

etventure HIGHLIGHTS

etventure
from idea to business

TOP THEMEN

- **crowdhunter startet durch - mit vielen namhaften Kunden** (S. 3)
- **Hersteller verbessern Markenerlebnis mit Shop Monitoring** (S. 4)
- **lovli: Die Familien-App für unvergessliche Momente** (S. 6)
- **MyBOOK steigt in den Buchmarkt ein** (S. 7)

GRÜßWORT DES MANAGEMENTS

Liebe Geschäftspartner und Freunde,
ein erfolgreiches Jahr 2013 neigt sich dem Ende zu und wir haben wieder einiges zu berichten.

Startup-Portfolio 2013

Nachdem unser Startup-Portfolio 2013 Mitte des Jahres erfolgreich finanziert wurde, befinden sich die zugehörigen Geschäfte inzwischen voll im Aufbau. Hervorzuheben ist insbesondere das Recruiting-Startup crowdhunter, das in nur wenigen Wochen den Markteintritt vollzogen hat und schon in den ersten Tagen nach Launch namhafte Kunden gewonnen hat (S. 3). Ebenfalls außergewöhnliche Fortschritte erzielte bisher schon lovli, die App für junge Familien, die mit dem ersten Prototyp im Beta-Test ist und auf Basis der zahlreichen Kundenfeedbacks die nächste umfangreiche Version noch dieses Jahr am Markt platzieren wird (S. 6). Die weiteren Startups sind im vierten Quartal gestartet und werden Ende diesen und Anfang kommenden Jahres die ersten Kunden begeistern.

Firmen-Projekte

Auch unser Firmengeschäft hat sich stark weiterentwickelt. Die Anzahl unserer Partner und Projekte hat sich im zweiten Halbjahr verfünffacht. Dabei hat sich auch der Branchenfokus beträchtlich erweitert und reicht nun vom Medienbereich über Konsumgüter und Einzelhandel bis hin zum Finanzsektor. Insbesondere in den frühen Phasen des strukturierten Testens von Geschäftsideen durch Lean-Startup-Methodiken haben wir unsere Kapazitäten stark ausbauen können. Gleichzeitig wurden weitere umfangreiche Neugeschäfte am Markt eingeführt und aufgebaut, wie z.B. das Brand-Monitoring-Tool Shop Monitoring (S. 4) oder die Buchempfehlungsplattform MyBOOK (S. 7).

Wir können das neue Jahr kaum erwarten – vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen und Erfolge wissen wir schon heute, dass es durch zahlreiche Markteinführungen neuer Geschäfte geprägt sein wird.

Wir wünschen viel Spaß bei der Lektüre!

*Philipp, Philipp, Christian,
Alexander und Wibke*

ETVENTURE FACTS Q4/2013



40+
Mitarbeiter



10+
Produkte
in Entwicklung



10+
Produkte
gelauncht



750+
Nutzertestings



4
Standorte

buypackaging

lovli

crowdhunter

spaces

SHOP MONITORING

MyBOOK
Wir lieben Bücher

one sustainability

freunde
rabatt

kundenapp

360report

contactinbox

123rate

meine FIRMEN
WEBSEITE

Office Balance

DAS JAHR 2013 BEI ETVENTURE

10+ PORTFOLIO-STARTUPS



25+ NEUE FIRMENPROJEKTE



VIELE NEUE TEAMMITGLIEDER



20+ KEYNOTES, PANELS & WORKSHOPS



STARTUP-POLITIK IN DEUTSCHLAND & EUROPA



P. Herrmann mit Dr. Rösler, Vizekanzler

C. Lüttke mit Neelie Kroes, EU-Kommission

ETVENTURE STANDORTE



✉ kontakt@etventure.de

☎ +49 89 32 29 92 90

📘 www.facebook.com/etventure

🐦 www.twitter.com/etventure

🌐 www.etventure.com

ETVENTURE AUF KUNUNU



www.kununu.com

➔ Platz 4 der Top 10 Arbeitgeber in Deutschland im Bereich Beratung und Dienstleistung

➔ Platz 5 der beliebtesten Arbeitgeber in Bayern

➔ Besonders geschätzt bei etventure: ausgeprägter Teamgeist und hohe Flexibilität



CROWDHUNTER STARTET DURCH - MIT VIELEN NAMHAFTEN KUNDEN

Seit Marktstart Anfang Juli diesen Jahres konnte das Geschäftsmodell von crowdhunter weiter validiert werden. Hierbei handelt es sich um eine innovative Plattform, über die Privatpersonen Kandidaten für Jobs empfehlen können und dafür eine Prämie erhalten. Die Anzahl der ausschreibenden Unternehmen ist dank gesteigerter Vertriebs-Aktivitäten stark gewachsen, wodurch kontinuierlich neue Jobs auf www.crowdhunter.com präsentiert werden können. Darunter befinden sich zu besetzende Stellen namhafter Firmen wie beispielsweise AutoScout24, CGI, Kreditech oder Semtrac Consulting.

50% der aktiv vermarkteten Vakanzen erfolgreich besetzt

Besonders erfreulich sind die zahlreichen erfolgreichen Vermittlungen. Bisher konnten knapp 50% der aktiv vermarkteten Vakanzen erfolgreich besetzt werden – ein Beweis dafür, dass die „crowd“ als Kandidaten-Vermittler bestens geeignet ist. Im Vergleich dazu erreichen andere Online-Jobportale wie Monster oder Stepstone nur eine Vermittlungsquote von ca. 5%.

Klaus Letzing, Vorstand der Semtrac Consulting AG, kommentierte seine Erfahrung mit crowdhunter: „Besten Dank an crowdhunter! Ich habe monatelang vergeblich nach einem passenden Kandidaten (SAP-Profi) gesucht. Mit crowdhunter konnte ich den Job innerhalb von nur 4 Wochen besetzen.“

Positives Feedback auf der „Zukunft Personal“ in Köln

Mitte Oktober präsentierte sich crowdhunter auf der „Zukunft Personal“ in Köln, eine der größten Personal-Messen Europas, mit einem eigenen Stand. Das Feedback der Personalverantwortlichen war überaus positiv: Diese sehen durch crowdhunter die Möglichkeit, qualifizierte Kandidaten noch schneller, gezielter und effektiver zu erreichen und vakante Stellen in kürzerer Zeit zu besetzen. Aus diesen



Messekontakten konnten bereits erste Kunden gewonnen werden.

Auch auf Vermittlerseite zeichnet sich ein durchweg positives Bild ab. Potentielle Vermittler zeigten sich in Gesprächen auf Messen, Hochschulkontaktbörsen und Tagungen sehr interessiert an der Möglichkeit, Freunden und Bekannten zu einem noch besseren Job zu verhelfen. Die für eine erfolgreiche Vermittlung ausgelobte Geldprämie sehen die Vermittler hierbei als entscheidenden Anreiz.

Co-Entrepreneur und Marketing- und Sales-Mitarbeiter an Bord

Aufgrund dieses positiven Markt-Feedbacks und der immer größer werdenden Anzahl an Kunden hat das crowdhunter-Team inzwischen Zuwachs bekommen. Dank neuer Marketing- & Sales-Mitarbeiter konnten inzwischen sowohl der Aufbau des Vermittlernetzwerkes als auch die Gewinnung von Neukunden sehr stark voran getrieben werden. Zudem bekam unser Entrepreneur Philipp Greulich Mitte Oktober Unterstützung durch Co-Entrepreneur Andreas Stark. Andreas war bereits bei mehreren E-Commerce Startups tätig und bringt somit wertvolle Erfahrung in den Bereichen Business Development und Marketing mit. Bei crowdhunter wird Andreas hauptsächlich für den Ausbau und die Vermarktung des Vermittlernetzwerkes verantwortlich sein.

www.crowdhunter.com

MOBILE JOBS

Recruiting im mobilen Zeitalter

Neben crowdhunter nimmt etventure den Recruitingmarkt noch mit einem weiteren Projekt unter die Lupe. Hierfür wurden verschiedene Bereiche an der Schnittstelle zwischen regionaler Jobsuche, beruflicher Mobilität und dem Potential mobiler Technologie im Bewerbungsprozess untersucht.

Herausforderungen für Unternehmen im Recruitingprozess

In den letzten zwei Jahren ist die Nutzung von Mobiltelefonen in Deutschland massiv gestiegen. In Kombination mit einer immer höheren Fluktuation am Arbeitsmarkt stehen viele Unternehmen nicht nur im Bereich des Talentmanagements, sondern auch im mobilen Bewerbungsprozess vor großen Herausforderungen.

Während die meisten Bereiche unseres Alltags im mobilen Zeitalter angelangt sind, fehlt es im Recruitingbereich an erfolgreichen und vor allem zeitgemäßen Lösungen.

User-Testings und Ausblick

Nach dem bewährten etventure Prinzip wurden detaillierte User-Testings durchgeführt. Diese konzentrierten sich vor allem auf Ausbildungs-, Schichtbetriebe und Produktionsbetriebe. Nach zahlreichen persönlichen Gesprächen vor Ort und Besuchen mit den Arbeitgebern sowie Arbeitnehmern wurden in diesen Bereichen einige signifikante Pain Points identifiziert. Momentan werden verschiedene Lösungsmodelle evaluiert und gemäß des Lean-Startup-Ansatzes von etventure direkt mit den ersten Kunden getestet. Anhand dieser Ergebnisse wird das Geschäftsmodell validiert und der Markttest Ende des Jahres gestartet.



	<p>SAP® Profi (m/w) DWH, BW, BI Semtrac Vollzeit</p> 	<p>München</p>	<p>PRÄMIE 4.500 €</p>
---	---	----------------	------------------------------



KONSUMGÜTERHERSTELLER VERBESSERN DAS MARKENERLEBNIS MIT SHOP MONITORING

Unternehmen wie z.B. Nestlé oder Unilever investieren hohe Anteile ihres Marketingbudgets in plakative Schaufensterdekorationen, aufwendige Zweitplatzierungsdisplays und -aufsteller, sowie Promotionstände mit freien Mitarbeitern, die Produktproben verteilen und im direkten Kundenkontakt die Marken am Point-of-Sale (POS) repräsentieren.

etventure hat gemeinsam mit namhaften Konsumgüterkonzernen die neuen Anforderungen am POS für Hersteller analysiert und die neuartige B2B-Plattform Shop Monitoring entwickelt.

Nur 50% der Promotions am POS erfüllen die Anforderungen der Auftraggeber

In Workshops und Gesprächen, die unter anderem mit Key Account Managern, Brand Managern und Instore Design Managern der Unternehmen geführt wurden, stellte sich heraus, dass eine flächendeckende Messung und Qualitätssicherung der Umsetzung und Wirkung von POS-Aktionen – anders als zum Beispiel im Online Marketing – nicht möglich ist.

Die aktuellen Auswertungen in Shop Monitoring zeigen, dass durchschnittlich 50% der Promotions am POS nicht den Anforderungen der Kampagne entsprechen. So werden zum Teil Aufsteller nicht angebracht, Promoter sind nicht wie geplant vor Ort in den Geschäften oder sind nicht im Stil ihrer Rolle als Markenbotschafter gekleidet.

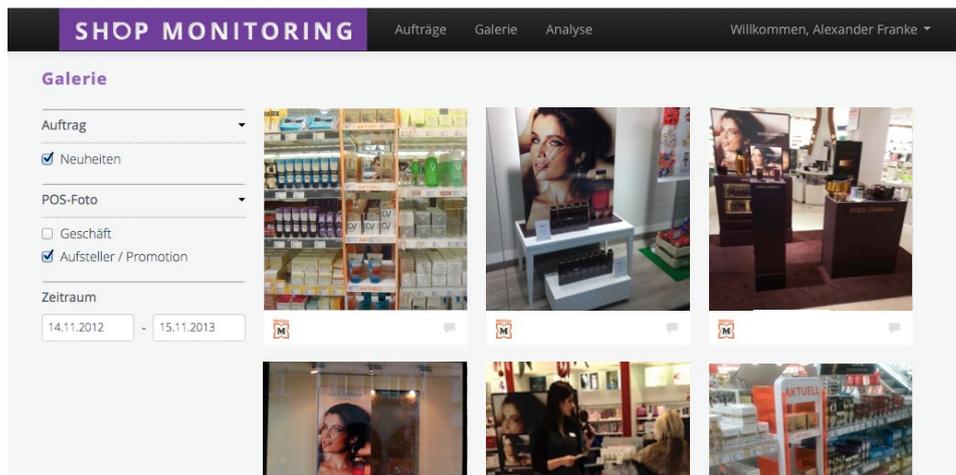
Auswertung von POS-Aktionen durch Crowdsourcing

Basierend auf dem Crowdsourcing-Gedanken können Stores in Deutschland, Österreich und der Schweiz kurzfristig von Shop Monitoring im Auftrag der Konsumgüterhersteller analysiert werden. Hierbei überprüfen Shop Monitoring Agents das Auftreten des Promotion-Personals und die Umsetzung der Promotion-Aktion vor Ort. Bildmaterial von Promotionaufbauten, Schaufensterdekoration, Produktpreise der Wettbewerber und selbst umfangreichste Fragenkataloge werden hier ad hoc erfasst und dem Auftraggeber über die Plattform sofort online zur Verfügung gestellt.

Mit Hilfe dieser Auswertung und konkreten Handlungsempfehlungen können Folgekampagnen verbessert und das Markenerlebnis am POS langfristig messbar gesteigert werden. Shop Monitoring bietet den Herstellern die Möglichkeit, die Effizienz ihres Marketingbudgets für den POS zu überwachen und die eigene Verhandlungsposition den Einzelhandelsketten gegenüber enorm zu stärken.

Aktuell setzen bereits einige internationale Hersteller im Kosmetikbereich auf Shop Monitoring und setzen es aktiv für ihr POS-Monitoring ein. Mit dem Weihnachtsgeschäft startet eine wichtige Zeit für Unternehmen am Point-of-Sale. Shop Monitoring liefert sofort Erkenntnisse, die den Vertriebs Erfolg sichern können.

www.shopmonitoring.net



OFFICE BALANCE

Erfolgreiche Implementierung bei Amazon

Office Balance unterstützt Unternehmen effektiv bei der Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiter. Durch die Nutzung der App werden Ergonomie und Ernährung verbessert, wodurch sich Fehlzeiten reduzieren und die Mitarbeiter durch ein positives Arbeitsklima motivieren lassen.

Auch Amazon Deutschland nutzt seit kurzem Office Balance. Dafür wurde die App im Oktober beim jährlichen Gesundheitstag an einem der Amazon-Standorte den Mitarbeitern vorgestellt.

Gemeinsam mit der Personalabteilung wurden individuelle App-Inhalte für Amazon entwickelt, die es ermöglichen, Mitarbeiter über interne Events (z.B. Ernährungscoachings) oder wichtige gesundheitsbezogene Themen zu informieren und Einladungen zu gemeinsamen sportlichen Aktivitäten zu versenden.



www.officebalanceapp.de

ETV ON TOUR

Medientage München

Im Oktober fanden unter dem Motto „Mobile Life: Herausforderungen für Medien, Werbung und Gesellschaft“ die Medientage München statt. Philipp Herrmann diskutierte vor Ort zum Thema „Neue Gründerzeit in Deutschland: Können die Deutschen Silicon Valley?“

<http://bit.ly/1ck6JcN>

Buchakademie I

Wibke Lies und Philipp Herrmann leiteten im Oktober im Rahmen des Strategy Meeting Business Innovation der Buchakademie Gesprächsrunden über „Practical implementation of new business ideas“. Mit über 3600 Seminarteilnehmern jährlich gehört die Akademie des Deutschen Buchhandels zu den größten Medienakademien Deutschlands.

<http://bit.ly/192qRxi>



ETVENTURE WORKSHOPS BEIM CORPORATE STARTUP SUMMIT

etventure war Hauptsponsor beim Corporate Startup Summit in Köln am 26. August und bot im Rahmen des Events interaktive Einzel- und Gruppenworkshops zum Thema Lean-Startup an. Die Teilnehmer erhielten Einblick in die etventure-Methoden und lernten, wie sie innovative Ideen schnell und gezielt im eigenen Unternehmen umsetzen können. Bereits bestehende Ideen oder Zielgruppenbedürfnisse der Unternehmen wurden besprochen und Geschäftsmodelle unter Verwendung von Empathy Maps, Business Canvas und Rapid Prototyping mit den Lean-Startup-Experten von etventure diskutiert.

Zusätzlich zu den Workshops hielt

Philipp Herrmann einen Vortrag zum Thema „What big companies can learn from Silicon Valley“ und Dr. Christian Lüdtkke war bei einer Diskussion zum Thema „External Venturing“ vertreten. Zu den internationalen Gästen gehörten Repräsentanten großer Unternehmen wie Deutsche Telekom, Deloitte, Bertelsmann, Microsoft, Deutsche Post DHL, Axel Springer sowie viele Innovatoren aus der Startup-Szene. Den Unternehmen wurden umfassende Einblicke in aktuelle Studien und Best Practices rund um das Thema Intrapreneurship gewährt. Erfreuliche Bilanz für etventure: über 50% der Summit-Besucher nahmen an den Lean-Startup-Workshops teil.



INTERVIEW MIT TARO HILDEBRAND, ENTREPRENEUR VON BUYPACKAGING

Als Praktikant eingestiegen, bist Du heute Entrepreneur beim etventure Startup buypackaging, wie kam es dazu?

Die innovativen Projekte bei etventure haben mich bereits in meiner Zeit als Praktikant und später als Diplomand sehr beeindruckt. Ich fand es faszinierend ein Unternehmen neu aufzubauen und zu leiten. Nach erster Marketing- & Vertriebserfahrung bei zwei etventure Startups bin ich daher mit Begeisterung als Entrepreneur in Residence (EIR) bei buypackaging eingestiegen.

Wie würdest Du Deine Lernkurve als etventure EIR beschreiben?

Definitiv steil! Prozesse laufen deutlich schneller ab als in großen Unternehmen, man muss sich also schnell und agil in die jeweiligen Abläufe einfinden. Das ist eine große Herausforderung, macht aber richtig viel Spaß.

Was sind Deiner Ansicht nach die größten Vorteile als EIR eines etventure Startups?

etventure bietet das Netzwerk und Know-how für seine Startups, das viele Gründer nicht haben. Ob IT, Marketing, Vertrieb, Design oder Investorenkontakte: als Entrepreneur lässt sich davon maßgeblich profitieren.

Welche Eigenschaften sollte man als Entrepreneur mitbringen?

Flexibilität, Einsatzbereitschaft und unternehmerisches Denken sind besonders wichtig. Außerdem Kommunikations- und Organisationsstärke.



ETV ON TOUR

Buchakademie II

Auf dem „Trendtag Publishing“ diskutierten Wibke Lies und Christian Lüdtkke zum Thema „Rethinking the Content Business“ mit Experten der Publishing-Branche sowie Digital Business und zeigten konkrete Prognosen, Geschäftsmodelle und Strategien für die nächsten Jahre.

<http://bit.ly/192qRxj>

Quadriga

Die Quadriga Hochschule Berlin lädt zu „Quadriga trifft...“ regelmäßig Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Medien und Gesellschaft zum Gespräch ein. Im Oktober diskutierte Philipp Herrmann mit Torben Greve (MeinFernbus GmbH) und Sebastian Schulze (UPcloud GmbH) über die Startup-Szene in Berlin.

<http://bit.ly/1gb6aUZ>

Brüssel

Christian Lüdtkke und Andrea Molina präsentierten bei der Digital Agenda for Europe (DAE) im Rahmen der Informationstage „Future Internet Private Public Partnership“ den etventure-Ansatz. Ziel der DAE als eine der sieben Leitinitiativen der Strategie Europa 2020 ist die Förderung eines wirtschaftlich und sozial nachhaltigen Wachstums im digitalen Binnenmarkt.

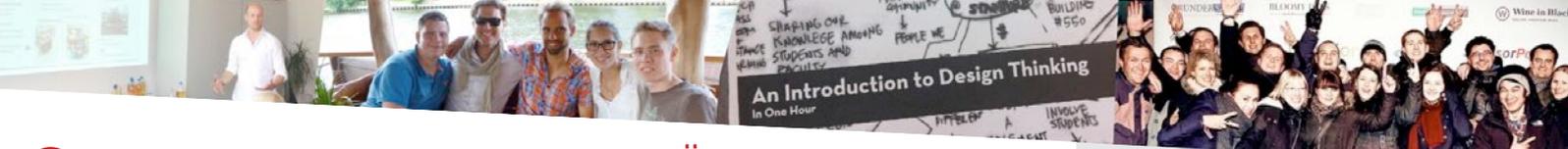
<http://bit.ly/1i87TyO>

Wayra

Im September leitete Alexander Franke einen Business Canvas Workshop für die neuen Teams der Wayra Deutschland Akademie. Als Accelerator von Telefónica unterstützt Wayra angehende Technologie-Unternehmer und Startups in den Bereichen Internet und digitale Technologien.

<http://bit.ly/17TlvbG>





LOVLI: DIE FAMILIEN-APP FÜR UNVERGESSLICHE MOMENTE

lovli ist eines der vier finanzierten Startups des Startup-Portfolios 2013. Die innovative Mobile-App wurde speziell für die moderne Familie von heute entwickelt. lovli ermöglicht Eltern auf einfachste Weise ein mobiles Foto- und Tagebuch der Kinder zu erstellen und mit dem engsten Familien- und Freundeskreis sicher zu teilen.

Erste Gespräche mit Eltern bestimmen Produkt-Features

Wie die ersten User-Interviews gezeigt haben, schießen Eltern unzählige Fotos – vor allem mit ihren Smartphones – und würden dann gerne mehr daraus machen, als diese nur auf dem Computer zu sichern. Allerdings bleibt es meist bei dem frommen Wunsch. Mit lovli können Eltern nun die schönsten Familienmomente festhalten und kommentieren. In zwei ansprechenden Ansichten sind alle Momente chronologisch organisiert und können einfach mit Freunden und Familie geteilt werden. Dabei steht vor allem das Thema Sicherheit im Vordergrund, so dass nur der vom lovli-Nutzer bestimmte Personenkreis die Inhalte sehen kann.

Prototyp zum Download im App Store

Innerhalb weniger Wochen wurde eine Beta-Version für iOS mit den wichtigsten Grundfunktionen veröffentlicht. Vollkommen ohne Werbung wurden damit bereits mehrere hunderte Downloads erreicht. In dieser Version ist es möglich, Fotos und Videos zu machen, entscheidende Ereignisse und Daten wie Größe und Gewicht des Kindes festzuhalten. Diese schönen



Momente lassen sich einfach und sicher per E-Mail teilen, egal ob der Empfänger lovli auch installiert hat oder nicht. Mit dieser Beta-Version geht es nun in eine Testphase, aus der umfangreiches Nutzerfeedback gewonnen wird. Damit werden Änderungen und Neuerungen möglich sein, die gänzlich auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt sind. Flankierend zu der Produktentwicklung werden auch verschiedene Online- und Offline-Werbewege getestet, um den Launch der zweiten Version Ende 2013/Anfang 2014 mit der bestmöglichen Vermarktung begleiten zu können.

Marktlaunch zum Jahreswechsel mit erfahrener Unterstützung

In der zweiten Version werden den Nutzern weitere Funktionen zur Verfügung stehen. Diese fokussieren sich zum einen auf Print-Produkte, die Erweiterung der Zielgruppe auf werdende Eltern, sowie Verbesserungen existierender Funktionalitäten.

Seit Dezember engagiert sich außerdem Manuel Geitner als Entrepreneur in Residence für lovli. Seine Erfahrungen im Marketing, PR und Social Media konnte er zuletzt gerade im Bereich Kind und Familie bei E-Commerce-Unternehmen vertiefen. 2014 wird für lovli also ein sehr spannendes Jahr werden und wir freuen uns darauf!

www.lovliapp.com



360REPORT

360report zieht positive Bilanz des Launch-Jahres

Zwei erfolgreich gestartete Produkte, mehr als 100 Nutzer, enormes Presseecho und ein ebenso breites wie renommiertes Partnernetzwerk: 360report, die Software-Lösung für die einfache Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten, blickt nach den ersten Monaten am Markt auf zahlreiche Erfolge zurück.

Messeerfolg auf der FachPack 2013

Im September war 360report mit einem eigenen Messestand auf der internationalen Verpackungsmesse FachPack in Nürnberg vertreten. Nachhaltigkeit ist seit einigen Jahren ein zentrales Thema in der Verpackungsbranche. Dementsprechend stieß auch der Stand auf großes Interesse beim Fachpublikum. Es wurden zahlreiche Kontakte geknüpft und weitere Kunden gewonnen.

Ausbau des Vertriebsteams

Nachdem Produkt- und Kern-Team erfolgreich aufgebaut wurden, wird auch die Vermarktung immer stärker vorangetrieben. In Q4/2013 wurde die Vertriebspower von 360report durch dedizierte Sales-Manager verstärkt und auch 2014 wird der Fokus des Unternehmens auf der Erweiterung seines professionellen Vertriebsteams und der Weiterentwicklung der Plattform liegen.

www.360report.org





MYBOOK: DIE KERNKOMPETENZ DES STATIONÄREN BUCHHANDELS IM INTERNET

Mit MyBOOK.de wurde Mitte November ein weiteres Corporate-Projekt von etventure an den Markt gebracht. Die Webseite bringt den sonst nur im Buchladen anzutreffenden Buchexperten und seine persönliche Empfehlung über das Internet direkt zum Leser – zuhause oder unterwegs.

Mithilfe eines kurzen Fragebogens werden dem Nutzer zeitnah von Buchexperten aus bisher 4,5 Millionen Buchtiteln drei individuelle Buchvorschläge gemacht. Die neuen Lieblingsbücher können anschließend ganz einfach und versandkostenfrei im eigenen Shop gekauft werden.

Persönliche Empfehlung statt technische Produktkataloge

MyBOOK ist speziell für den Leser entwickelt, der gerne einen Buchladen aufsucht, um über die persönliche Empfehlung seines Händlers ein tolles Buch oder einen neuen Autor kennenzulernen. Immer mehr dieser Literaturfans strömen ratsuchend ins Internet – befragte User sagen, sie sind von Online-Buchanbietern enttäuscht. Diese setzen ausschließlich auf funktionale Designs und festgelegte Produktkataloge, die auf vergangenen Transaktionen beruhen und auf einen schnellen Kaufabschluss ausgerichtet sind. Individuelle und aktuelle Wünsche bleiben auf der Strecke. MyBOOK bringt das auf persönliche Buchempfehlung aus-

gerichtete Konzept und damit die Kernkompetenz des stationären Buchhandels erstmals ins Internet und eröffnet damit eine im Web völlig neue Art, Bücher und Autoren zu entdecken. Der emotionale Ansatz und der Einsatz von echten Experten schaffen eine persönliche Atmosphäre – wie im Buchladen des Vertrauens. Durch die Einbindung von Facebook eröffnen sich zudem neue Wege, den Austausch zwischen Lesern und Experten unmittelbarer zu gestalten und die persönliche Leseerfahrung sofort weiterzugeben.

Vermarktungs-Kickoff im Dezember 2013

MyBOOK befindet sich aktuell noch in der Beta-Phase. So wird zurzeit die Buchauswahl von unseren Experten erweitert und auch die Shop-Anbindung weiter optimiert und mit userfreundlichen Funktionen versehen.

Doch schon jetzt ist klar: das Konzept trifft genau den Nerv der Bücherfans. Schon in der ersten Testing-Phase werden Bücher verkauft, ohne dass nennenswerte Marketing-Offensiven gestartet wurden. In der Vorweihnachtszeit wird nun die Vermarktung verstärkt vorangetrieben, denn MyBOOK ist mit seinen individuellen Buchempfehlungen für jeden Lesegeschmack ein idealer Ratgeber für Buch-Weihnachtsgeschenke.

www.mybook.de

BUYPACKAGING

Seit dem Launch im März 2013 startet buypackaging durch

Im September präsentierte sich buypackaging auf der FachPack erstmals einem breiten Fachpublikum. „Wir freuen uns sehr über das tolle Feedback, das wir hier vom Markt bekommen haben“, so Taro Hildebrand, Mitgründer von buypackaging. „Vor allem durch erste Vertriebsaktionen, die wir im September 2013 gestartet haben, haben wir inzwischen weitere neue Kunden gewinnen können.“

Die Online-Ausschreibungsplattform für Verpackungsmaterialien im Fokus der Fachpresse

Auch die positiven Berichte der Fachpresse spiegeln das rege Interesse des Marktes wider. So war buypackaging seit dem Launch bereits in über zehn relevanten Print- und Online-Medien, wie dem packaging journal, mit redaktionellen Beiträgen, sowie einem Vortrag bei einem Einkaufsverband der Lebensmittelindustrie vertreten.

Bereits über 200 aktive Unternehmenskunden

Auch die bisherigen Zahlen können sich sehen lassen. Die Anzahl der Unternehmen, welche die Plattform nutzen, steigt kontinuierlich. Bereits über 200 Kunden sind auf buypackaging aktiv und wickeln erfolgreich ihr Foliensourcing ab. Und sie sind von dem Tool überzeugt. Harald Taufall, Leiter Supply Chain bei Vorwerk, erklärt: „Die Anzahl der Angebote hat mich sehr positiv überrascht. Durch die Plattform konnten wir unter anderem neue Lieferanten identifizieren, mit denen wir auch zukünftig arbeiten wollen.“

www.buypackaging.com



DAS ETVENTURE-TEAM



HERAUSGEBER

etventure Seed Investments GmbH
 Barer Str. 48
 80799 München
 Telefon: +49 89 32 29 92 90

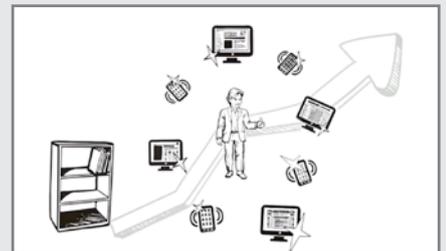
etventure business ignition GmbH
 Rungestraße 20
 10179 Berlin
 Telefon: +49 30 84 71 22 524

etventure Seed Investments CH GmbH
 Goldhaldenstrasse 18
 8702 Zürich-Zollikon, Schweiz
 Telefon: +41 76 23 99 036

kontakt@etventure.de
www.etventure.com
www.facebook.com/etventure
www.twitter.com/etventure
www.xing.com/etventure
www.linkedin.com/company/etventure



Verantwortlich für den Inhalt:
 Philipp Depiereux



etventure business ignition



Interview mit Gründerszene