

An einer Zusammenarbeit mit Startups interessiert Großunternehmen

In nur 6 Prozent der Großunternehmen in Deutschland ist die Digitale Transformation das Top-Thema!

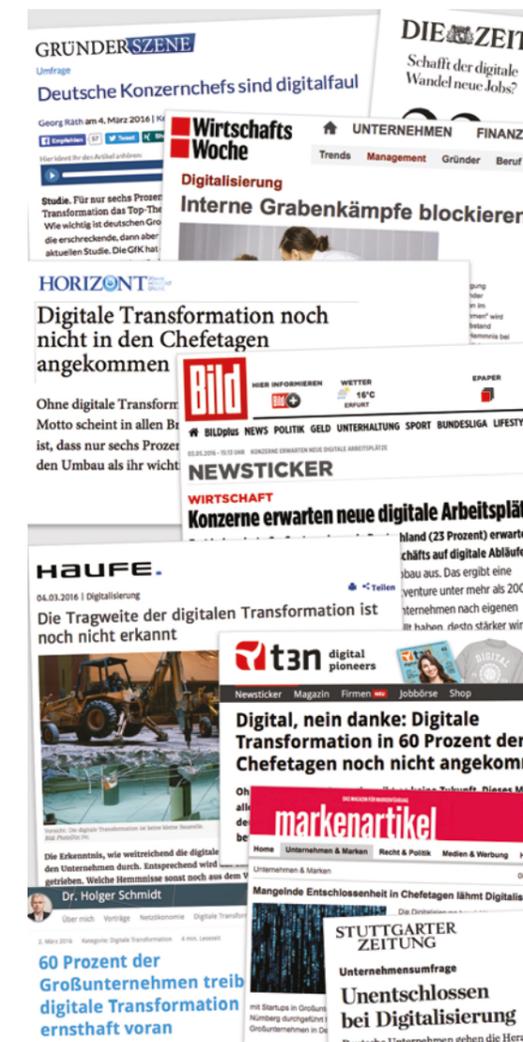


vor allem der verbesserte Zugang zu neuen Technologien (87 Prozent), schnellere und vermehrte Innovationen (85 Prozent) sowie das Lernen von Startup-Methoden (81 Prozent). Als mögliche Schwierigkeiten einer Kooperation werden vor allem mangelndes Verständnis für Abläufe in Großunternehmen (74 Prozent) genannt, zu unterschiedliche Sicherheitsanforderungen (72 Prozent) und zu unterschiedliche Unternehmenskulturen (66 Prozent).

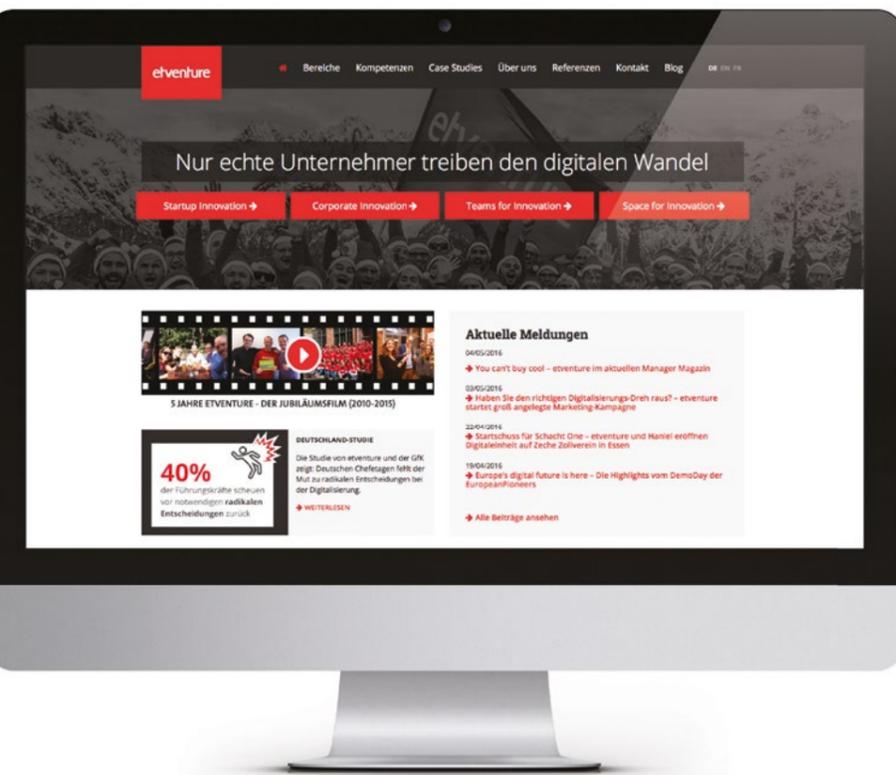
Die komplette Studie kann auf der etventure-Webseite als E-Paper angefragt werden:

www.etventure.de/deutschlandstudie

Medienberichte zur Deutschlandstudie von etventure



ETVENTURE ZEICHNET SICH DURCH UMSETZUNG UND UNTERNEHMERTUM AUS



In der Zusammenarbeit mit etventure schätzen Kunden und Partner insbesondere den konsequent unternehmerischen Ansatz sowie die schnelle, gezielte und effektive Umsetzung. Sowohl mit eigenen Startups als auch mit digitalem Neugeschäft im Auftrag von Mittelständlern und Großkonzernen kann etventure inzwischen einen beachtlichen Track-Record und reale Markterfolge vorweisen. Das Erfolgsrezept liegt in der Kombination aus

den richtigen Menschen, Prozessen und Netzwerken: Die Startup-Schmiede und Digitalberatung bringt das passende Team an Digitalexperten und Unternehmern mit, arbeitet in einem strukturierten Business-Building-Prozess nach modernsten Innovationsmethoden und verfügt nicht zuletzt über Zugang zu einem enormen Ökosystem von Startups, Unternehmen und öffentlichen Partnern.

Produktion der Drehscheiben in Kooperation mit Thorsten Schmidt, Geschäftsführer der WB+V GmbH



Nur echte Unternehmer treiben den digitalen Wandel

Diesen Stärken und dem Feedback von Kunden und Partnern trägt seit Anfang 2016 ein neuer Unternehmens-Claim Rechnung: „Nur echte Unternehmer treiben den digitalen Wandel“.

Mit dieser zentralen Positionierung differenziert sich etventure weiterhin erfolgreich von Digital-Agenturen, reinen Inkubatoren oder Acceleratoren und vor allem klassischen Unternehmensberatungen und setzt den Fokus klar auf das unternehmerische Vorgehen und die „Macher-Mentalität“, die etventure in all seinen Aktivitäten auszeichnet.

Digitalisierung braucht keine Berater, sondern Unternehmer

In diesem Zuge hat etventure im Frühjahr 2016 erstmals eine groß angelegte Kommunikationskampagne lanciert. Die reichweitenstarke Imagekampagne dient der Steigerung der Markenbekanntheit und grenzt etventure deutlich von klassischen Unternehmensberatungen ab. Mit Hilfe eines Drehscheiben-Flyers, der intern konzipiert und designt wurde, wird die fundamentale Differenzierung gegenüber den klassischen Beratern



Die Magazinanzeige mit Beikleber und die Großflächenanzeige zur Kampagne

spielerisch aufgezeigt. Denn statt langen Folien-Schlachten und rein theoretischen Strategiepapieren, die Unternehmen typischerweise als Projektergebnis von Beratern erhalten, erwartet Unternehmen bei etventure eine echte Unternehmer-Mentalität, konkrete Umsetzung sowie schnelle und reale Ergebnisse – live am Markt.

Neben einer Bewerbung an zahlreichen Out-of-Home-Media-Großflächen wurden Anzeigen mit Beilegern in den bekannten Wirtschaftsmedien Handelsblatt, Manager Magazin und brandeins geschaltet. Zudem lagen die Drehscheiben im

Mai in den 1. Klasse Waggons der Deutschen Bahn aus.

Online wird die Aktion über die Seite www.etventure.com/unternehmer begleitet – hier findet sich die digitale Variante der spielerischen Marketingaktion. Nutzer, die den „Digitalisierungsdreh“ raus haben, können hier zudem einen „etventure Startup HackDay“ für ein bis zu 20-köpfiges Team im Wert von 17.000 Euro gewinnen (Teilnahme bis 30.06.2016). Gemeinsam mit Digitalexperten von etventure werden hier interaktive Workshops und Diskussionsrunden durchgeführt, Innovationskultur er-

lebbar gemacht, Erfahrungen aus erfolgreichen und nicht-erfolgreichen Digitalprojekten und echte Best Practices geteilt.

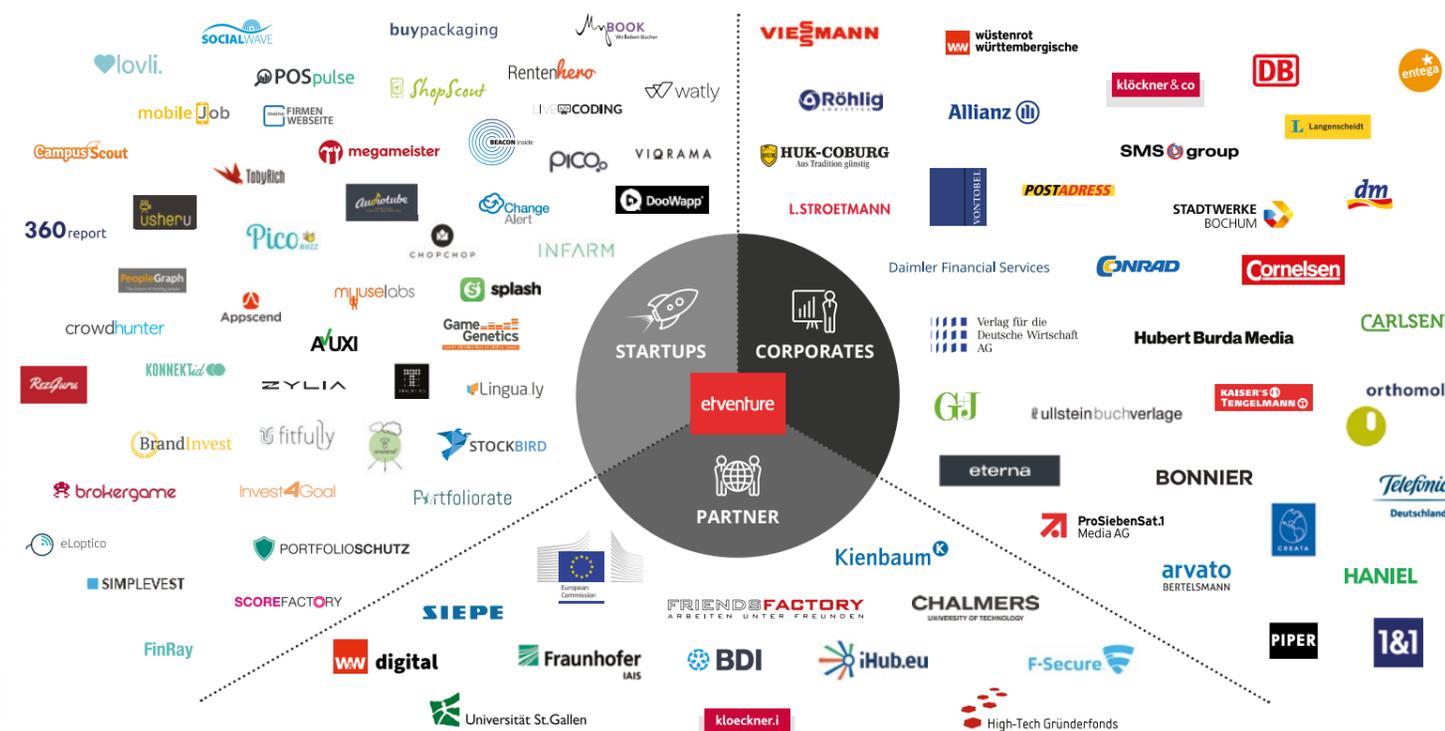
Vier Säulen der Innovation

Neben der Fokussierung des unternehmerischen Ansatzes hat etventure auch seine Geschäftsbereiche neu strukturiert und präsentiert sie nun auf der Unternehmenswebseite.

Die Geschäftsfelder „Startup Innovation“ und „Corporate Innovation“ beschäftigen sich jetzt noch effektiver mit der aktiven Entwicklung und Begleitung von erfolgreichen Startups sowie der Umsetzung der Digitalisierung bei Konzernen und mittelständischen Unternehmen. Sie bündeln ab sofort sämtliche Startup- bzw. Corporate-Aktivitäten und Leistungsangebote der etventure-Gruppe.

Die zwei neu geschaffenen Geschäftsbereiche stellen Erweiterungen der etventure-Kernkompetenzen dar und nutzen die bestehenden Synergien innerhalb des etventure-Portfolios. Sie befassen sich mit dem erfolgreichen Aufbau von Führungskräften und Digitalen Teams („Teams for Innovation“) sowie der Entwicklung von Raum für Innovationsarbeit („Space for Innovation“).

etventure-Ökosystem: Zugang zu Startups, Unternehmen und sonstigen Partnern weltweit



DIGITALE ENTREPRENEURE FÜR UNTERNEHMEN: ETVENTURE UND KIENBAUM GRÜNDEN „UNTERNEHMER-SCHMIEDE“



Das Kernteam der Unternehmer-Schmiede, ein Joint Venture von Kienbaum und etventure

Während kleine Startups mit innovativen Ideen im digitalen Zeitalter glänzen, stehen große Konzerne oft vor der schwierigen Aufgabe, ihre gewachsenen Prozesse mit den richtigen Digital-Unternehmern auf die Digitalisierung abzustimmen. Das Joint Venture Unternehmer-Schmiede bildet nun in einer Manufaktur für Führungs- und Fachkräfte digitale Entscheider aus. Gemeinsam mit der Personal- und Managementberatung Kienbaum hat etventure das Gemeinschaftsunternehmen aus der Taufe gehoben, mit dem Ziel Führungskräfte zu entwickeln, die das Digitalgeschäft auch in traditionellen Branchen vorantreiben können und die Gesamtorganisation transformieren.

Neues Kompetenzprofil gesucht

Die Digitalisierung führt zu tiefgreifenden Veränderungen in Unternehmensorganisationen. Um die Herausforderung der digitalen Transformation zu meistern, benötigen Unternehmen einen neuen Typus Manager und Mitarbeiter: den „Digital Entrepreneur“ sowie „Digital Teams“. Diese zeichnen sich durch digitales Know-how, unternehmerisches Mindset und Startup-Mentalität aus und bringen ein spezifisches Profil mit, das am Markt kaum gefunden werden kann.

Entwicklungsprogramm zum „Digital Entrepreneur“

Hier setzt das Joint Venture an: Das Unternehmer-Schmiede-Team um Geschäftsführer Louis von Beaulieu, der selbst über langjährige HR- und Headhunting- sowie Digital-Erfahrung verfügt, findet und gewinnt nicht nur die richtigen Führungskräfte und Mitarbeiter für Unternehmen, sondern entwickelt sie durch ein einzigartiges und personalisiertes „On-the-job“-Training zum „Digital Entrepreneur“ – mit sämtlichen Kompetenzen und Erfahrungen für den Erfolg der digitalen Transformation im Unternehmen. Hierfür stehen zahlreiche erfahrene Mentoren zur Verfügung, allesamt mit weitreichender unternehmerischer Erfahrung und digitaler Expertise – sowohl durch den Aufbau eigener Startups als auch durch die Umsetzung konkreter Digitalprojekte für Unternehmen.



Disruption im Recruiting-Markt

Damit unterscheidet sich die Unternehmer-Schmiede fundamental von klassischen Recruiting-Dienstleistern. Das Hauptaugenmerk des Geschäftsmodells liegt auf der effektiven Ausbildung der Kandidaten im Rahmen realer Digitalisierungsprojekte, nicht auf der reinen Personalsuche. Auch das Preismodell stellt gängige Marktbedingungen auf den Kopf: Statt der einmaligen Zahlung nach erfolgreicher Besetzung, fallen bei der Unternehmer-Schmiede erst Kosten an, wenn ein Kandidat das Programm antritt. Die Vergütung erfolgt dann monatlich und entfällt sofort, sollte der Kandidat das Unternehmen während des 12-monatigen Programms verlassen.

Schon vor der Gründung des Joint Ventures wurden Unternehmen wie Klöckner & Co, die Wüstenrot & Württembergische oder auch die SMS group beim Aufbau eigenständiger Digitaleinheiten unterstützt. „Ohne das Know-how der von etventure rekrutierten Fachkräfte wären wir in unserem Digitalisierungsprozess längst nicht da, wo wir heute schon stehen“, ist Gisbert Rühl, Vorstandsvorsitzender von Klöckner & Co überzeugt. Durch die Zusammenarbeit mit Kienbaum wird dieses Angebot nun auf eine breite Basis gestellt.

www.unternehmer-schmiede.de

DIGITALISIERUNG DER SMS GROUP – FROM SCRATCH TO DIGITAL UNIT

SMS group

etventure spricht immer von den Voraussetzungen für einen erfolgreichen Digitalisierungsprozess, von radikaler Nutzerzentrierung, Testing und Prototyping und von der Digitaleinheit als geschütztem Raum – aber was heißt das in der Umsetzung für ein Traditionsunternehmen?

Seit April befindet sich die Digitaleinheit der SMS group in Düsseldorf in Gründung. Der Anlagenbauer sieht sich vielen Herausforderungen ausgesetzt, mit denen im Zuge der Digitalisierung branchenübergreifend Mittelständler und Konzerne konfrontiert sind.

Entwicklung eines digitalen Kanals zum Kunden

„Im Rahmen der Digitalisierung ist eine der größten Gefahren für die SMS group, dass ein Digitalplayer die Schnittstelle zum Kunden besetzt. Ein Szenario, welches schon einige Branchen erlebt haben“, so Burkhard Dahmen, Geschäftsführer der SMS group. Um diese Schnittstelle, sprich den digitalen Kanal zum Kunden aufzubauen und damit den Grundstein für die Digitalisierung zu legen, hat sich die SMS group die Unterstützung von etventure gesichert.

„etventure, und das ist das Besondere, kommt nicht wie ein Berater helikoptermäßig von oben in das Unternehmen und präsentiert Strategien. Wir sind Teil des Teams, geben unser Wissen an Innovationsmethodiken weiter und setzen direkt gemeinsam digitale Projekte um“, fasst Alexander Franke, Partner bei etventure, die etventure-Philosophie zusammen.

Über Kundentests und Feedback zum digitalen Prototypen in acht Wochen

Der Weg zu den digitalen Lösungen führt über den Kunden. Das Team ging dafür bis nach Taiwan, um mit Kunden der SMS group über deren ‚Pain Points‘ zu sprechen und ein Ver-



Erster Prototyp der Ersatzteile-Identifikationsplattform auf der Messe Tube & Wire

ständnis für die Kundenbedürfnisse zu entwickeln.

Auf dieser Basis wurde der erste Prototyp nach nur acht Wochen Entwicklungszeit auf der Messe Tube & Wire vorgestellt. Die Ersatzteile-Identifikationsplattform löst umfangreiche Aktenordner und Sammlungen technischer Zeichnungen der Anlagen in den jeweiligen Werken ab und versetzt die Kunden der SMS group in die Lage, die Anlage und insbesondere einzelne Bestandteile schnell digital zu identifizieren.

Die Digitaleinheit als Beschleuniger des digitalen Wandels

„Die Plattform ist ein wichtiges Puzzlestück, um unseren Wartungs- und

Servicebereich auszubauen. Jetzt geht es darum, dass wir weitere Services entwickeln, die wir miteinander vernetzen, und den digitalen Wandel so forcieren“, kommentiert Burkhard Dahmen die Entwicklung. „Um dies noch stärker zu beschleunigen, werden wir mit etventure die Digitaleinheit in den Düsseldorfer Schwanenhöfen aufbauen.“

Die Digitaleinheit hat bereits ganz „lean“ die Arbeit aufgenommen und wird damit die zentrale Organisationseinheit für den erfolgreichen Aufbau innovativer Geschäftsideen bei der SMS group.

Das etventure-Projektteam in Workshops mit dem Digital-Team der SMS group



NEUER ETVENTURE GESCHÄFTSBEREICH: RAUM FÜR INNOVATION

etventure hat bereits im Rahmen von Corporate-Innovation-Projekten und über die Berlin School of Digital Business (BSDB) immer wieder auch den passenden Raum für die Innovationsvorhaben seiner Kunden geschaffen. Dieses Leistungsangebot soll künftig weiter ausgebaut werden und gliedert sich in die Reihe bestehender Geschäftsbereiche ein, welche alle für den Aufbau neuer Geschäftsmodelle notwendig sind.

Kreativer Raum für Innovations-Workshops

Die Nachfrage nach kreativen Umfeldern für Innovations-Workshops, andere moderne Tagungsformate oder die eigene Vorstandssitzung ist enorm. Viele Unternehmen wollen hierfür aus den eigenen vier Wänden raus und sich durch ein andersartiges Umfeld inspirieren lassen. Für viele Kunden wie Telefónica oder die Deutsche Bahn hat die BSDB hierfür entsprechende Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt.

Setup der Räumlichkeiten für Digital-Units

Ebenso hat etventure bereits für mehrere Kunden das Setup der Räumlichkeiten für die neu geschaffenen Digital-Units der Unternehmen erfolgreich aufgebaut. Egal ob in der Startup-Hochburg Berlin,



Das Team der Friendsfactory freut sich auf die gemeinsamen Projekte

an Industrie-Standorten in Nordrhein-Westfalen oder an ländlicheren Standorten bei Kunden vor Ort – das etventure-Team findet geeignete Locations und baut Büros auf, in denen Digital-Teams erfolgreich und innovativ arbeiten können. Dies konnten die Digitalexperten beispielsweise beim Setup der Digital-Units KCI des Stahlhändlers Klöckner & Co sowie W&W Digital der Wüstenrot & Württembergischen Versicherung und nicht zuletzt im Rahmen des Aufbaus der Digitalfabrik Schacht One gemeinsam mit Haniel in Essen unter Beweis stellen.

Die Räumlichkeiten von Klöckners Digitaleinheit KCI



Büros für innovatives Arbeiten – Joint Venture mit der Friendsfactory

Um das Thema „Raum für Innovation“ als eigenen Geschäftsbereich auszubauen und der stark ansteigenden Nachfrage in diesem Bereich gerecht zu werden, hat etventure gemeinsam mit der Friendsfactory AG, Deutschlands größter Bürogemeinschaft, im April 2016 ein Joint Venture gegründet. Die beiden Partner wollen die Marktchancen im Immobiliengeschäft und darauf aufbauender Dienstleistungen und Produkte nutzen, welche sich aus dem Trend zu selbständiger und flexibler Arbeitsweise sowie zugehörigen Services ergeben.

Das Joint Venture profitiert dabei zum einen von etventures Erfahrung im skalierbaren Aufbau neuer Geschäftsmodelle sowie dem ausgezeichneten Netzwerk in Startup-, Konzern- und Investoren-Szene und zum anderen von der Marke, dem Know-how und der Erfahrung im Geschäft mit Immobilien und flexiblen Bürolösungen der Friendsfactory. Das gemeinsame Leistungsangebot wird unter der Marke „Friendsfactory“ vertrieben. Unter dem Motto „Arbeiten unter Freunden“ hat sich das Team um Geschäftsführer Gregor Gebhardt hier in den vergange-



Raum für Innovationsarbeit: Impressionen aus den Räumen der Friendsfactory



nen Jahren einen Namen gemacht. Die Friendsfactory bietet bereits seit mehr als 10 Jahren an rund 10 Standorten mit über 1.600 „Friends“ eine inspirierende Arbeitsatmosphäre, ein kreatives Netzwerk und die Möglichkeit, Geschäfte in einem professionellen Rahmen zu entwickeln. Hier finden zum einen viele Startups das erste Zuhause, aber auch namhafte Firmen, Zulieferer großer Konzerne oder projektbezogene Fachfirmen haben hier eine inspirierende und kalkulierbare Arbeitsatmosphäre mit All-inclusive-Angebot.

Pilot-Objekt Parkstadt Schwabing und internationale Perspektive

Als erstes gemeinsames Pilot-Objekt haben die Joint-Venture-Partner eine attraktive Immobilie in der Parkstadt Schwabing ins Auge gefasst.

Langfristiges Ziel ist es, das Joint Venture als international führenden Anbieter von flexiblen Bürolösungen aufzubauen. Es soll sich mittelfristig als ein europäischer Vorreiter im Markt etablieren.

3 Fragen an Gregor Gebhardt



Wie bist du in die Immobilienbranche gekommen?

Mein erstes Geschäft in diesem Bereich entstand noch während meines Studiums an der BAW München – aus einem spontanen Einfall heraus. Das 1. Obergeschoss des Unigebäudes, rund 1.000 qm², stand komplett leer. Zunächst habe ich die Räume einzeln angemietet, da ich ja kaum Geld zur Verfügung hatte. In kürzester Zeit kamen dann die ersten zahlungskräftigen Mieter dazu und aus meiner Idee wurde schnell ein rentables Geschäft.

Power ein funktionierendes Team in sich birgt. In meinem Beruf als Immobilienkaufmann erklärte ich es deshalb zu meiner Passion, Raum für Ideen zu schaffen.

Heute, zehn Jahre nach dem Launch der ersten Friendsfactory, weiß ich, dass ich mit diesem Anliegen nicht alleine bin. Unsere rund 1.600 Mieter haben erkannt: Arbeiten unter Freunden macht nicht nur Spaß, es zahlt sich aus.

Was ist deine Vision für das Joint Venture mit etventure?

Gemeinsam mit etventure wollen wir Startups wie Unternehmen Raum für innovatives Arbeiten bieten – mit unterschiedlichsten Raumlösungen, einer inspirierenden Atmosphäre und einzigartigen Netzwerk-Möglichkeiten. Dabei geht es nicht darum, in einer hippen Umgebung nebeneinander vor sich hin zu arbeiten. Co-Working allein bringt keinen Mehrwert. Wir wollen verschiedenste Business-Partner zusammenbringen, Unternehmen und Startups unterstützen und begleiten, und so neue Geschäftsideen schaffen.

Woher kam dann konkret die Idee für die Friendsfactory?

Für mich persönlich spielten ein gutes Miteinander verschiedenster Charaktere und Teamgeist schon immer eine große Rolle. So ist es wohl bezeichnend, dass mir die Idee zur Friendsfactory nicht etwa einsam bei einer Tasse Tee am Schreibtisch kam, sondern 15 Meter unter Wasser – als Tauchlehrer im Robinson Club. Jeden Tag aufs Neue machte ich während dieser Zeit die Erfahrung, welche



EUROPEAN INNOVATION HUB BRINGT UNTERNEHMEN UND STARTUPS ZUSAMMEN



Der European Innovation Hub baut Brücken zwischen Corporates und Startups



Der European Innovation Hub (EIH) hat sein Leistungsportfolio um Programme für Unternehmen erweitert. Neben der Koordination von IoT-Projekten auf europäischer Ebene und der europäischen Förderung von Startups durch einen EU-Accelerator bietet der EIH inzwischen auch Startup-Screenings und Startup-Pilot-Programme für Unternehmen an. Damit treffen sie den Bedarf von großen Mittelständlern und Konzernen, die sich laut einer Deutschlandstudie von etventure und der GfK Nürnberg in der großen Mehrheit besser auf die Digitale Transformation vorbereitet sehen, wenn sie mit Startups kooperieren.

Der EIH konnte über seine bisherigen Aktivitäten – wie zum Beispiel den Aufbau eines EU-Accelerators, der mit sechs Millionen Euro Fördergeldern ausgestattet ist und Startups aus ganz Europa unterstützt, oder das Programm „Welcome“, welches Startup-Ökosysteme in fünf Regionen Europas verknüpft – ein beeindruckendes Netzwerk aufbauen, das mittlerweile aus über 2.000 Startups besteht.

Startup-Screening

Immer häufiger suchen Unternehmen die Zusammenarbeit mit Startups, um leichter Zugang zu neuen Ideen und Technologien zu finden und auf diese Weise ihr Geschäftsmodell zu digitalisieren. Startups stellen für Unternehmen aber nicht nur mögliche Kooperationspartner dar, sondern auch Wettbewerber mit großem Innovationspotenzial. Egal ob als Partner oder Konkurrent – für Unternehmen ist es wichtig, die relevanten Startups innerhalb der eigenen Branche zu kennen, auch um aktuelle Trends und Technologien und damit Marktchancen und -risiken zu antizipieren.

Allerdings fehlt Unternehmen häufig das Know-how, um in der Masse an Startups den Überblick zu behalten. Der EIH bietet Unternehmen deshalb ein professionelles, globales Startup-Screening an. Dabei werden zunächst alle für das jeweilige Unternehmen relevanten Startups erfasst sowie deren Geschäftsmodelle qualitativ eingeschätzt. Die gewonnenen Erkenntnisse tragen zum Aufbau von Know-how

im Unternehmen bei und dienen als Entscheidungsgrundlage im weiteren Innovationsprozess. Nicht zuletzt kann der EIH auf diese Weise eine Vernetzung zwischen Startups und Corporates fördern.

Startup-Pilot-Programm

An diesem Punkt setzt auch das Startup-Pilot-Programm an: Ziel des sechsmonatigen Programms ist es, aufbauend auf dem vorherigen Screening und der Selektion relevanter Startups Formen der Kooperation zwischen Unternehmen und Startups zu etablieren. Das kann einerseits der Aufbau von digitalem Neugeschäft in Kooperation sein, aber auch die Nutzung innovativer Startup-Services und Technologien bis hin zur Akquise und Aufnahme von Startups in das eigene digitale Portfolio.

Laura Kohler, Geschäftsführerin des EIH, erklärt: „Das Ziel unseres erweiterten Leistungsangebots ist es, Brücken zwischen Startups und Corporates zu bauen. Unser weitreichendes Netzwerk innerhalb der internationalen Startup-Szene, verknüpft mit der Erfahrung von etventure in der Umsetzung von Digitalisierungsprojekten für Mittelstand und Konzerne, macht uns zum idealen Begleiter und Mittler zwischen etablierten Unternehmen und jungen Gründern.“

www.corporate-meets-startup.com



ETVENTURE STARTET IM „LÄNDLE“ DURCH



Das etventure-Team Stuttgart in den Accelerate Spaces Stuttgart



Baden-Württemberg glänzt nicht nur mit Weltmarktführern aus Mittelstand und Konzernwelt, sondern auch mit einer spannenden digitalen Gründerszene. etventure hat im Februar nicht nur ein Büro bei Accelerate Stuttgart bezogen, sondern die darüber hinausgehende Zusammenarbeit schnell intensiviert und inzwischen eine Mehrheitsbeteiligung an dem „Beschleuniger“ für Baden-Württemberg übernommen.

Accelerate Stuttgart hilft Gründern, Startups und Unternehmen, die Chancen der Digitalisierung systematisch zu nutzen. Die Aktivitäten reichen dabei von einem Accelerator-Programm über die Vermietung innovativer Büroräume und die Veranstaltung von Events in der Region bis hin zu Dienstleistungen für Unternehmen wie beispielsweise Startup-Scoutings oder Workshops und Expertensessions rund um das Thema Digitalisierung. Zu den Kunden zählen öffentliche Partner wie das Wirtschaftsministerium oder die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart (WRS), aber auch Konzerne wie die Robert Bosch GmbH und die Daimler AG.

Ausbau der Corporate Startup Eventreihe

Bereits zum dritten Mal hat Accelerate Stuttgart im März ein „Corporate Startup Meetup“ organisiert. Im Fo-

kus steht hierbei der Austausch und die Vernetzung lokaler Intrapreneure und Vordenker, die den Startup-Geist in ihre Unternehmen einbringen. Diese Initiative reiht sich passend in die neuen Corporate-meets-Startup-Programme (siehe linke Seite) des European Innovation Hub von etventure ein und soll in Zukunft weiter ausgebaut werden.

Gründer von Accelerate Stuttgart wechselt zu etventure

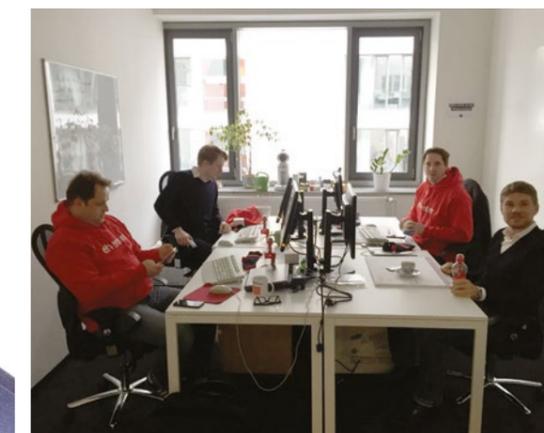
Sämtliche Corporate-Innovation-Geschäfte von etventure im „Ländle“ werden ab sofort von Johannes Ellenberg, Gründer Accelerate Stuttgart, geleitet. Er treibt seit 2011 die Startup-Szene in Stuttgart voran und hat

bereits zahlreiche Projekte auch mit Unternehmen und öffentlichen Partnern in der Region durchgeführt.

etventure-Kundenerfolge in Baden-Württemberg

Für etventure ist der Standort Stuttgart nicht zuletzt auch aufgrund der Nähe zu Großkunden im Bereich Corporate Innovation wichtig. Mit Daimler Financial Services, der Wüstenrot & Württembergischen Versicherung sowie einem Weltmarktführer aus der Maschinenbauindustrie ist etventure branchenübergreifend in Baden-Württemberg in unterschiedlichsten Digitalvorhaben von Unternehmen aktiv.

Johannes Ellenberg (li.), Principal etventure und Gründer Accelerate Stuttgart; die Büroräume von etventure und der W&W Digital (re.)



W&W DIGITAL BRINGT ERSTE DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE AUF DEN MARKT



Die Digitalisierung ist auch in der Finanz- und Versicherungsbranche das Top-Thema: Deshalb gründeten etventure und die Wüstenrot & Württembergische im November 2015 das Joint Venture W&W Digital GmbH. Nach den ersten Tests und Markt-Validierungen wurden inzwischen die ersten Geschäftsmodelle wie „Wüstenrot Immowert“ erfolgreich gelauncht.

Wüstenrot Immowert digitalisiert die Immobilienbewertung

Mit Wüstenrot Immowert hat die W&W Digital GmbH im Februar eine digitale Plattform geschaffen, mit deren Hilfe Eigentümer wie auch Kaufinteressenten den Wert ihrer Immobilie ermitteln können – einfach, schnell und bedarfsgerecht. Dabei können die Nutzer zwischen drei verschiedenen Modellen auswählen: Eine schnelle Sofort-Bewertung mittels Datenbankabfrage ist schon für 29 Euro möglich. Bei der Kompakt-Version ermittelt ein unabhängiger Sachverständiger auf Basis von Objektdaten, Bildern und Grundrissen innerhalb von 48 Stunden den Marktwert der Immobilie. Aber auch ein juristisch verwendbares Gutachten, bei dem die Immobilie vor Ort begutachtet wird, ist über Immowert möglich. Damit vereint Immowert

ganz verschiedene Kunden-Ansprüche auf einer digitalen Plattform.

www.wuestenrot-immowert.de



Digitale Innovation in der Altersvorsorge: Rentenhero

Ebenso komplex wie das Thema Immobilien ist für viele Menschen die eigene Altersvorsorge. In der ungeheuren Vielzahl an Optionen und Angeboten ist es kaum möglich, den Überblick zu behalten. Deshalb hat W&W Digital mit dem „Rentenhero“ eine innovative Lösung geschaffen: Auf Basis der individuellen Lebens-, Einkommens- und Vermögenssituation erhält der Nutzer eine unabhängige Beratung und einen transparenten, verständlichen Überblick über seine Optionen für die Altersvorsorge.

www.rentenhero.de



Erfolgsmodell im Handwerker-Markt: Megameister

Das Qualitätsnetzwerk Megameister verbindet Kunden mit Handwerkern und stellt sicher, dass Handwerksbetriebe die Kundenaufträge qualitätsbewusst und zuverlässig erfüllen. Mit dem Portal widmet sich zum ersten

Mal ein Geschäftsmodell den nutzerseitigen Anforderungen: Qualität, Sicherheit, Automatisierung und Transparenz. Megameister arbeitet mit exklusiven Partnern je Region und automatisiert den Prozess des Angebots- und Rechnungsschreibens.

www.megameister.de

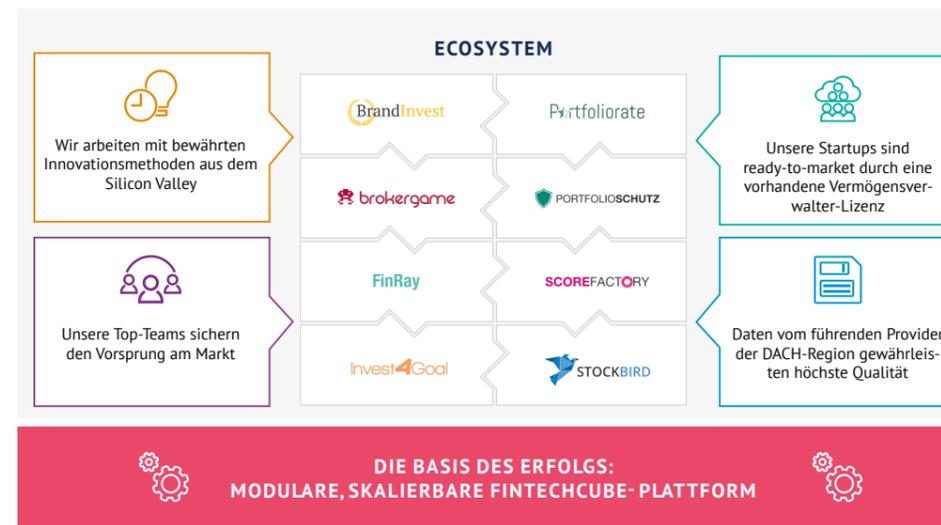
Weitere Geschäftsideen im Test

Doch damit nicht genug: Parallel zu den Prototypen, die bereits am Markt gelauncht sind, hat W&W Digital bereits eine neue Ideengenerierungs- und Validierungsphase gestartet. Im Blickpunkt stehen diesmal aus Nutzerperspektive die Schwerpunkte Gesundheit, Risikoschutz und – erneut – Immobilien.

Das Team wächst an zwei Standorten

W&W Digital hat begonnen, hierfür ein eigenes Team aufzubauen. Erste Mitarbeiter für wichtige Fachbereiche wie Produktmanagement oder Online-Marketing sind mittlerweile bereits an Bord. Zusätzlich arbeitet das Team weiterhin eng mit den Digitalisierungsexperten von etventure zusammen. Als nächstes sucht W&W Digital Entrepreneur für den weiteren Aufbau und die Skalierung der erfolgreich validierten Geschäftsmodelle. Neben Berlin ist W&W Digital außerdem in der Heimat Stuttgart anzutreffen: In den Accelerate Spaces am Stuttgarter Feuersee wurde ein neues Büro bezogen.

FINTECHCUBE SCHAFFT NEUES ÖKOSYSTEM IM BEREICH DER DIGITALEN GELDANLAGE



FinTechCube, der Full-Service-Provider für den FinTech-Markt, startet mit den ersten Geschäftsmodellen. Seit der Gründung Ende 2015 wurden mit den beiden Cases SimpleVest und Portfolio-Butler nicht nur bereits zwei FinTech-Prototypen entwickelt, sondern mit insgesamt zehn Geschäftsmodellen ein ganzes FinTech-Ökosystem für den privaten Endkunden, aber auch für Corporates und institutionelle Anleger geschaffen.

Mit dieser bislang einzigartigen Kombination verschiedener FinTech-Modelle und -Angebote auf einer Plattform hat FinTechCube nun begonnen, Frühphaseninvestoren anzusprechen.

Das Joint Venture von etventure, der 100%-Tochter FintechStars und dem Münchner Daten- und Software-Anbieter FINANCE BASE AG agiert einerseits als Company Builder für den FinTech-Markt und bietet FinTech-Startups ein einzigartiges Framework mit prämierten IT-Lösungen, umfassender Finanzmarkt-Expertise und langjährigem Startup-Know-how sowie einer Finanzanlagevermittler- und Vermögensverwalterlizenz. Andererseits unterstützt FinTechCube auch etablierte Finanzdienstleister bei der Digitalisierung ihres Geschäftsmodells.

Die neu entwickelten Geschäftsmodelle basieren alle auf einer Multi-banking-fähigen technischen Plattform für Finanz-Produkte, die unabhängig von einzelnen Finanzdienstleistern agiert.

Innovative Geschäftsmodelle für digitales Wealth Management

Zu den einzelnen Cases von FinTechCube zählen Geschäftsmodelle wie zum Beispiel BrandInvest, die Markenpräferenzen und Gamification-Ansätze mit dem Thema Investment und Geldanlage verbinden.

FinRay bereitet Anlageprodukte auf verständliche Art und Weise für den Anleger auf und selektiert diese gleichzeitig nach dessen persönlichen Kriterien.

Invest4Goal wiederum kombiniert Lifestyle- und Finanzanlagen und unterstützt den Nutzer durch transparente Sparpläne bei der Zielerreichung.

Weitere Modelle verbinden unter anderem digitale Vermögensverwaltung mit Social Trading,

bioten passende Absicherungsmöglichkeiten für Portfolios und Investments oder unterstützen beim Aktien-Kauf und -verkauf.

Show Cases SimpleVest und Portfolio-Butler

Mit den beiden Modellen SimpleVest und Portfolio-Butler beweist FinTechCube schon jetzt seine Innovationskraft: Die beiden Show Cases wurden bereits durch echtes UserTesting vor-validiert und befinden sich aktuell im Online-Live-Test. SimpleVest stellt dabei eine digitale Plattform für Sparanlagen dar. Der Portfolio-Butler wiederum ist ein modernes, onlinebasiertes Private Wealth Management System. Nutzer erhalten individuell auf sie zugeschnittene Anlagevorschläge sowie Unterstützung beim Management der Anlagen und behalten gleichzeitig den Überblick über Bankkonten und Wertpapierdepots.

„Mit FinTechCube bieten wir Frühphaseninvestoren international skalierbare Geschäftsmodelle, die durch die Fokussierung auf profitable Marktnischen enorme Renditechancen mitbringen und – entsprechend des Business-Building-Prozesses von etventure – bereits vorab validiert wurden. Gleichzeitig ermöglicht unser Portfolioansatz eine hohe Risikostreuung beim Investment“, erklärt Gregor Puchalla, Geschäftsführer von FinTechCube und Geschäftsführer von FintechStars.

www.fintechcube.com

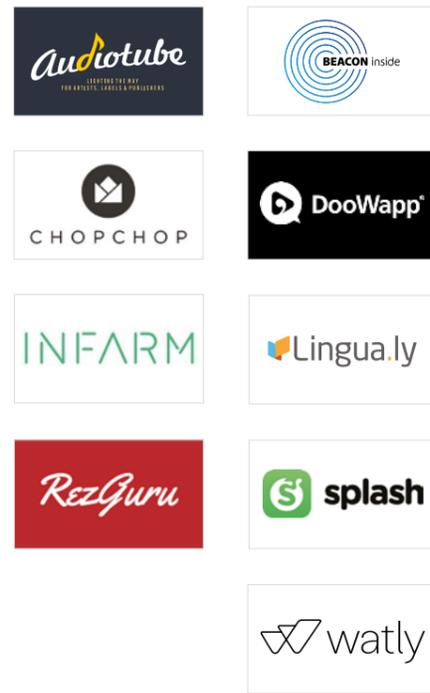
Die beiden Geschäftsführer von FinTechCube, Florian Oswald von FINANCE BASE (li.) und Gregor Puchalla von FintechStars (re.)



13 STARTUPS ABSOLVIEREN ERFOLGREICH EUROPEANPIONEERS ACCELERATOR-PROGRAMM

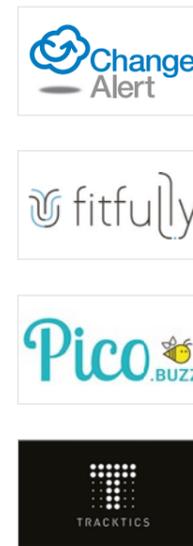


Die Gründer und das Team von EuropeanPioneers beim DemoDay in Berlin



Die 13 Startups der zweiten Förderrunde

EUROPEANPIONEERS



Mitrißende Startup-Pitches in einer tollen Location, dem Co-Working Space Ahoy! Berlin

Acht Monate, 13 europäische Startups, ein Fördervolumen von 2,3 Mio. Euro, Kooperationen mit etablierten Unternehmen wie Samsung, Adidas oder der Metro Group sowie ein umfangreiches Coaching- und Mentorenprogramm:

Mit dem DemoDay im April endete die zweite Förderrunde des EU-Accelerators EuropeanPioneers. Die 13 Gründerteams präsentierten sich im Berliner Co-Working und Event Space Ahoy! den mehr als 250 Gästen, darunter Investoren, Gründer, Mentoren und Medienvertreter. Die Erfolge der verschiedenen Gründerteams können sich sehen lassen. EuropeanPioneers ist ein von etventure geleiteter und EU-finanzierter Accelerator. In zwei Förderrunden begleitete EuropeanPioneers seit 2014 insgesamt 25 Startups aus elf Nationen und unterstützte sie mit einem Fördervolumen von rund sechs Mio. Euro.

Startups aus unterschiedlichsten Branchen – von AgriTech bis Virtual Reality

Ein kurzer Rückblick: Im August 2015

startete die zweite Förderrunde von EuropeanPioneers. Aus rund 660 Bewerbungen aus 45 Ländern konnten sich schließlich 13 Gründerteams mit ihren Ideen durchsetzen und wurden in das Accelerator-Programm aufgenommen. Die Startups aus Berlin, London, dem dänischen Esbjerg, Barcelona und Tel Aviv repräsentieren dabei mit ihren Ideen die unterschiedlichsten Branchen, darunter AgriTech, Food, Energy, Smart City, Internet of Things (IoT), Media & Content sowie EdTech.

Im Programm von EuropeanPioneers erhielten sie nicht nur eine finanzielle Förderung, sondern auch eine weitreichende inhaltliche Unterstützung. So konnten die Gründerteams die FIWARE Technologie kostenfrei einsetzen und wurden umfangreich von internationalen Startup-Experten gecoacht und begleitet – von der Business-Modell-Entwicklung über das User Testing bis hin zur Vermarktung der Geschäftsidee.

Beeindruckende Bilanz beim DemoDay

Besonders groß war das Interesse

beim DemoDay am Berliner Startup Splash, das im März bei der Digitalmesse SXSW in Austin, USA, den renommierten Gründerpreis im Bereich Virtual Reality gewinnen konnte (siehe Info-Box). Aber auch die anderen Startups konnten große Erfolge verzeichnen:

Das Team von INFARM, das ein modular anwendbares, vertikales In-House-Farming-Device entwickelt hat, hat mit der Metro Group einen prominenten Kunden und Partner gefunden. Namhafte Kooperationspartner konnten auch der Musik-Messaging-Dienst DooWapp mit Sony oder die virtuelle „Fit-as-a-Service“-Plattform fitfully mit Adidas gewinnen. BEACONInside, ein herstellerunabhängiger Anbieter einer iBeacon- und Eddystone-Beacon-Management-Plattform, hat gemeinsam mit Google am neusten Eddystone-Standard gearbeitet, der just zum DemoDay gelauncht wurde. Des Weiteren konnten zahlreiche Teams wie etwa CHOPCHOP, Pico oder Tracktics neue Finanzierungen erfolgreich abschließen.

Laura Kohler, Geschäftsführerin European Innovation Hub und Director von EuropeanPioneers: „Wir sind ex-

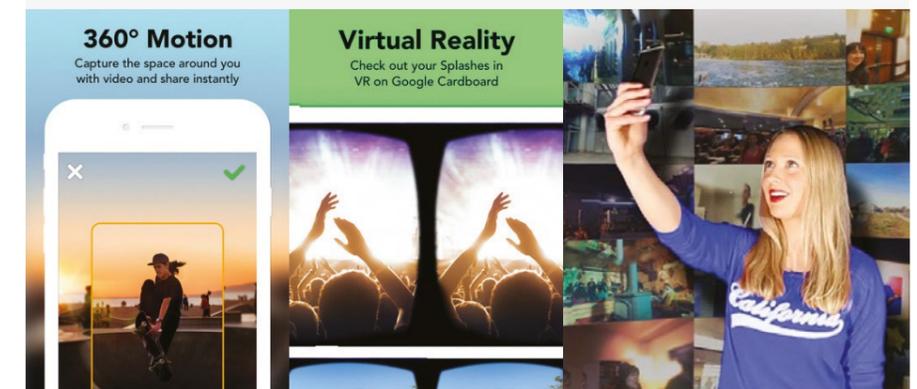
trem stolz auf unsere Startups und ihre Entwicklung in den vergangenen acht Monaten. Die 13 Gründerteams sind der Beweis dafür, wie viel mit einer guten Idee, Herzblut und einer Menge Arbeit erreicht werden kann.“

Mit dem Abschluss der zweiten Förderrunde findet auch das Programm von EuropeanPioneers sein vorläufiges Ende. Unter dem Dach des European Innovation Hub widmet sich etventure aber auch zukünftig dem Bereich Public-Private-Partnership. So leitet der European Innovation Hub neben diversen weiteren Initiativen zum Beispiel ein Programm der Europäischen Kommission, das die Entwicklung gemeinsamer Technologie-Standards im Bereich IoT (Internet of Things) vorantreibt und ein Fördervolumen von insgesamt 50 Millionen Euro umfasst.

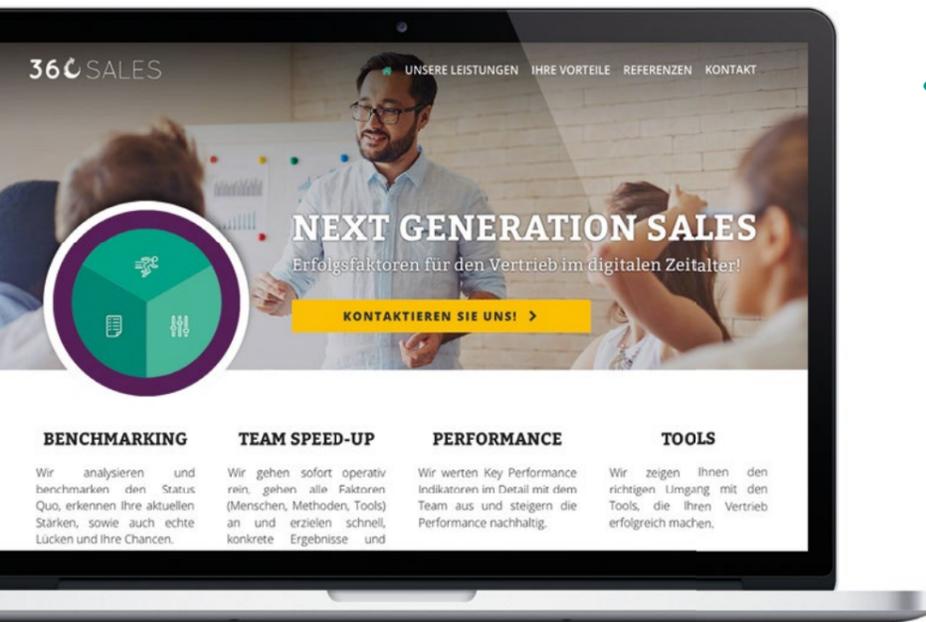
www.europeanpioneers.eu



Das Berliner Startup Splash hat eine Virtual Reality App entwickelt, mit der 360° Videos ganz einfach per Smartphone aufgenommen und über soziale Netzwerke geteilt werden können. Mit dieser Technologie konnte Splash beim renommierten Gründerwettbewerb der Digitalmesse „South by Southwest“ (SXSW) in Austin die Kategorie Virtual Reality für sich entscheiden. Das Gründerteam von Splash, bestehend aus den deutschen Ingenieuren Maximilian Schneider und Stefan Marx sowie dem israelischen Theaterregisseur Michael Ronen, wurde bei der Entwicklung und Markteinführung der App durch den Accelerator EuropeanPioneers unterstützt.



NEXT GENERATION SALES – ETVENTURE GRÜNDET TOCHTER FÜR DEN VERTRIEB IM DIGITALEN ZEITALTER



etventure weitet das unternehmenseigene Portfolio weiter aus: Mit 360sales wurde im Frühjahr ein neues Tochterunternehmen mit Fokus auf die Digitale Transformation im Vertrieb gegründet. Unter dem Claim „Next Generation Sales“ kombiniert 360sales Analyse und Benchmarking mit operativem und KPI-getriebenem Performance-Management, unterstützt durch modernste Vertriebs-tools. Schon vor der offiziellen Gründung hat Andreas Sujata, Chief Sales Officer bei etventure und Geschäftsführer von 360sales, mit seiner langjährigen Expertise den Vertrieb großer Industriekonzerne als auch Startups auf ein neues Level gebracht.

In 12 Wochen zum Sales-Erfolg

Der Vertrieb von heute arbeitet häufig sehr isoliert und konventionell im Ansatz, betreibt reine Distributionspolitik und versperrt so oftmals

den Blick auf Innovationen und neue Vertriebsmöglichkeiten. An einen modernen, digitalen Sales-Prozess werden heute jedoch ganz andere Anforderungen gestellt. An diesem Punkt setzt das Geschäftsmodell von 360sales an. Durch seine operative Herangehensweise kann 360sales den Vertrieb des Kunden innerhalb von 12 Wochen modernisieren und eine konkrete Performance-Steigerung erzielen.

Gemeinsam mit dem Kunden führt 360sales zu nächst ein Benchmarking durch, bei dem auf Basis einer Bestandsanalyse Ziele und KPIs festgelegt sowie die Sales-Story geschärft wird.

Zudem wird das jeweilige Vertriebs-Team intensiv in der Nutzung digitaler Tools und der Anwendung von Sales-Techniken geschult.

Die dritte Säule des Konzepts umfasst die Optimierung von Funnel-



und Kampagnenmanagement sowie ein konsequentes KPI-Controlling.

Vertriebsoptimierung für Großunternehmen als auch Startups

Schon vor der offiziellen Gründung hat 360sales die Vertriebsstrukturen namhafter Unternehmen als auch Startups konsequent und nachhaltig optimiert. Dabei konnten innerhalb kürzester Zeit das Aktivitäten- und Funnel-Management gesteigert, der Sales-Zyklus reduziert und die Kundenakquise verbessert werden. Zu den Kunden zählen Startups wie der Retail-Analytics-Anbieter POSpulse, der ein Umsatzwachstum von 300 Prozent vorweisen kann, und etventure-Corporate-Kunden wie zum Beispiel Viessmann.



Andreas Sujata: „Die weitreichenden Erfahrungen und großen Erfolge, die wir mit unserer Herangehensweise im Vertrieb der eigenen etventure-Startups

verzeichnen konnten, stellen wir mit 360sales nun auf eine breite Basis. Dabei setzen wir auch hier auf die Erfolgsfaktoren des Business-Building-Prozesses von etventure: 100-prozentiger Umsetzungsfokus, unternehmerisches Denken, Testen und Validieren neuer Ansätze im geschützten Raum bis hin zum strukturierten Rollout gemeinsam mit dem Kunden.“

www.360sales.de

BERLIN SCHOOL OF DIGITAL BUSINESS STELLT MIT NEUEM FACHBEIRAT DIE WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT

BERLIN SCHOOL of Digital Business

Die Berlin School of Digital Business (BSDB) etabliert sich weiter als Digitalakademie im Bereich Executive Education. Mit dem neu gegründeten Fachbeirat steht der BSDB nun ein hochkarätiges Expertengremium zur Verfügung, um das Angebot und Profil der BSDB weiter zu schärfen und auf zukünftige Anforderungen vorzubereiten. Zum Fachbeirat gehören unter anderem Dr. Karl Pall, Country Manager bei Google Germany, Stefanie Waehlert, ehemals CDO bei TUI, und Dr. Hans-Peter Kleebinder, Social Media Strategy Audi AG. Auch etventure ist mit Dr. Christian Lütcke, Gründer und Geschäftsführer, im Fachbeirat vertreten.



„Ich freue mich sehr, dass es uns gelungen ist, so herausragende Persönlichkeiten für den Fachbeirat zu gewinnen. Unser nächster Schritt wird die gezielte Schärfung des Profils der Berlin School durch die Entwicklung von neuen Trainingsformaten sein“, so Dr. Birte Gall, Geschäftsführerin der BSDB.

Praxisbeispiel: Führungskräfteprogramm für die Deutsche Bahn

Impressionen von der Startup Safari durch Berlin



Der neu gegründete Fachbeirat der Berlin School of Digital Business

Ziel des Führungskräfteprogramms der Deutschen Bahn, welches bereits zum vierten Mal von der Berlin School of Digital Business für den Mobilitätsanbieter durchgeführt wurde, ist es, auf die Veränderungen durch die zunehmende Digitalisierung aufmerksam zu machen und die daraus entstehende Herausforderung für das eigene Führungsverhalten zu reflektieren. Die Führungskräfte werden so auf ihre Rolle und veränderte Anforderungen im Rahmen der Digitalen Transformation des Unternehmens vorbereitet.

Startup Safari durch Berlin

Im Rahmen einer Startup Safari durch Berlin konnten die Teilnehmer des Programms hautnah miterleben, wie in Startups gearbeitet und geführt wird. Denn das Erfolgsrezept

von Startups basiert darauf, dass sie schnell agieren und auf das Potenzial aller verfügbaren Mitarbeiter zurückgreifen. Die Stationen enthielten einen Stopp bei e-mio, einem Sharing-Dienst für Elektro-Roller, dem Car-Sharing-Anbieter CarJump sowie beim Axel Springer-eigenen Inkubator Plug and Play.

Darüber hinaus konnten die Teilnehmer Innovationsmethoden wie Design Thinking sowie neue Technologien – wie zum Beispiel beim Drohnenfliegen in den Berliner Ackerhöfen – selbst ausprobieren.

www.berlin-sdb.de



NEUE MEILENSTEINE FÜR DIE ETVENTURE-STARTUPS – IN VERTRIEB, FUNDING UND INTERNATIONALISIERUNG



Mit seiner vielseitigen Lösung hat das Münchner Startup mit dem Business Angel Club „Angel Gate“ einen prestigeträchtigen Investor gewinnen können. Angel Gate sowie weitere Geldgeber investierten im ersten Quartal insgesamt einen hohen sechsstelligen Betrag.

Offline-Analytics-Technologie schließt die Lücke zum Kunden

Die neue Finanzierung fließt unter anderem in den Ausbau der Socialwave Analyse-Tools. Durch ein innovatives Add-on für die Hotspot-WLAN-Router erkennen diese – durch die anonyme Erfassung aller Smartphones in der Umgebung, ohne aktives Zutun der Kunden – das Kundenverhalten am Point of Sale (POS). Mit dieser Methode kann Socialwave genaue Besucherstatistiken des POS mit einer Vielzahl an Auswertungs- und Analysemöglichkeiten erstellen, etwa die Anzahl und Aufenthaltsdauer der Kunden, die Wiederkehrer-Rate oder die genaue Position der Kunden innerhalb des Geschäfts. Damit erhalten Händler tiefe Einblicke in das Kundenverhalten, die bislang dem E-Commerce vorbehalten waren, und können auf Basis der in Echtzeit verfügbaren Daten ihr eigenes Angebot am POS optimieren.

Internationaler Vertrieb

Gleichzeitig konnte Socialwave seinen Kundenstamm deutlich ausbauen. Inzwischen setzen mehr als 1.000 Unternehmen auf die Hotspot-Lösung. Darunter sind unter anderem Franchises der bekannten Handelsketten Rewe und Edeka, Segafredo und die Enchilada Gruppe (dean&David). Doch nicht nur in Deutschland wächst die Nachfrage nach der Socialwave-Technologie. Auch in den Niederlanden und in Lateinamerika baut Socialwave den internationalen Vertrieb weiter aus. In Kolumbien kommt die Hotspot-Lösung bereits bei einem Kunden in der Gastronomie zum Einsatz.

wifi.socialwave.de



Socialwave verbindet das analoge Einkaufserlebnis mit der Online-Welt

Immer mehr Menschen wünschen sich einen freien Internetzugang im öffentlichen Raum – sei es im Restaurant, im Fitnessstudio oder beim täglichen Einkauf. Studien belegen, dass WLAN inzwischen die am häufigsten gewünschte digitale Zusatzleistung darstellt. Trotzdem scheuen noch immer viele Händler und Gastronomen davor zurück, ihren Kunden WLAN anzubieten. Ein wesentlicher Grund ist die in Deutschland komplizierte Haftungsfrage für Betreiber öffentlicher Hotspots. Klar ist aber: In naher Zukunft werden Handel und Gastronomie die Forderungen ihrer Kunden nicht länger ignorieren können. Zumal WLAN auch die zwingende Voraussetzung für die Nutzung anderer digitaler Dienste darstellt.

Socialwave hat eine professionelle Hotspot-Lösung für Gewerbetreibende entwickelt, die Rechtssicherheit bietet und gleichzeitig dem Handel einen digitalen Zugang zum Kunden sowie umfassende Marketing- und Analyse-Möglichkeiten bietet.

Erfolgreiche Finanzierung: Socialwave erhält hohe sechsstelligen Investition



POSpulse: Digitale Marktforschung und Technology-Based Consulting

Wie groß die Nachfrage nach neuen Technologien im stationären Handel ist, beweist auch POSpulse. Mithilfe von App-basierter Marktforschung liefert das etventure-Startup Händlern und Herstellern Shopper Insights und Optimierungspotenziale für den Point of Sale – flächendeckend, in Echtzeit und angepasst auf die individuellen Fragestellungen des Unternehmens. Mit diesem Konzept überzeugt POSpulse nicht nur zahlreiche Kunden, sondern auch Investoren und Kooperationspartner.



Siebenstellige Series-A-Finanzierung und internationaler Vertrieb

Anfang 2016 konnte POSpulse mit der Medien Union GmbH eine der führenden Mediengesellschaften Deutschlands ebenso wie den Mobilfunkanbieter Drillisch AG sowie weitere Business Angels als Investoren für sich gewinnen. In einer Series-A-Finanzierung erhielten die Berliner Marktforscher insgesamt einen siebenstelligen Betrag. Mithilfe des frisch gewonnenen Kapitals konnte die eigene Marktforschungs- und Analysetechnik weiterentwickelt werden. Auch die Internationalisierung wird durch die Finanzierung weiter vorangetrieben. Mit Tschechien und Italien ist POSpulse inzwischen auch

auf den ersten Märkten außerhalb der Kernländer Deutschland, Österreich und Schweiz vertreten. Für die internationalen Produktstarts wurden Vertriebsexperten für die jeweiligen Märkte eingestellt. In Tschechien operiert POSpulse außerdem mit Unterstützung einer Partneragentur.

Deutliches Kunden-, Umsatz- und Team-Wachstum

Die Internationalisierung gliedert sich in einen beeindruckenden Wachstumskurs ein: Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete POSpulse ein Umsatzwachstum von 300 Prozent und konnte mit Hilcona, Bel Deutschland, Red Bull Media und Mars Petcare weitere renommierte Kunden gewinnen. Außerdem vergrößerte POSpulse sein Team von zehn auf inzwischen 30 Mitarbeiter und bezog in Berlin ein eigenes Büro. Auch das Panel von ShopScout konnte auf inzwischen 40.000 mobile Marktforscher ausgebaut werden.

www.pospulse.com



mobileJob revolutioniert Recruiting und Jobsuche

Das etventure-Startup mobileJob hat mit seinem digitalen Geschäftsmodell die erste funktionale Recruiting-Lösung für den gewerblichen Arbeitsmarkt geschaffen. Inzwischen nimmt mobileJob weiter Fahrt auf: Von Kentucky Fried Chicken (KFC) über arvato bis hin zu Filialen der EDEKA-Kette setzen immer mehr Unternehmen auf die Mitarbeitersuche per App. Mittlerweile zählt mobileJob mehr als 300 Unternehmen zu seinen Kunden, die ihre Mitarbeitersuche komplett mobil vorantreiben. Außerdem kooperiert mobileJob seit Kurzem auch mit BASF Coatings. Die Mitglieder des BASF Coatings Partnernetzwerks „Co-

lor Motion“, zu dem mehrere hundert Unternehmen gehören, können zukünftig mithilfe von mobileJob digital auf Mitarbeitersuche gehen.



Praxis-Case Electrolux: In nur sieben Tagen zum neuen Mitarbeiter

Ein eindrucksvolles Beispiel dafür, wie schnell die Mitarbeitervermittlung mit mobileJob gelingt, ist der Kunde Electrolux. Gerade einmal sieben Tage dauerte die Besetzung einer Stelle bei dem Hersteller für Haus- und Küchengeräte – von der Ausschreibung bis zur Unterschrift des Arbeitsvertrags. Zum Vergleich: Üblicherweise dauert der Prozess auch im gewerblichen Sektor bis zu 50 Tage. Anja Ullrich, Spezialistin für das Recruiting bei Electrolux, ist sich sicher: „Diese Methode revolutioniert die Art und Weise, wie Menschen einen neuen Job finden.“

www.mobilejob.com



360report: Neue Gesetzgebung macht Nachhaltigkeitsberichte zur Pflicht

Die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts ist derzeit nur für wenige Unternehmen in Deutschland verpflichtend. Mit der neuen EU-Richtlinie, die Ende 2016 in ein nationales Gesetz überführt wird, ändert sich das:

Ab 2017 müssen alle Unternehmen „von öffentlichem Interesse“ – das heißt aktiennotierte Unternehmen, ebenso wie Kreditinstitute und Versicherungsunternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern – ein Nachhaltigkeits-Reporting abgeben.

Für das etventure-Startup 360report stellt die neue Gesetzgebung ein enormes Wachstumspotenzial dar. 360report bietet eine innovative Software an, mit deren Hilfe ein solches Reporting einfach, schnell und kostengünstig sowie entsprechend der internationalen wie nationalen Standards der CSR-Berichterstattung erstellt werden kann.

Zu den Kunden von 360report zählen unter anderem E.ON, Bilfinger Berger, Lufthansa und MLP.

www.360report.org



NEUE MEILENSTEINE FÜR DIE ETVENTURE-STARTUPS – IN VERTRIEB, FUNDING UND INTERNATIONALISIERUNG



FINDEN SIE MIT UNS DIE PASSENDE KANDIDATEN!
Digitales Recruiting für Azubis und duale Studenten

- CAMPUSSCOUT-FRAGEBOGEN
- GEEIGNETE KANDIDATEN
- ZIELGRUPPEN-GERECHTER AUFTRITT

CampusScout weitet Aktivitäten im Corporate-Sektor aus

CampusScout hat seine Aktivitäten im Corporate-Sektor ausgeweitet: Seit April zählen ein international tätiger „Hidden Champion“ sowie eine deutsche Landesbank zu den Kunden des Startups. In beiden Fällen hilft CampusScout dabei, Teilnehmer für die dualen Studienprogramme der Unternehmen zu rekrutieren. „Die Unternehmen merken, wie sehr sie mittlerweile um junge Leute konkurrieren müssen. Neben dem demographischen Wandel ist dafür sicherlich auch der Trend zur Akademisierung verantwortlich“, erklärt CampusScout-Gründer Holger Jelich.

In den kommenden Monaten wird CampusScout mithilfe einer jüngst eingeworbenen Finanzierung seine Technologie weiter ausbauen, um mit der steigenden Anzahl an Kunden und Nutzern Schritt zu halten. Anschließend sollen weitere Markt-

anteile erobert werden. So erklärt Gründer Holger Jelich: „Im Gespräch mit Unternehmen kam immer wieder der Wunsch auf, neben Azubis und dualen Studenten auch Absolventen und Young Professionals mit unserem Ansatz zu rekrutieren. Deshalb wollen wir zukünftig auch diese Zielgruppen stärker ansprechen.“ Geplant ist ferner eine schrittweise Internationalisierung in den amerikanischen Bildungsmarkt und eine weitere Offensive bei Corporate-Kunden zum Ausbildungsstart 2017. Mit seiner Idee verfolgt CampusScout große Ziele: „Wir wollen das Booking.com für den Bildungsmarkt werden.“

www.campuscout.com

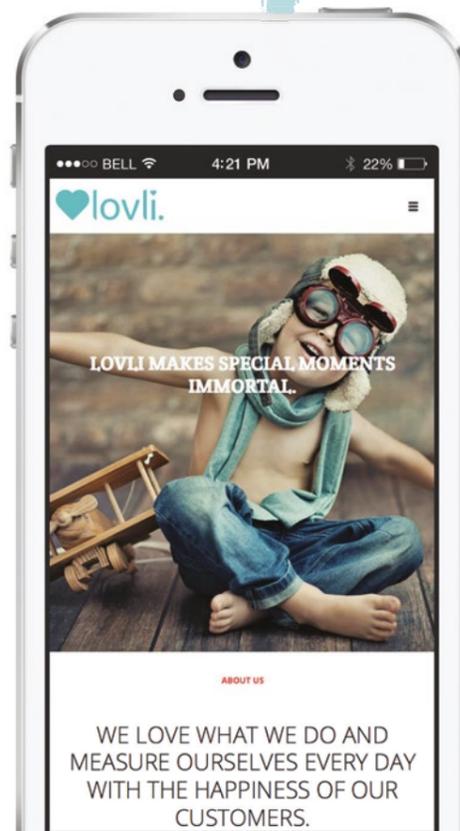


lovli erobert Lateinamerika

Das Familiennetzwerk lovli hat vor Kurzem sein neues App Release gefeiert: Die neue Version von lovli bietet den Usern zahlreiche verbesserte Funktionen. Dazu gehört unter anderem ein Vollbildmodus, eine neue Aktivitätsanzeige und auch eine optimierte Benachrichtigungsfunktion. Damit können Bilder noch einfacher mit dem Familien- und Freundeskreis geteilt werden. Die App ist sowohl für iOS als auch für Android zum Download verfügbar.

Gleichzeitig erzielt lovli vor allem in Lateinamerika beeindruckende Downloadzahlen. Die Zahl der Nutzer ist inzwischen mehr als doppelt so hoch wie in Europa. Insgesamt wird lovli weltweit in 45 Ländern genutzt.

www.lovliapp.com



ETVENTURE ON TOUR

Rückblick: Das waren die bisherigen Event-Höhepunkte

Die etventure-Gründer und -Geschäftsführer wie auch die Geschäftsführer der Tochterunternehmen sind gefragte Vortragsredner und Experten auf Kongressen, Branchen-Events und unternehmensinternen Veranstaltungen zum Thema digitaler Wandel in Unternehmen und Gesellschaft. In der ersten Jahreshälfte zählten folgende Veranstaltungen zu den Highlights:



- ⊕ Alexander Franke auf dem Corporate Incubation and Acceleration Summit in Berlin
- ⊕ Philipp Herrmann beim Corporate Startup Meetup in Stuttgart
- ⊕ Carolin Kröger und Joern Soyke beim Founders Career Day 2015 der WHU
- ⊕ Laura Kohler auf dem Mobile World Congress (MWC) und der Startup-Konferenz 4 Years from Now (4YFN) in Barcelona
- ⊕ Philipp Depiereux und Alexander Franke auf dem Handelsblatt Stahlmarkt 2016 in Düsseldorf
- ⊕ Philipp Depiereux auf der „Digisurance“ in München
- ⊕ Philipp Depiereux als Ehrengast beim Jahresempfang des BMW in Berlin
- ⊕ Alexander Franke beim 16. VDA-Mittelstandstag in Frankfurt
- ⊕ Philipp Depiereux bei der European Printing Ink Association (EuPIA) in Breslau
- ⊕ Philipp Depiereux und Louis von Beaulieu auf der 15. Kienbaum Jahrestagung in Ehreshoven

Mehr Eindrücke von den Veranstaltungen auf unserem Blog: www.etventure.de/blog

Ausblick: C-Suite im Schloshotel Berlin Grunewald am 06. - 07. Juli 2016

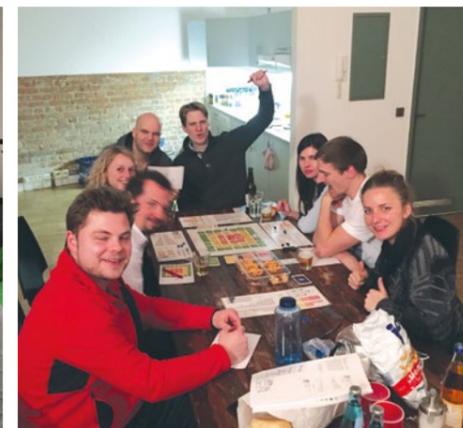
Unter dem Motto „Unsere Mission 2016: Die Kunst der Digitalen Transformation“ veranstaltet das Handelsblatt am 06. und 07. Juli die „C-Suite: Next Level Leadership“. Die „C-Suite“ versteht sich als Zukunftswerkstatt, bei der neben Nachwuchsführungskräften auch aktuelle und ehemalige Vorstände sowie Trendforscher Denkanstöße liefern. Veranstaltungsort ist das Schloshotel in Berlin Grunewald.

Neben einem Vortrag von etventure-Gründer und -Geschäftsführer Philipp Depiereux zum Thema „Lessons learned: was wir aus gescheiterten Innovationsprozessen lernen können“ fungiert etventure bei der zweitägigen Veranstaltung auch als Gastgeber des exklusiven Dinner-Abends.

Weitere anstehende Event-Highlights

- **15. Juni 2016**
Women in Digital (WIDI) auf der tools, Messegelände Berlin Expo Center City, Dr. Birte Gall
- **15. Juni - 15. November 2016**
SMARTER MITTELSTAND – DIGITALISIERUNG 4.0, Eventreihe von DIE ZEIT und Impulse, Bremen, Dortmund, Dresden, Karlsruhe und Nürnberg, Philipp Depiereux
- **21. - 22. Juni 2016**
Zukunftskongress Staat & Verwaltung, bcc Berlin Congress Center, Dr. Christian Lütcke
- **29. Juni 2016**
Steinbeis Consulting Tag, Haus der Wirtschaft in Stuttgart, Philipp Depiereux
- **30. Juni - 01. Juli 2016**
The Future of Consulting Sofitel Kurfürstendamm, Berlin, Dr. Christian Lütcke
- **29. September 2016**
Digital Work & Business 2016, Global Institute for Digital Transformation, Berlin, Philipp Depiereux
- **07. - 08. November 2016**
Tag der Weltmarktführer Müns-terland, Ahaus, Philipp Depiereux
- **17. - 18. November 2016**
8th Global Peter Drucker Forum, Aula der Wissenschaften, Wien, Dr. Christian Lütcke
- **17. - 19. November 2016**
SZ Wirtschaftsgipfel, Hotel Adlon, Berlin

IMPRESSIONEN AUS DER ETVENTURE-WELT



IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR ...



Unternehmen

Philipp Depiereux
Gründer & Geschäftsführer

✉ digitalisierung@etventure.com



Startup-Business

Laura Kohler
Geschäftsführerin European Innovation Hub GmbH

✉ investors@etventure.com



Berlin School of Digital Business

Birte Gall
Geschäftsführerin Berlin School of Digital Business GmbH

✉ school@etventure.com



Unternehmer-Schmiede

Louis von Beaulieu
Geschäftsführer Unternehmer-Schmiede

✉ entrepreneurs@etventure.com



FinTech-Projekte

Gregor Puchalla
Geschäftsführer FintechStars GmbH und FinTechCube GmbH

✉ fintech@etventure.com



Raum für Innovation – Friendsfactory

Gregor Gebhardt
Gründer & Geschäftsführer Friendsfactory Space GmbH

✉ space@etventure.com



Kooperation & Vermarktung

Wibke Lies
Chief Marketing Officer

✉ marketing@etventure.com



Exzellenz im Vertrieb – 360sales

Andreas Sujata
Chief Sales Officer

✉ sales@etventure.com



Journalisten

Christian van Alphen
Head of PR

✉ presse@etventure.com



Produktmanagement & IT-Partner

Gregor Ilg
Head of Product

✉ productandit@etventure.com

Partner & Principals etventure business ignition GmbH



Alexander Franke
Partner



Phillip Brandts
Principal



Johannes Ellenberg
Principal



Johannes Hack
Principal



Carolin Kröger
Principal



Joern Soyke
Principal

ETVENTURE IN DEN MEDIEN



19.12.2015

Wüstenrot & Württembergische nutzt Startup-Methoden
bit.ly/welt-etventure-startup-methoden



22.01.2016

„Looking for the best employer in Berlin?“ – etventure in der aktuellen Ausgabe von „The Hundert“
bit.ly/thehundert-etventure-highlights2015



04.02.2016

Google ein Schnippchen schlagen
bit.ly/nzz-etventure-google



15.02.2016

Ein eigenes Ökosystem für die Mitarbeiter der Zukunft
bit.ly/stz-etventure-zukunft



02.03.2016

Interne Grabenkämpfe blockieren den Fortschritt
bit.ly/wiwo-etventure-studie-digitalisierung



02.03.2016

Digitale Transformation noch nicht in den Chefetagen angekommen
bit.ly/horizont-etventure-digitale-transformation



22.03.2016

etventure und Kienbaum wollen Startup-Spirit in Konzerne bringen
bit.ly/gruenderszene-etventure-kienbaum



14.04.2016

Geld für Inhouse Farming und VR in europäischer Startup-Förderung
bit.ly/dpa-europeanpioneers-startups



29.04.2016

5 Dinge, die jeder über Schacht One wissen muss
bit.ly/deutsche-startups-schacht-one



Viele zusätzliche News auf unserem Blog
bit.ly/etventure-blog

Impressum

Büro Berlin

Ackerhöfe
Ackerstr. 14/15
10115 Berlin
Deutschland

Büro Essen

UNESCO-Welterbe Zollverein
Areal A, Halle 2
Gelsenkirchener Straße 181
45309 Essen
Deutschland

Büro Hamburg

Blücherstr. 11
22767 Hamburg
Deutschland

Büro München

Prannerstraße 10
80333 München
Deutschland

Büro Stuttgart

Accelerate Stuttgart
Rotebühlstraße 87
70178 Stuttgart
Deutschland

Büro London

International House
1 St Katharine's Way
London E1W 1UN
United Kingdom

Büro New York

222 Broadway
New York, NY 10038
USA

Büro Paris

Le Tank
22 bis Rue des Taillandiers
75011 Paris
Frankreich

Büro Zürich

Bellerivestr. 49
8008 Zürich
Schweiz

+49 30 28 04 17 47

✉ kontakt@etventure.com

fb /etventure

tw /etventure

Verantwortlich für den Inhalt: Philipp Depiereux