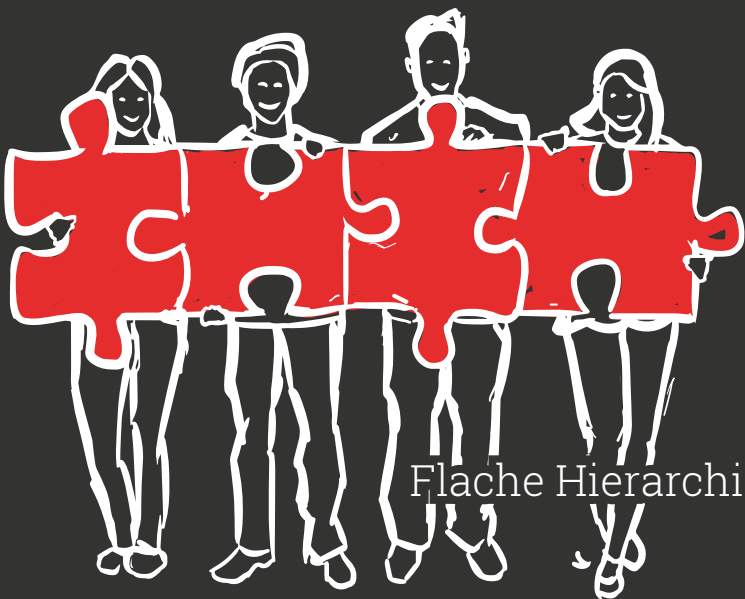


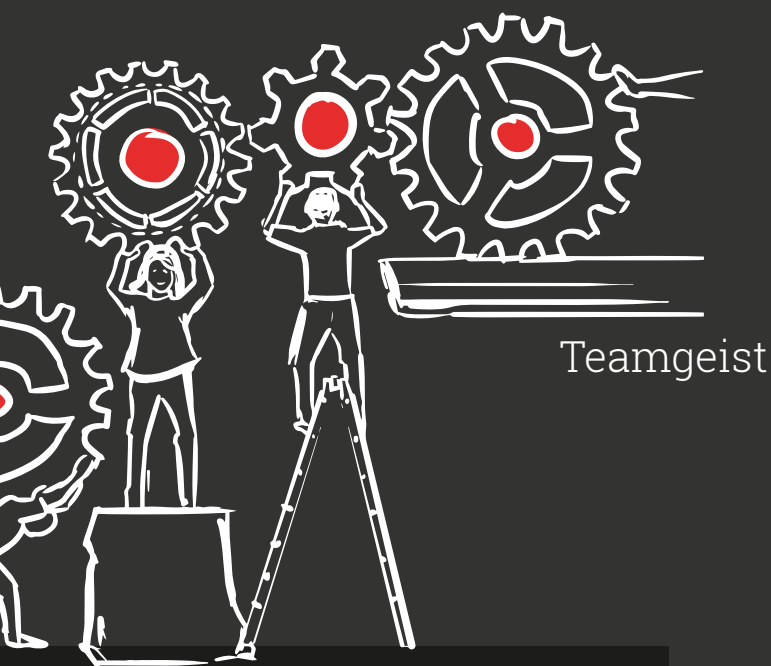


Flache Hierarchien



Selbstentwickeltes
Kompetenzmodell

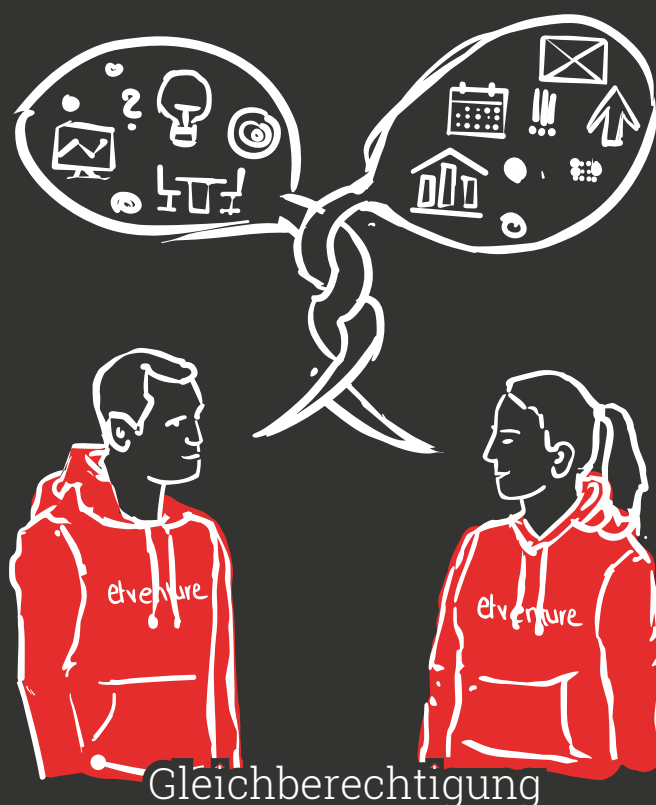
ETVENTURE SCHAFFT ÖKOSYSTEM FÜR DAS ARBEITEN DER ZUKUNFT



Teamgeist

Ausgabe 11

Highlights



Gleichberechtigung

INHALT

Grußwort.....	3
Übersicht etventure-Geschäftsbereiche und Rebranding.....	4
etventure schafft Ökosystem für das Arbeiten der Zukunft	6
Marketingaktion geht in die nächste Runde	9
Abschied von der Produktzentrierung	10
etventure Corporate Innovation wächst mit neuen Kunden	11
Internationaler Ausbau des Corporate Innovation-Geschäfts...	12
„CEO Circle“ ist erfolgreiche eigene Event-Reihe.....	14
SZ-Wirtschaftsgipfel, C-Suite und weitere Event-Highlights.....	15
Digitale Transformation mit Röhlig und Putzmeister	16
etventure-Kunden in den Medien.....	17
Die Highlights des etventure Startup Hub	18
Neues Startup im etventure-Portfolio: everlean	20
Aktuelle Erfolgsmeldungen bestehender etventure-Startups ...	20
Erfolgreiches Wachstum der W&W Digital.....	23
FinTechCube bringt erste App an den Markt.....	24
Neue Formate der Berlin School of Digital Business	25
Unternehmer-Schmiede: Ausbildung digitaler Unternehmer ...	26
Accelerate Stuttgart bringt Startup-Spirit in Unternehmen	27
Impressionen aus der etventure-Welt	28
Ansprechpartner, Medien und Impressum	30

ETVENTURE FACTS Q4/2016



200+ Digitalexperten und
Unternehmer



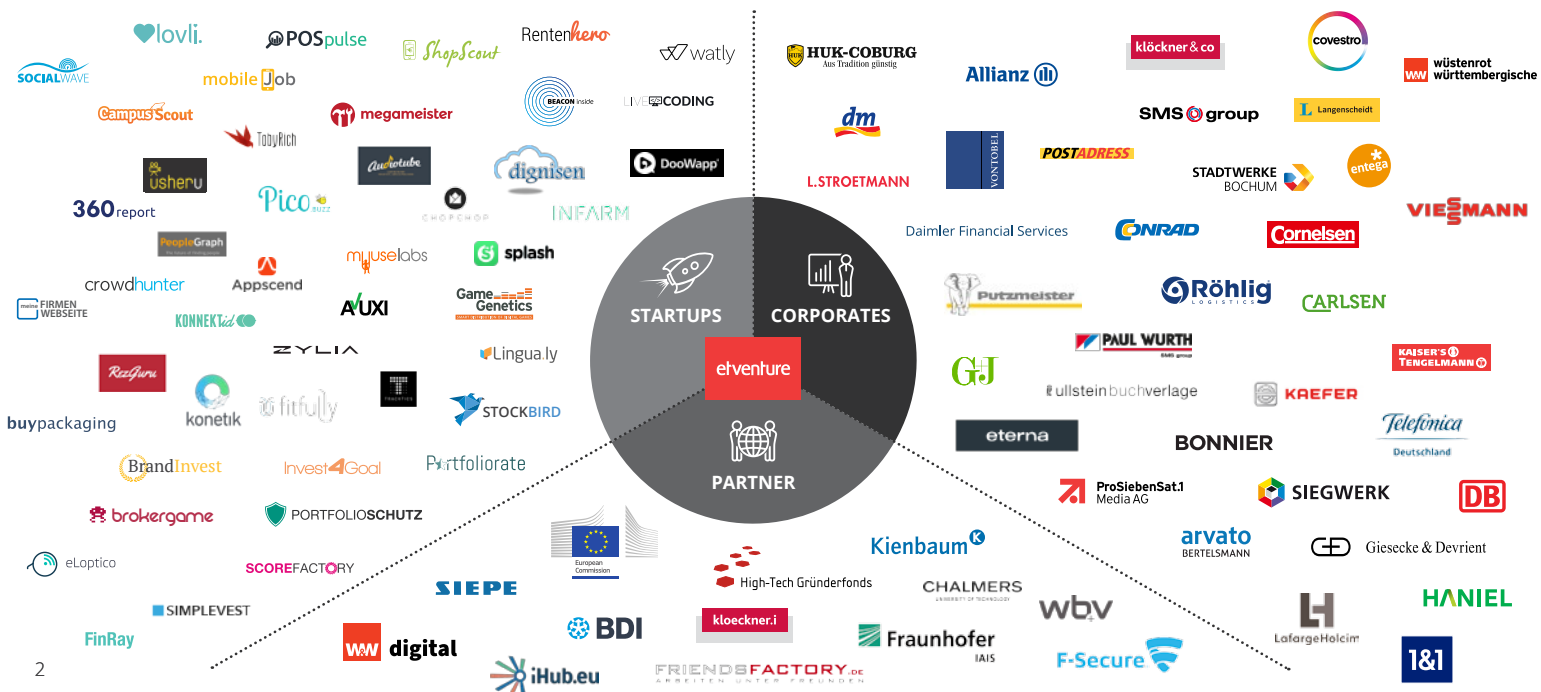
10 Standorte



50+ Startups und
Corporate-Geschäfte



UNSER NETZWERK VON STARTUPS, INDUSTRIE & ÖFFENTLICHEN PARTNERN





GRUSSWORT DER GRÜNDER

Liebe Geschäftspartner und Freunde,

digitale Geschäftsmodelle erfordern in traditionellen Unternehmen nicht nur eine technologische Umstellung – mit dem Erfolg bei der Digitalisierung ist gleichzeitig auch ein Wandel in der Unternehmenskultur untrennbar verbunden. Starre Hierarchien haben ausgedient, Kontrollmechanismen und Bürokratie erschweren Innovation und Schnelligkeit.

Der Faktor Mensch steht auch bei der Digitalisierung im Mittelpunkt. Es ist belegt, dass Teams, in denen sich die Mitarbeiter emotional stark mit ihrem Unternehmen identifizieren, engagierter und produktiver sind. Dies erreicht man durch Transparenz, Offenheit, Flexibilität und ganz wichtig: Verantwortung und Vertrauen. Diese Werte konsequent vorzuleben, ist erfolgskritisch. Unser Ziel ist es daher, ein innovatives Ökosystem für die Arbeit der Zukunft zu schaffen, in Kombination mit einer offenen und agilen Unternehmenskultur. Unser Verständnis, unsere Lernkurve und Erfolge sind dieses mal das Thema unseres Leitartikels (ab Seite 6).

Auf der einen Seite die Kultur, auf der anderen Seite der Markenkern: Zahlreiche Neugründungen, Geschäftsbezüge und Joint Ventures beschreiben das Wachstum von etventure. Um die Zusammengehörigkeit deutlicher zu machen, Synergien zu nutzen und Kräfte zu bündeln, haben wir ein einheitliches Markenbild geschaffen – und bilden damit mittlerweile die gesamte Wertschöpfungskette von Innovationsvorhaben ab (Seite 4 & 5).

Von Rekord zu Rekord: Knapp 100 eigene Digitalunternehmer hat etventure innerhalb des letzten Jahres entwickelt und aufgebaut, die nun erfolgreich am Markt Unternehmen digitalisieren und durch die Transformation begleiten oder eigenständige Startups aufbauen. Allein von Oktober bis heute sind noch einmal über 30 neue Mitarbeiter gestartet, darunter Führungs- und Managementpositionen – nicht zuletzt die zwei neuen Geschäftsführer in New York und in Zürich. Eine Vielzahl neuer Kunden ist hinzugekommen, für die wir Projekte überall auf der Welt umsetzen

(ab Seite 11). Und genauso schauen unsere Startups und Tochterfirmen dieses Jahr erneut auf eine glänzende Erfolgsbilanz zurück (ab Seite 18).

Auf den Erfolg von etventure, insbesondere was die Methodik und Umsetzung angeht, sind mittlerweile auch die deutschen Leitmedien aufmerksam geworden. Unter anderem hat DER SPIEGEL ein Kundenprojekt bei der SMS group über sechs Monate begleitet. (Seite 17).

Viele weitere Hintergründe und Geschichten aus den vier Geschäftsbezielen Corporate Innovation, Startup Hub, People & Education sowie Innovation Spaces in dieser neuen Ausgabe.

Wir wünschen viel Freude beim Lesen!

Philipp Depiereux, Philipp Herrmann, Christian Lüdtk, Björn Wettergren

NUR ECHE UNTERNEHMER TREIBEN DEN DIGITALEN WANDEL

Das rasante Wachstum von etventure brachte viele Geschäftsbereiche und Neugründungen hervor, die eines gemeinsam haben, die **etventure-DNA: Unternehmer-Mindset mit vollem Kunden- & Umsetzungsfokus**. Um die Zusammengehörigkeit der Geschäftsbereiche sichtbar zu machen, haben wir ein einheitliches Markenbild geschaffen.



etventure

Startup
Hub

Wir bauen erfolgreiche Startups im Digitalmarkt auf, entwickeln Startups durch Accelerator- oder Incubator-Programme und fördern aktiv Startup-Ökosysteme.



splash



Es ist toll und spannend, die Business-Building-Aktivitäten einer so professionellen Startup-Schmiede zu verfolgen, und ich bin schon neugierig auf die nächsten Meilensteine.

Hartmut Ostrowski, Business Angel, ehemaliger Vorstandsvorsitzender Bertelsmann AG



etventure

Corporate
Innovation

Wir begleiten Unternehmen bei der Digitalen Transformation, entwickeln gemeinsam digitales Neugeschäft und unterstützen sie beim Aufbau eigener Digital Units.



Die Maschinenbauindustrie steht im Zeitalter der Industrie 4.0 vor großen Umwälzungen. Mit etventure haben wir den besten Partner für die digitale Transformation der SMS group gefunden. Wir sind sehr beeindruckt vom Unternehmergeist und der Umsetzungsstärke des etventure-Teams, das uns in die Lage versetzt, die neuen Herausforderungen der Digitalisierung erfolgreich zu meistern.

Burkhard Dahmen, CEO SMS group GmbH



etventure

People & Education

Wir bieten Executive Education für Führungskräfte und bauen erfolgreiche „Digital-Unternehmer“ oder ganze Digital-Teams für Unternehmen auf.

Telefonica
Deutschland



TAKKT AG
BUSINESS EQUIPMENT SOLUTIONS

VIESSMANN



Die Basis und Voraussetzung einer erfolgreichen digitalen Transformation sind die Fach- und Führungskräfte, die diesen Wandel gestalten. Mit ihrer einzigartigen Kombination aus Recruiting und strukturiertem Profilaufbau zum digitalen Unternehmer unterstützt uns die Unternehmer-Schmiede maßgeblich, die richtigen Nachwuchskräfte für diese Aufgaben zu entwickeln und die Digitalisierung der TAKKT AG insgesamt voranzutreiben.

Felix Zimmermann, CEO TAKKT AG

etventure

Innovation Spaces

Wir bieten und entwickeln kreativen Raum für Innovationsarbeit – sowohl für Startups als auch für Unternehmen.

HANIEL

kloeckner.i

v&w digital

SMS digital



Mit der Unterstützung von etventure haben wir unsere Digitaleinheit „Schacht One“ gegründet und einen Beschleuniger für die Digitalisierung unseres Portfolios geschaffen. Wir entwickeln gemeinsam Ideen für digitale Produkte und Prozesse und bringen diese in kürzester Zeit zur Marktreife. Unsere Portfolio-Unternehmen profitieren dabei extrem von etventures Digitalisierungs- und Umsetzungs-Know-how.

Stephan Gemkow, Vorstandsvorsitzender Franz Haniel & Cie. GmbH

ETVENTURE SCHAFFT ÖKOSYSTEM FÜR DAS ARBEITEN DER ZUKUNFT



Das etventure-Team auf dem Sommerfest 2016 in Berlin

Es ist ein neues Denken, das in die deutschen Unternehmen einzieht. Die Digitalisierung verlangt schnelle Entscheidungen und permanente Innovationen, Ausprobieren statt Perfektionieren. Viele Unternehmen stehen hier noch ganz am Anfang. Für uns bei etventure ist das der Kern der eigenen Philosophie und Identität.

etventure ist Treiber einer neuen, fortschrittlichen Unternehmens- und Arbeitskultur. Wie sieht die Arbeit der Zukunft aus? Wie können wir den Wünschen und Anforderungen unserer Mitarbeiter gerecht werden und unsere Vision einer modernen Unternehmenskultur verwirklichen?

Fragen, mit denen wir uns bei etventure in den vergangenen Monaten intensiv auseinandergesetzt haben. Denn für uns war stets klar: Der Erfolg des Unternehmens bemisst sich nicht nur in Zahlen. Es sind immer Menschen, die Mitarbeiter, die hinter den Erfolgen stehen und etventure in den vergangenen sechs Jahren zu dem Unternehmen gemacht haben, das es heute ist.

Startup-Spirit trotz anhaltendem Wachstum

Wir sind stolz auf unseren Startup-Spirit, unsere Umsetzungsstärke,

Flexibilität und Geschwindigkeit, gepaart mit der familiären Atmosphäre und dem starken Zusammenhalt im etventure-Team. Diese Mischung ist einzigartig und macht das Besondere an etventure aus. Das unterstreichen auch die kontinuierlich hohen Bewertungen auf kununu, Deutschlands größter Arbeitgeberbewertungsplattform. Mit 4,5 (von 5) Punkten hält etventure hier eine absolute Top-Position. Dabei werden sämtliche Faktoren, von der Arbeitsatmosphäre über das Vorgesetztenverhalten, Gleichberechtigung bis hin zur Work-Life-Balance auf einem konstanten, sehr hohen Niveau bewertet, was zeigt, warum sich etventure auch als Ar-

Das Produktmanagement-Team auf dem etventure-Hackathon



4,54



KUNUNU SCORE



beitgeber mittlerweile einen Namen gemacht hat.

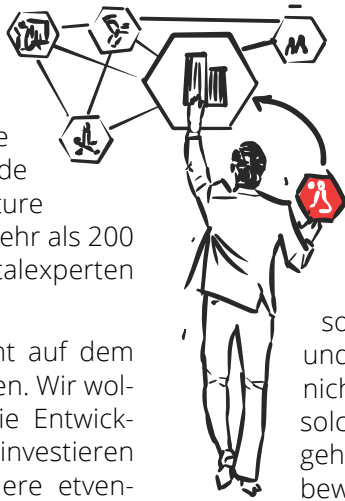
Deutlich über 100 neue Bewerbungen gehen jede Woche ein. Das etventure Team ist inzwischen auf mehr als 200 Unternehmer und Digitalexperten gewachsen.

Doch wir wollen uns nicht auf dem bislang Erreichten ausruhen. Wir wollen weiter wachsen, in die Entwicklung unserer Mitarbeiter investieren und zugleich die besondere etventure-DNA erhalten. Das Ziel: ein innovatives Ökosystem für die Arbeit der Zukunft schaffen, in Kombination mit einer offenen und agilen Unternehmenskultur.

Um das zu erreichen, haben wir in den vergangenen Wochen und Monaten auf der Basis vieler intensiver Gespräche mit den etventure-Mitarbeitern neue Strukturen geschaffen und Angebote für unsere Mitarbeiter entwickelt.

Intern entwickelt: Neuartiges Kompetenzmodell für innovatives Arbeiten

Ein Beispiel hierfür sind die Kompetenz- und Mentorenmodelle, mit denen wir die Wünsche der Mitarbeiter nach einer strukturierten Weiterentwicklung und Kompetenzförderung



aufgreifen. Gemeinsam mit unseren Teams haben wir hier neue, eigene Modelle entwickelt. Denn die gängigen Modelle am Markt sind überholt und für das „Arbeiten 4.0“

sowie unsere Arbeits- und Innovationsmethoden nicht anwendbar. Auch bei solchen internen Themen gehen wir nach unseren bewährten Methoden vor. So wurden das Kompetenz- und Mentorenmodell zunächst als MVPs (Minimum Viable Products) – also unperfekte Minimalprodukte – getestet und optimiert. Im Anschluss werden sie Schritt für Schritt im gesamten Unternehmen ausgerollt.

Das etventure-Kompetenzmodell bildet nicht klassische Kompetenz-Kategorien ab, sondern führt konkret diejenigen Kompetenzen, die für erfolgreiche Innovationsarbeit im Zeitalter des digitalen Wandels benötigt werden. Auch der Einstufungs- und Monitoring-Prozess ist innovativ: Die Mitarbeiter stufen zunächst ihre Fähigkeiten in verschiedenen Arbeitsbereichen und Themengebieten selbst ein. Ein kollegengesteuertes Komitee überprüft diese Selbsteinschätzung und dokumentiert die Fortschritte in regelmäßigen Abständen. Damit stellen wir sicher, dass die individuelle

Entwicklung nicht von wenigen höheren Führungskräften abhängt, die die Fähigkeiten der einzelnen Personen möglicherweise gar nicht richtig einschätzen können.

Ergänzt wird dieses neue Tool durch ein Mentorenmodell, durch das jeder etventure-Mitarbeiter einen Mentor als Ansprechpartner für die persönliche Entwicklung erhält. Gemeinsam mit dem Mentor werden Ziele definiert und ein Plan erarbeitet, um neue Kompetenzen aufzubauen. Gleichzeitig gilt aber: Jeder muss selbst die treibende Kraft für seine eigene Entwicklung sein.



Mitarbeiterbeteiligung

Neben der Weiterentwicklung wollen wir auch die Beteiligung der Mitarbeiter sowie das Gemeinschaftsgefühl bei etventure weiter stärken. Einen zentralen Schritt stellt hierbei die Einfüh-

Miteinander weiterentwickeln und lernen



ETVENTURE SCHAFFT ÖKOSYSTEM FÜR DAS ARBEITEN DER ZUKUNFT (FORTSETZUNG)

rung des Beteiligungsmodells ESOP (Employee Stock Ownership Plan) im kommenden Jahr dar. Mit ESOP beteiligen wir die etventure-Mitarbeiter nachhaltig und direkt an der Wertsteigerung von etventure und schaffen damit eine wichtige Grundlage für Partizipation und Motivation.

Gelebtes Gemeinschaftsgefühl

Eine offene Unternehmenskultur entsteht jedoch nicht nur durch die finanzielle Beteiligung der Mitarbeiter, sondern durch ein gelebtes Gemeinschaftsgefühl. Kommunikation lautet das Zauberwort. Dabei geht es uns längst nicht nur um den fachlichen Austausch und darum zu wissen, womit sich die Kollegen in den anderen Abteilungen gerade befassen. Es geht auch darum, durch den

Austausch die freund-schaftliche, ja familiäre Atmosphäre bei etventure zu bewahren. Dafür bedienen wir uns verschiedenster Hebel, verknüpfen Mitarbeiter und Standorte mithilfe digitaler Kommunikationstools, teilen unsere fachliche Expertise durch interne Vorträge – oder sitzen zum Anstoßen nach Feierabend zusammen.



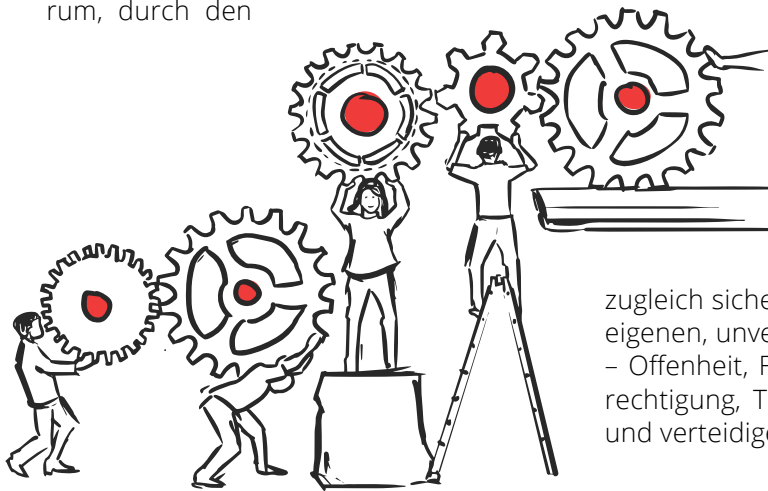
Offenheit und Toleranz

Dennoch lässt es sich nicht komplett vermeiden, dass mit wachsender Größe des Unternehmens auch vereinzelt Missverständnisse auftreten. Dafür haben wir online einen zentralen Anlaufpunkt geschaffen, über

den Mitarbeiter Gedanken und Sorgen direkt an das Management kommunizieren können. Auf diese Weise stellen wir

zugleich sicher, dass wir unsere eigenen, unverrückbaren Werte – Offenheit, Fairness, Gleichberechtigung, Toleranz – festigen und verteidigen.

Was uns bei etventure vereint, ist die Leidenschaft und der Spaß daran, Dinge neu und anders zu machen, auszuprobieren, hinzufallen und wieder aufzustehen. Das gilt auch für uns und unsere Unternehmenskultur selbst. Wir verstehen uns selbst als MVP und versuchen jeden Tag ein kleines bisschen besser zu werden. Denn klar ist: Wenn wir andere Unternehmen bei der Digitalisierung und dem Schaffen eines offenen und innovativen Arbeitsumfeldes glaubwürdig beraten wollen, müssen wir auch im eigenen Unternehmen ein Vorreiter sein.



Miteinander Spaß haben



DIGITALISIERUNG BRAUCHT KEINE BERATER, SONDERN UNTERNEHMER – MARKETINGAKTION GEHT IN DIE NÄCHSTE RUNDE



Hochwertige Reichweite, u.a. im Handelsblatt und Manager Magazin

Die Scratch Card wurde in den führenden deutschen Wirtschaftsmedien Handelsblatt und Manager Magazin als Beileger bzw. Beikleber in Kombination mit einer Trägeranzeige veröffentlicht. Außerdem wurde das Tool für zwei Wochen in den 1. Klasse-Abteilen der Deutschen Bahn ausgelegt sowie eine Woche in sämtlichen Flügen der Fluggesellschaft airberlin an die Passagiere verteilt.



Neben der Print-Bewerbung der Kampagne wurde auch eine Website konzipiert, die das Prinzip der Off-line-Variante digital aufgreift.

Created by etventure

Wie auch die vorangegangene Marketing-Aktion, die etventure Drehscheibe, welche im Mai 2016 lanciert wurde, wurde auch die Scratch Card von der Idee über Konzeption, Design und Vermarktung komplett inhouse entwickelt und gemeinsam mit dem Werbemittelpartner wb+v GmbH produziert.

etventure konnte somit erneut nicht nur seine digitale Expertise, sondern auch Kreativität und Ideenreichtum unter Beweis stellen. Mit der Scratch Card knüpft etventure an den großen Erfolg der vorangegangenen Kampagne an, die neben der Steigerung der Markenbekanntheit von etventure auch konkrete Aufträge generierte.

Die Scratch Card im Manager Magazin und Handelsblatt, Verteilung in der 1. Klasse der Deutschen Bahn und auf airberlin Flügen

Aufbauend auf dem großen Erfolg der letzten Marketingaktion im Frühjahr startete etventure im Oktober mit der „etventure Scratch Card“ eine weitere breit angelegte Kampagne. Weiterhin unter dem Claim „Digitalisierung braucht keine Berater, sondern Unternehmer“ grenzt sich etventure auch dieses Mal auf einfallreiche Weise von klassischen Unternehmensberatungen ab.

Die Scratch Card positioniert etventure als Umsetzer und Macher der Digitalen Transformation. Die Kampagne lief im Handelsblatt und Manager Magazin, in der 1. Klasse der Deutschen Bahn und an Bord von airberlin.

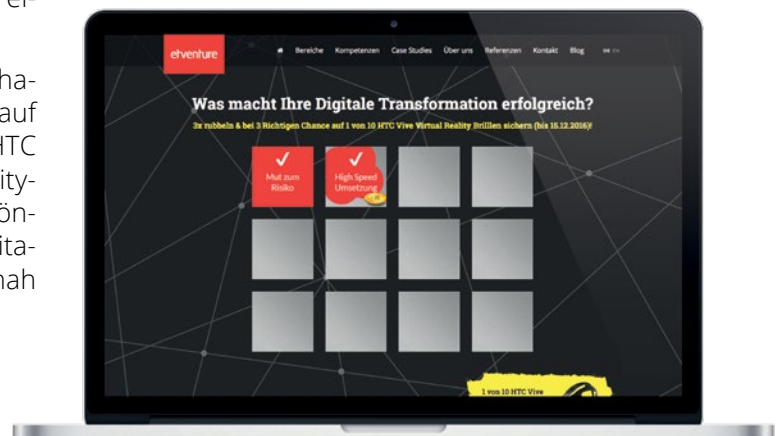
Erfolgsfaktoren für die erfolgreiche Digitale Transformation

Als Gewinnspiel konzipiert zeigt die etventure Scratch Card, welche Faktoren für die erfolgreiche Digitale

Transformation entscheidend sind. Diesen stehen Eigenschaften und Aktivitäten traditioneller Unternehmensberater gegenüber, die jedoch im Zeitalter des digitalen Wandels den Bedürfnissen der Unternehmen nicht gerecht werden und daher im Gewinnspiel den Nieten entsprechen.

Bis 15. Dezember können Nutzer entweder über die Scratch Card oder online unter www.etventure.com/ Erfolgsfaktoren am Gewinnspiel teilnehmen, indem sie drei richtige Erfolgsfaktoren freirubbeln.

Die Teilnehmer haben die Chance auf eine von zehn HTC Vive Virtual-Reality-Brillen und können somit Digitalisierung hautnah selbst erleben.



ABSCHIED VON DER PRODUKTZENTRIERUNG

Den digitalen Wandel von Gesellschaft und Industrie gestalten – so lautet der Anspruch von etventure. Design Thinking, eine zentrale Innovationsmethode aus dem Silicon Valley, spielt eine essentielle Rolle bei der etventure-Vorgehensweise im Rahmen der Digitalisierung. Sebastian Neumann, Design Thinking-Experte von etventure, erläutert, wie er den gegenwärtigen Status quo des Design Thinking speziell in Deutschland wahrnimmt.



Sebastian, die Methodik des Design Thinking ist für viele Unternehmen etwas Neues. Warum braucht man das eigentlich?

Meine Kollegen und ich kommen mit ganz unterschiedlichen Branchen in Berührung, in denen man traditionell stark produktorientiert arbeitet. Der Maschinenbau oder die Automobilzulieferindustrie sind gute Beispiele. Dort werden Produkte von Welt-rang entwickelt – von Ingenieuren, die aus einem Know-how schöpfen, das sie und ihre Vorgänger teils über viele Jahrzehnte aufgebaut haben. Das ist auch gut so. Noch besser aber ist es, bei der Entwicklung nicht die Komplexität des späteren Produkts in den Mittelpunkt zu stellen, sondern die tatsächlichen Bedürfnisse des Nutzers. Genau das machen wir mit Design Thinking, und zwar in den klassischen Industriezweigen und Unternehmen, von Maschinenbau über Logistik bis hin zur Banken- und Versicherungsbranche. Wir starten bei der Entwicklung nicht mit der Lösung, sondern betrachten zunächst die Probleme des späteren Kunden und entwickeln dann iterativ eine Lösung, welche wir immer wieder mit dem Nutzer am Markt testen.



Sich von dem Anspruch zu lösen, erst ein vermeintlich perfektes Produkt zu entwickeln, bevor man an den Markt geht, ist ja ein tiefgreifender Kulturwandel. Bekommen traditionsbewusste Unternehmen das überhaupt hin?

Design Thinking ist ganz klar ein strategisches Thema. So etwas funktioniert bei Konzernen nur über das

Top-Management bzw. im Mittelstand über die Geschäftsführer und Inhaber. Und dort nehme ich ein hohes Maß an Aufgeschlossenheit wahr. In Zeiten der Digitalisierung gibt es ja praktisch kein Unternehmen, dessen Geschäftsmodell sich nicht verändert. Entsprechend hoch ist die Aufmerksamkeit für Methoden, die die Chance eröffnen, mit diesen schnellen Veränderungen Schritt zu halten.



Also alles umkrempeln und nur noch mit Design Thinking arbeiten?

Ganz so radikal und schnell geht es meistens nun auch wieder nicht. Es kommt natürlich immer aufs Unternehmen an. Empfehlenswert ist es oft, Design Thinking zunächst in einem geschützten Rahmen stattfinden zu lassen, in dem außerhalb der klassischen Konzernstrukturen und eingeübten Prozessabläufe, Innovationsprojekte mit neuen Methoden, auch inspiriert durch Startups, in hoher Geschwindigkeit entwickelt werden können.

Dann gilt es zu beobachten, wie die Methodik angenommen wird, was für Ideen und Produkte herauskommen, wie man diese Erkenntnisse für die übrige Geschäftstätigkeit nutzen kann und wie letztendlich Design Thinking im Unternehmen verankert werden kann. Wie ich selbst oft festgestellt habe, gewinnt die Methodik auf diese Weise rasch an Akzeptanz und hilft dabei, den Wandel zu meistern. Denn Erfolgsgeschichten, welche im Unternehmen entstanden sind, haben einen Effekt auf die Transformation des Unternehmens.



Sebastian Neumann

Design Thinking-Experte
bei etventure

99

In Zeiten der Digitalisierung gibt es große Aufmerksamkeit für Methoden, die die Chance eröffnen, mit schnellen Veränderungen Schritt zu halten.

ETVENTURE CORPORATE INNOVATION WÄCHST MIT NEUEN UND BESTEHENDEN KUNDEN

Die vergangenen Monate brachten etventure erneut zahlreiche neue Unternehmenskunden und spannende Digitalprojekte. Schon jetzt ist klar: Auch 2016 wird ein neues Rekordjahr für etventure.

etventure gewinnt u.a. LafargeHolcim, Siegwerk und Covestro als Neukunden

Mit LafargeHolcim konnte etventure den größten Baustoffhersteller der Welt mit einem Umsatzvolumen von rund 60 Mrd. CHF als Neukunden gewinnen. Zugleich erschließt etventure mit LafargeHolcim ganz neue Märkte. Erste Digitalvorhaben sind bereits erfolgreich gestartet, perspektivisch sollen mehrere Pilotmärkte in Europa bearbeitet werden.

Darüber hinaus hat das etventure-Team erste Innovationsprojekte für den marktführenden internationalen Druckfarben-Hersteller Siegwerk gestartet. Und mit der Covestro AG, vormals Bayer MaterialScience, gehört seit August auch ein weltweit führendes Unternehmen aus der chemischen Industrie zum Kundenstamm von etventure. Darüber konnte etventure weitere Neukunden aus B2B- und B2C-Industrien gewinnen.



Erfolgreiche Digitalprojekte mit Bestandskunden

Neben dem Start neuer Innovationsvorhaben konnten sich die etventure-Teams im zweiten Halbjahr auch über zahlreiche Erfolge in Digitalprojekten mit bestehenden Kunden freuen. So hat sich zum Beispiel in der Zusammenarbeit mit Röhl



etventure-Team bei der Arbeit an einem Corporate Innovation-Projekt



Logistics viel getan: Im Testmarkt Australien entwickelte das gemeinsame Team von etventure und Röhl ein Online-Service für das einfache Management von Frachten entlang der kompletten Logistikroute (S. 16). Und mit PUMPNOW ging das erste Digitalprojekt aus der Zusammenarbeit mit dem Weltmarktführer im Spezialmaschinenbau Putzmeister an den Start (S. 16).

Management verstärkt, weiteres Team-Wachstum

Aufgrund des starken Wachstums hat sich etventure auch auf Managementebene personell verstärkt: Mit Peter Feldmeier und Daniel Groos starteten in den vergangenen Wochen zwei neue Principals im Bereich Corporate Innovation. Beide bringen langjährige Erfahrung in der Steuerung von Innovationsprojekten und dem Aufbau digitaler Geschäftsmodelle mitbringen. Zudem wurde mit Lars Lüke, der seit Anfang 2016 bei etventure an Bord ist, ein weiterer Principal ins Management-Team berufen. Darüber hinaus hat etventure die bisherigen Principals Johannes Hack und Joern Soyke zu Partnern im Corporate Innovation-Geschäft ernannt und so das Management weiter gestärkt.

Insgesamt hat sich das etventure-Team noch einmal deutlich vergrößert. Mehr als 200 Unternehmer und Digitalexperten an mittlerweile zehn verschiedenen Standorten weltweit treiben den digitalen Wandel durch den Aufbau eigener Startups und Neugeschäfte für Unternehmenspartner voran.



Partner bei etventure Corporate Innovation: Johannes Hack (links) und Joern Soyke (rechts)



Neue Principals an Bord: Peter Feldmeier, Daniel Groos und Lars Lüke (v.l.n.r.)

ETVENTURE BAUT CORPORATE INNOVATION-GESCHÄFT IN DEN USA UND DER SCHWEIZ AUS...

Die Digitale Transformation ist nicht nur für Unternehmen in Deutschland eine Kern-Herausforderung, sondern weltweit. Entsprechend setzt etventure seinen Wachstums- und Internationalisierungskurs kontinuierlich fort – mit einem neuen Standort in Asien sowie dem Ausbau der Standorte in Zürich und New York.

Mit zwei neuen Geschäftsführern für die Schweiz und Nordamerika erweitert etventure sein Engagement in beiden Märkten auf Management-Ebene.

Lukas Bower ist neuer Geschäftsführer Nordamerika

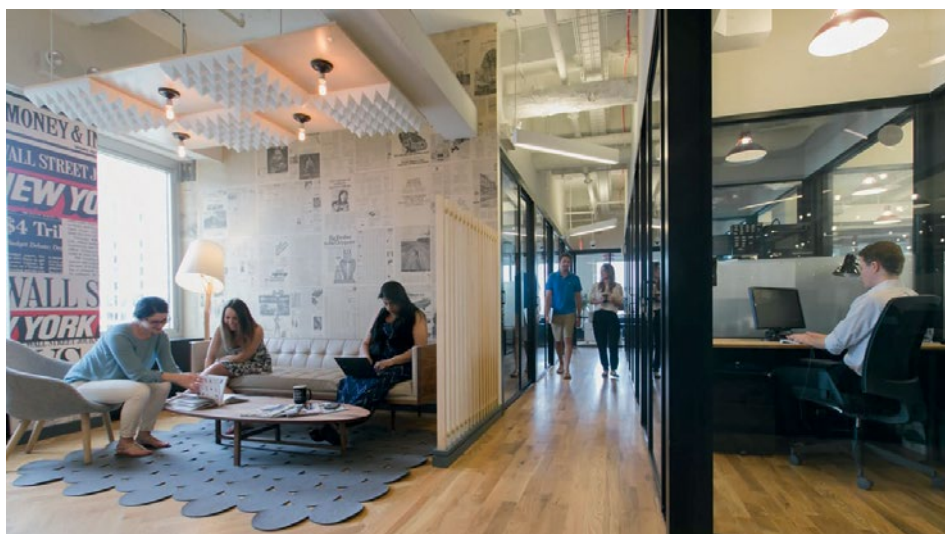
Von New York aus betreut Lukas Bower seit September das Geschäft in Nordamerika. Er bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Corporate Innovation und Digitale Transformation mit und baute zuletzt für die Tech- und Digitalberatung Squiz das gesamte US-Geschäft auf.

Mit der Besetzung eines dedizierten Geschäftsführers für Nordamerika macht etventure den nächsten wichtigen Schritt bei der Expansion der Geschäftstätigkeiten in diesem Markt. Mitarbeiter aus dem etventure-Managementkreis werden ihn beim Aufbau vor Ort unterstützen und das operative Team wird sukzessive weiter ausgebaut.



Großer Bedarf im Mutterland der Digitalisierung

Auch im Mutterland der Digitalisierung besteht weiterhin ein enormer Bedarf nach Digitalberatung mit klarem Umsetzungsfokus. „Obwohl im Silicon Valley die Startups nach den Methodiken Design Thinking und Lean Startup arbeiten, heißt dies lan-



etventure-Büro in New York

ge noch nicht, dass amerikanische Großunternehmen so vorgehen. Die meisten Großunternehmen, auch in den USA, versuchen Innovationen im eigenen Unternehmen voranzutreiben. In der eigenen Kernorganisation dominiert aber nach wie vor die ingenieursgetriebene, auf Perfektion fokussierte Denkweise. Damit scheitern sie aber bei der Digitalisierung“, so Lukas Bower.

etventure hingegen testet und entwickelt digitale Geschäftsmodelle anhand vom Prototypen im geschützten Raum, also außerhalb der gewachsenen Unternehmensstrukturen. Mit dieser agilen und radikal nutzerzentrierten Vorgehensweise können innerhalb kürzester Zeit neue Digitalprojekte auf den Markt gebracht werden.

Diese Herangehensweise funktioniert nicht nur für Deutschland. So hat etventure in den USA bereits für die Industrieunternehmen SMS group und Kloeckner Metals digitale Strategien und Prototypen für den amerikanischen Markt entwickelt. So sagt Bill Partalis, CEO Kloeckner Metals Corporation: „Unsere enge Partnerschaft mit etventure hat uns ermöglicht, unsere Lieferkette von Grund auf zu digitalisieren. Ohne die Expertise, Geschwindigkeit und Agilität von etventure wären wir nicht da, wo wir heute sind“.

www.etventure.com/usa

Mario Fähr leitet die Geschäfte in der Schweiz

Mario Fähr treibt seit September von Zürich aus die Expansion in der Schweiz voran. Er verfügt über 15 Jahre Digitalisierungserfahrung aus der Medien-, Kommunikations- und Verpackungsindustrie. Als Mitgründer war er die letzten zwölf Jahre Geschäftsführer von PAS Media. Er bearbeitet den Schweizer Markt gemeinsam mit Björn Wettergren, etventure-Gesellschafter in Zürich.



In der Schweiz setzte etventure bereits erfolgreich Innovationsprojekte für die Bank Vontobel und das Schweizer Traditionsunternehmen Orell Füssli um.

Darüber hinaus wurde eine Kooperation im Bildungswesen für die praxisnahe Ausbildung und Entwicklung von Digitalexperten gestartet.

www.etventure.ch

... UND ERÖFFNET STANDORT IN ASIEN



Maren Lesche (ganz links) vom etventure Startup Hub auf der Roadshow StartHubs AsiaBerlin

Standort in Hongkong eröffnet

etventure hat zudem den ersten Standort in Asien eröffnet und entwickelt inzwischen von Hongkong aus Digitalprojekte. Darüber hinaus unterstützt etventure asiatische Unternehmen beim Geschäftsaufbau sowie -ausbau in Europa. Auf der anderen Seite hilft etventure auch westlichen Unternehmen dabei, neue Kunden und Kooperationspartner in Asien zu akquirieren.

Im Rahmen eines Kundenprojekts führt das etventure-Team seit August Kundeninterviews für einen deutschen Konzern in ganz Asien durch. Aus den so identifizierten Kundenbedürfnissen und „Pain Points“ wurden Ideen generiert, die derzeit in Form von ersten Prototypen mit lokalen

Kunden in Singapur, Taiwan, China und Hongkong getestet werden. Die Prototypen werden Anfang nächsten Jahres in Form eines neuen digitalen Kanals im B2B-Bereich für asiatische Kunden live gehen.

Gemeinsam mit einem Unternehmenspartner unterstützt etventure in Asien zudem ein Pro-bono-Projekt. Ziel ist es, gemeinsam mit Kooperationspartnern Zielgruppen im Niedrigeinkommenssegment in Asien mit relevanten Produkten zu erreichen, um die Lebensbedingungen in ländlichen Regionen zu verbessern. In gemeinsamen Workshops mit potentiellen Partnern werden dabei Business-Modelle und konkrete Umsetzungsmöglichkeiten ausgearbeitet. etventure fungiert hierbei als Experte zur Definition und zum schnellen Aufbau neuer Geschäftsmodelle.

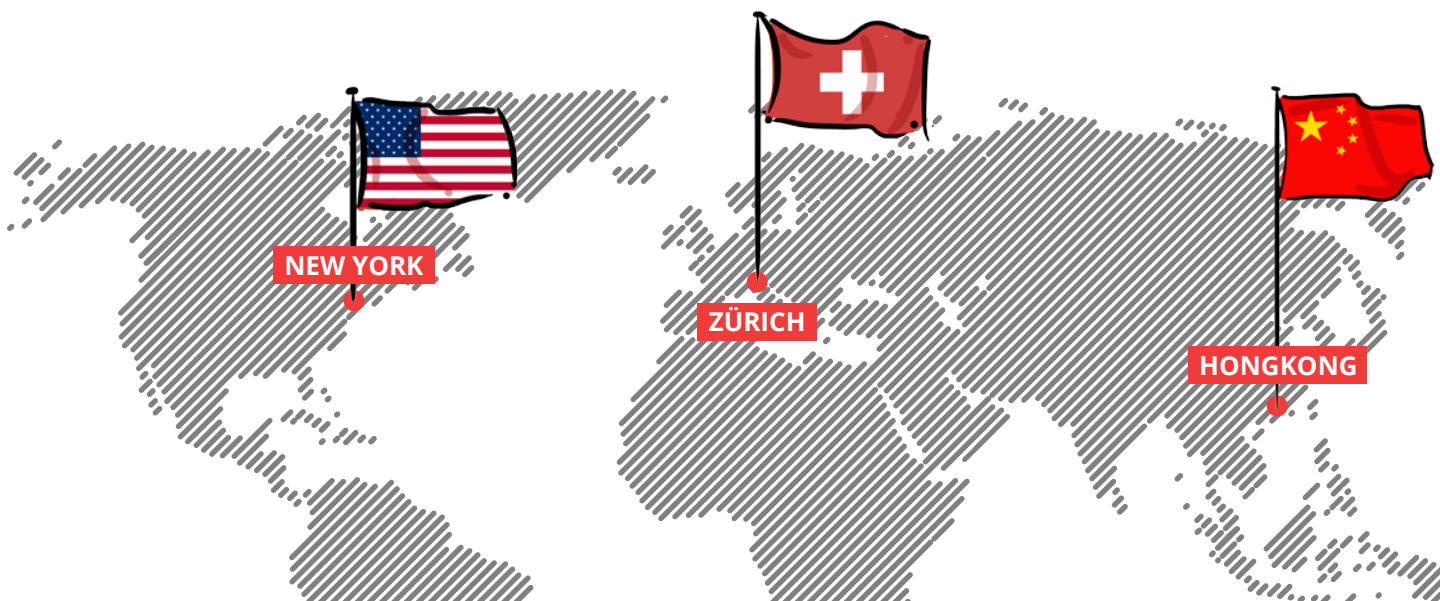
Delegationsreise nach Shenzen

Das Programm „Dragon-STAR Plus“ richtet sich an ausgewählte europäische Unternehmen und Organisationen, die Kooperationen und Möglichkeiten zur Geschäftsentwicklung in China suchen. etventure hat sich erfolgreich für das Programm beworben und durfte vom 16. bis 21. November an einer Delegationsreise nach Shenzen teilnehmen. Der Fokus der Business-Matching-Reise lag vor allem auf dem Bereich Industry of Things und der Kombination von Software und Hardware für neue digitale Geschäftsansätze. In Shenzen konnte etventure nicht nur Kontakte zu ansässigen Unternehmen aufbauen, sondern auch am China Hi-Tech Fair teilnehmen.

Roadshow StartHubs AsiaBerlin

Im Rahmen der Roadshow StartHubs AsiaBerlin, organisiert von der Stadt Berlin, wurde Maren Lesche, Communication Manager beim etventure Startup Hub, auf eine zehntägige Delegationsreise von Bangalore über Manila nach Jakarta eingeladen.

Ziel der Roadshow war es, innovative Startups in Asien kennenzulernen und internationale Netzwerke zu schaffen. Die Reise umfasste Geschäftsbesuche, Exkursionen, Startup-Events und Konferenzen wie den Startup Europe India Summit oder das Sankalp Forum.



ETVENTURE STARTET MIT DEM „CEO CIRCLE“ ERFOLGREICH EIGENE EVENT-REIHE



Die Initiatoren des Digital Transformation CEO Circles auf Zeche Zollverein in Essen: v.l.n.r.: Dr. C. Lüdtkke, H. Forker, Prof. Dr. J. Kawohl, P. Depiereux, S. Gemkow, B. Dahmen und P. Herrmann

Mit dem Digital Transformation CEO Circle hat etventure erstmals ein eigenständiges Veranstaltungsformat geschaffen, das sich speziell an CEOs von Großunternehmen richtet. Die Events werden jeweils gemeinsam durch die drei Gründer und Geschäftsführer von etventure, Prof. Dr. Julian Kawohl als akademischen Partner sowie Vorstandsvorsitzende deutscher Großunternehmen initiiert.

Ziel ist es, in einem exklusiven und vertraulichen Rahmen Erfolgsfaktoren und Fallstricke der Digitalen Transformation zu diskutieren, Erfahrungen auszutauschen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Die Auftaktveranstaltung fand am 11. Oktober am Essener Standort in der Zeche Zollverein statt – der Wirkungsstätte der Digitaleinheit „Schacht One“, die etventure mit dem Family-Equity-Unternehmen Haniel aufgebaut hat. Veranstaltungen an weiteren Standorten sind bereits in Vorbereitung.

Denkanstöße im vertraulichen Rahmen

Wie gelingt es, das Thema Digitale Transformation von einer Vision zum konkreten unternehmerischen Erfolg zu führen? Beim ersten Digital Transformation CEO Circle trafen die etventure-Gründer und -Geschäftsführer Philipp Depiereux, Philipp Herrmann und Dr. Christian Lüdtkke, Prof.

Dr. Julian Kawohl sowie die drei Mitinitiatoren der Veranstaltung – Stephan Gemkow, Vorstandsvorsitzender der Franz Haniel & Cie., Burkhard Dahmen, CEO der SMS group, Herbert Forker, Vorstandsvorsitzender von Siegwerk – einen ausgewählten Kreis an Vorstandsvorsitzenden, um diese Frage zu beantworten.

Learning by Doing

Neben einem Impulsvortrag von Prof. Dr. Julian Kawohl erklärte Philipp Depiereux in seiner Keynote, wie dem „Bewahrertum“ im Unternehmen Einhalt geboten werden kann und wie wichtig der „geschützte Raum“ für eine erfolgreiche Digitalisierung ist.

In der anschließenden Podiumsdiskussion teilten und diskutierten die Teilnehmer ihre Erfahrungen mit der Digitalen Transformation. Die Veranstaltung wurde von einem „Round Table“ abgerundet, bei dem die CEOs konkrete Lösungsansätze entwickelten.

CEO-Feedback bestätigt Event-Format

Die Besonderheit des CEO Circle ist

der ausschließliche Fokus auf die Vorstandsvorsitzenden von Unternehmen. Anders als bei vergleichbaren Veranstaltungen, die sich vor allem an das mittlere Management richten, wurde durch diesen Zielgruppenfokus bereits ein wesentlicher Erfolgsfaktor der Digitalen Transformation berücksichtigt: das absolute Commitment des CEOs. „Das durchweg positive Feedback der Teilnehmer hat uns gezeigt, dass wir mit dem CEO Circle ein Format gefunden haben, das den Vorstandsvorsitzenden einen konkreten Mehrwert bietet und mit dem spezifischen Fokus auf die oberste Führungsebene in seiner Form absolut einzigartig ist“, so Philipp Depiereux.

Weitere CEO Circle in Planung

Der CEO Circle in Essen war der Startschuss für ein etventure-eigenes Veranstaltungsformat, das 2017 weitergeführt wird. Als nächstes wird am 09. Februar 2017 ein Digital Transformation CEO Circle in Stuttgart mit den Vorstandsvorsitzenden Jürgen Albert Junker (Wüstenrot & Württembergische AG), Hartmut Jenner (Alfred Kärcher Vertriebs-GmbH) und Dr. Gerald Karch (Putzmeister Holding GmbH) sowie Prof. Dr. Julian Kawohl als Mitinitiatoren stattfinden. Weitere Termine in Deutschland und in der Schweiz sind in Planung.

Gruppendiskussion beim CEO Circle



ETVENTURE AUF DEM SZ-WIRTSCHAFTSGIPFEL UND BEIM HANDELSBLATT BUSINESS SALON



**Süddeutsche Zeitung
Der Wirtschaftsgipfel**

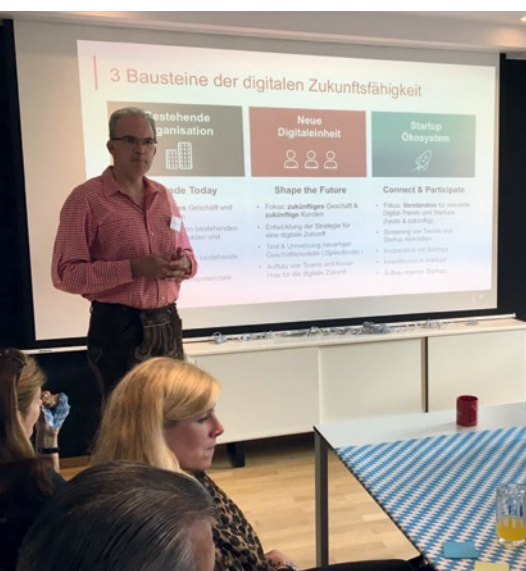
Vom 17. bis 19. November trafen sich anlässlich des 10. SZ-Wirtschaftsgipfels führende Vertreter von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft im Hotel Adlon Kempinski in Berlin, um über aktuelle globale Herausforderungen, über Digitalisierung und Disruption sowie Innovation zu diskutieren. Neben Top-Referenten wie Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble und führenden Konzernlenkern Deutschlands, nahm auch Philipp Depiereux, Gründer und Geschäftsführer von etventure, an einer Podiumsdiskussion teil.

etventure unterstützte die Wirtschaftskonferenz zudem als Hauptsponsor und konnte in vielen Diskussionsrunden sowie Einzelgesprächen zu einem konstruktiven Austausch im Hinblick auf die Kernthemen beitragen.

Entscheiden in unsicheren Zeiten

Unter dem Motto „Entscheiden in unsicheren Zeiten“ wurde drei Tage lang über die Verschiebungen in der Weltwirtschaft, wichtige gesellschaft-

Johannes Hack, Partner etventure Corporate Innovation, beim Münchner Wiesen-Roundtable



Die etventure Lounge auf dem SZ-Wirtschaftsgipfel 2016

liche Trends und deren Konsequenzen gesprochen. Bei der „Nacht der europäischen Wirtschaft“ am Abend des ersten Konferenztags hielt Martin Schulz, Präsident des Europäischen Parlaments die Dinner-Rede. Anschließend wurden auch am hochrangig besetzten „Dinner Table“ von etventure Erfahrungen ausgetauscht und Kontakte geknüpft.

Neben der Podiumsdiskussion mit Philipp Depiereux zum Thema „Die digitale Transformation von Unternehmen“ war etventure mit einer eigenen Kaffeelounge vertreten, an der spannender Austausch und vielfältige Vernetzungen stattfanden.



Philipp Depiereux auf der C-Suite

etventure beim Business-Salon „C-Suite“

Unter dem Motto „Mission 2016: Die Kunst der digitalen Transformation“ trafen sich im Juli hochkarätige Größen aus Politik und Wirtschaft wie EU-Kommissar Günther Oettinger und der ehemalige Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement, bei der Handelsblatt-Veranstaltung „C-Suite Next Level Leadership“. etventure-Gründer und -Geschäftsführer Philipp Depiereux stellte in einem Vortrag dar, was Unternehmen aus gescheiterten Innovationsprozessen lernen können.

Weitere Event-Höhepunkte in 2016

Darüber hinaus zählten unter anderem folgende Veranstaltungen in diesem Jahr zu den Highlights:

- Philipp Depiereux auf dem Tag der Weltmarktführer in Ahaus
- Dr. Christian Lüdtker auf dem 8th Global Peter Drucker Forum in Wien
- Philipp Hermann beim Innovationsforum der Daimler und Benz Stiftung in Berlin
- Johannes Hack bei den bayme vbm in Schwarzenfeld
- Laura Kohler und Johannes Ellenberg beim 1. Unternehmertreff in Stuttgart
- Philipp Depiereux auf der Eventreihe „smarter_mittelstand“ von DIE ZEIT an mehreren Standorten
- Peter Feldmeier und Philipp Depiereux auf der d!conomy in Düsseldorf
- und viele mehr

KUNDEN-INSIGHTS: DIGITALE TRANSFORMATION MIT RÖHLIG UND PUTZMEISTER

Röhlig Logistics: Digital-geschäfte made in „Down Under“

Für das internationale Logistikunternehmen Röhlig Logistics steht Kundenzentrierung im Mittelpunkt. Deshalb hat sich Röhlig für die Entwicklung neuer digitaler Lösungen für seine Kunden etventure als Partner ins Boot geholt. „Down under“, im Testmarkt Australien, hat das etventure-Team in den vergangenen Monaten gemeinsam mit Röhlig ein erstes Pilot-Projekt entwickelt – vom Ideation-Prozess über Prototyping und dem Aufbau eines ersten MVP (Minimum Viable Product) bis hin zum Roll-out und Markttest. Das Ergebnis, das gemeinsam mit Kunden wie Harley-Davidson Australia, entwickelt wurde, ist Röhlig SONAR – ein Online-Service, der Kunden das einfache Management von zeitkritischen Frachten entlang der kompletten Logistikroute ermöglicht, über Verspätungen benachrichtigt und eine direkte Interaktionsmöglichkeit mit Röhlig bietet – verfügbar auf sämtlichen digitalen Devices für alle Mitarbeiter auf Kundenseite.

„Während andere Logistiker noch immer auf traditionelle Methoden und Kommunikationswege setzen und so Gefahr laufen, die Schnittstelle zum Kunden an neue digitale Anbieter zu verlieren, geht Röhlig die Digitalisierung proaktiv an“, erklärt Projektleiterin Wibke Ellinghaus. „Mit SONAR haben wir ein Tool entwickelt, das den Kunden von Röhlig Real-Time-Trans-

parenz und zugleich ein intuitives Interface bietet.“

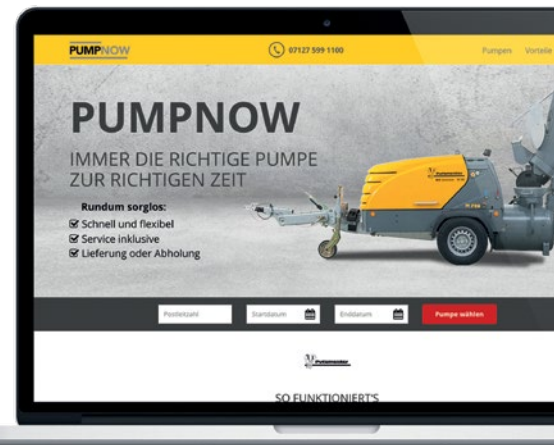
Baumaschinen der Zukunft: Aufbau der „Innovation Factory“ für Weltmarktführer Putzmeister

Digitale Technologien sind in der Bauindustrie zwar erst im Kommen, dennoch ist klar, dass die Digitalisierung auch vor dieser traditionellen Branche nicht Halt macht. Deshalb entwickelt der Spezialmaschinenbauer Putzmeister, Weltmarktführer in der Betonförderung mit weiteren Geschäftsfeldern in der Mörtel- und Industrietechnik sowie Underground Construction, seit Oktober 2015 gemeinsam mit etventure digitale Innovationen in den Bereichen Geschäftsmodell, Machine-to-Machine Communication und Building Information Modeling.

Dafür wurde mit der „Innovation Factory“ eine eigene Digitaleinheit geschaffen. In diesem „geschützten Raum“ werden Kundenprobleme identifiziert, Lösungen erarbeitet und in Geschäftsideen überführt – unabhängig von bestehenden Strukturen und Prozessen der Gesamtorganisation.

Erster Prototyp live – erste Umsätze innerhalb weniger Stunden

Mit PUMPNOW (www.pumpnow.de)



Einer der Prototypen des Putzmeister Innovationsteams

startete bereits im September der erste Prototyp der Zusammenarbeit – eine Online-Plattform für die flexible Vermietung von Estrichpumpen.

Durch PUMPNOW haben Handwerker schnellen und flexiblen Zugriff auf benötigte Spezialmaschinen, inklusive des Zubehörs und der gewünschten Ausstattung. Gleichzeitig entfällt für sie der oftmals langwierige Transport der Maschinen bei überregionalen Baustellen, und sämtliche Kosten für Wartung, Service und Versicherung sind bereits inbegriffen. Der Handwerker zahlt letztlich nur für den Zeitraum, in dem die Maschine tatsächlich im Einsatz ist. Eine große Erleichterung vor allem für kleinere Betriebe, die sich die hohen Anschaffungs- und Betriebskosten der Maschinen kaum leisten können. Der Ansatz kommt an: PUMPNOW konnte innerhalb kürzester Zeit die ersten Kunden akquirieren.

Röhlig und etventure: Gemeinsames Innovationsteam



Das Team der Innovation Factory, bestehend aus Mitarbeitern von Putzmeister und etventure



ETVENTURE-KUNDEN IN DEN MEDIEN: DIE TRADITIONELLE INDUSTRIEWELT SETZT AUF DIGITALISIERUNG



Medienberichte über den etventure-Business-Building-Prozess und Kundenbeispiele

Die etventure-Herangehensweise an die Digitale Transformation und die Digitalaktivitäten, die etventure gemeinsam mit Unternehmenskunden vorantreibt, stoßen zunehmend auf starke Medienresonanz. So haben unter anderem DER SPIEGEL, das Handelsblatt und DIE ZEIT ausführlich darüber berichtet.

Vier Seiten im SPIEGEL

Allein DER SPIEGEL widmete der Zusammenarbeit von etventure und dem 3,4 Milliarden umsatzstarken Anlagenbauer SMS group einen vierseitigen Artikel. Dafür hat Journalistin Ann-Kathrin Nezik das Team sechs Monate lang begleitet.

In dem Artikel verdeutlicht sie, warum der etventure-Ansatz einer Revolution für die traditionelle Stahlbranche gleichkommt: „Bei etventure glauben sie, dass nur jene Unternehmen in der digitalen Welt bestehen werden, die schnell genug sind. Sie glauben an das Unperfekte und daran, Dinge auszuprobieren und wieder zu verwerfen. Sie denken in Wochen.“ (DER SPIEGEL, 40/2016, S. 72-75)

Der Artikel ist online verfügbar unter bit.ly/spiegel-schmerzpunkte.

Klassische Berater gründen Digitalinitiativen, etventure entwickelt echte Lösungen

Auch ZEIT-Redakteur Moritz Depenbrock hat sich im Artikel „Wer holt uns hier raus?“ mit etventure, der SMS group und der Digitalen Transformation der „Old Economy“ auseinandergesetzt. Er beschreibt, wie etventure auf Basis von Nutzer-Interviews die „Pain Points“ der Kunden findet und digitale Lösungen hierfür entwickelt.

Depenbrock hat sich für seinen Beitrag auch die Digitalinitiativen der klassischen Unternehmensberatungen wie McKinsey, BCG und Deloitte angesehen. Welche konkreten Ergebnisse daraus bisher hervorgegangen sind, bleibt jedoch unklar.

Die Zusammenarbeit von etventure und der SMS group stellt das einzige greifbare Beispiel für Digitale Transformation im Artikel der ZEIT dar.

Artikel online abrufen unter bit.ly/zeit-digitaleinheit

Ausprobieren statt Perfektionieren

Einen prominenten Platz nahmen etventure und die etventure-Kunden

Haniel und Siegwark Druckfarben in der Handelsblatt-Cover-Story zum Thema „Deutschland Digital – Wie die Wirtschaft die Transformation meistern kann“ ein.

Darin erklärte etventure-Geschäftsführer Philipp Depiereux, dass die Digitalisierung ein Umdenken erfordert, weg vom Perfektionismus und hin zum Testen und Ausprobieren.

Als Erfolgsbeispiele wurden die Digitaleinheit Schacht One genannt, die Haniel gemeinsam mit etventure gegründet hat, ebenso die Digitale Transformation von Siegwark Druckfarben.

Über die Gründung von Schacht One berichteten zahlreiche weitere Medien. In einem ausführlichen Bericht erläutert zum Beispiel Horst Ellermann vom CIO Magazin die Besonderheiten von Schacht One und schreibt: „Dirk Müller vom Schacht One ist eine Bürogemeinschaft eingegangen mit der Start-up-Schmiede „etventure“ – nicht mit Accenture oder anderen großen Beratern.“

Mehr auf unserem Blog bit.ly/handelsblatt-mehr-chance

ETVENTURE BÜNDELT STARTUP-AKTIVITÄTEN UNTER DEM DACH DES ETVENTURE STARTUP HUB

Im Zuge der Neuorganisation der verschiedenen Geschäftsbereiche bündelt etventure zukünftig sämtliche Startup-Aktivitäten unter dem Dach des etventure Startup Hub. Das Ziel ist hierbei, die eigene langjährige Expertise in den Bereichen Startup Building und Startup Growth sowie das etablierte, internationale Startup-Netzwerk zusammenzufassen und daraus entstehende Synergien noch effektiver zu nutzen.

Die zentralen Bereiche des etventure Startup Hub beinhalten den Aufbau von Startups gemeinsam mit Investoren (Company Building). Außerdem treibt der etventure Startup Hub als „Brückenbauer“ die Vernetzung von Startups und etablierten Unternehmen voran und bietet mit dem Programm „Corporate meets Startup“ Unternehmen ein Startup-Screening und die Anbahnung und Begleitung von Kooperationen im Startup-Pilot-Programm. Der dritte Pfeiler des etventure Startup Hub befasst sich mit dem Aufbau eines Startup-Ökosystems. In diesem Bereich werden von etventure geleitete EU-Projekte wie der Accelerator EuropeanPioneers, die EU-Initiativen WELCOME und IoT-EPI sowie die Unterstützung von Startups durch Fachvorträge wie etwa die Eventreihe Startup EUvolution zusammengefasst.

Sebastian Esser als Head of Company Building an Bord

Für die Steuerung der Company-Building-Aktivitäten und die Weiterentwicklung des Startup Portfolios konnte mit Sebastian Esser ein ausgewiesener Startup-Experte als neuer Head of Company Building gewonnen werden. Esser bringt langjährige Erfahrung sowohl als Gründer eigener Startups wie Home eat Home oder der CEO Event GmbH als auch im Bereich Company Building durch seine Stationen bei Team Europe und dem Coca Cola Founders Network mit. Zudem war er Director Strategic Cooperations bei Vertical Media, dem Verlagshaus hinter Startup-Medien wie Gründerszene oder Heureka.

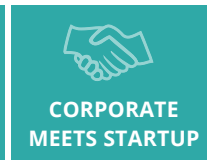
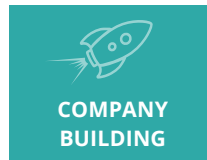


Laura Kohler

Geschäftsführerin
etventure Startup Hub



Mit der Bündelung der Startup-Aktivitäten bei etventure wird aus dem European Innovation Hub nun der etventure Startup Hub als aktiver Player in weltweiten Startup-Ökosystemen, als Company Builder und als Brückenbauer zwischen Startups und etablierten Unternehmen.



3 Fragen an Sebastian Esser, Head of Company Building



Was ist aus deiner Sicht das Besondere an etventure?

Es ist die Kombination aus drei Aspekten, die etventure für mich extrem spannend macht: der Zugang zu großen Unternehmen unterschiedlichster Branchen durch unsere Corporate Innovation Projekte, das weitreichende, internationale Startup-Netzwerk des etventure Startup Hub und nicht zuletzt die etventure-DNA – der unternehmerische und umsetzungsorientierte Ansatz beim Aufbau digitaler Geschäftsmodelle. Diese drei Säulen möchte ich strategisch nutzen, um neue Firmen aus diesem Setup heraus zu gründen.

vom Scratch bis hin zur Seed-Finanzierung bringt. Dabei soll der klare Fokus auf den Frühphasen einer Idee liegen. Derzeit gibt es keinen vergleichbaren Company Builder für frühe Phasen. Diese Lücke wollen wir schließen und bieten hierfür die Expertise und den Zugang zum Markt.



Was sind deine Pläne und Ziele für den Company Builder?

Mein Ziel ist es, bei etventure ein Konzept für Company Building aufzubauen, das sowohl für Ideengeber als auch für Investoren interessant ist. Hierfür wollen wir ein kleines Kernteam mit hoher Erfahrung zusammenstellen und dann ein attraktives Equity Model für erstklassige und motivierte Gründer aufsetzen. Damit positionieren wir uns als Partner, der durch klare Struktur und hohe Geschwindigkeit verschiedenste Konzepte



Worin siehst du deine Aufgabe als Head of Company Building?

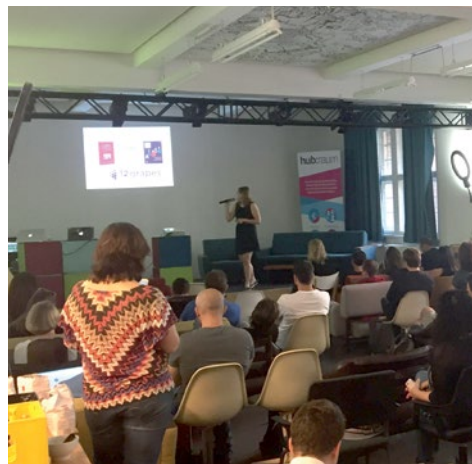
Meine Aufgabe wird es sein, die Rahmenbedingungen innerhalb von etventure zu schaffen, um uns als idealen Partner für Company Building aufzustellen. Durch das Setup innerhalb von etventure können wir Synergien der anderen Bereiche nutzen, deutlich besser arbeiten als andere Player am Markt und Ideen schneller skalieren. Die Zusammenarbeit mit uns wird für unsere Partnerunternehmen und Investoren eine signifikante Risikominimierung darstellen.

ETVENTURE BÜNDELT STARTUP-AKTIVITÄTEN UNTER DEM DACH DES ETVENTURE STARTUP HUB (FORTSETZUNG)

WELCOME unterstützt Start-ups durch Workshops und Match-Making

Als Partner des EU-Projekts WELCOME vernetzt der etventure Startup Hub Gründer, Investoren, Mentoren und Unternehmen mit dem Ziel, ein europaweites Startup-Ökosystem aufzubauen. In den vergangenen Monaten hat der etventure Startup Hub zahlreiche Workshops für junge und angehende Entrepreneur:innen veranstaltet und stößt mit diesem Angebot auf großes Interesse: Die Meetup-Event-Gruppe „startup EU-evolution Berlin“ zählt mittlerweile rund 1.300 Mitglieder. Die Workshops befassen sich mit verschiedensten Themen, von Recruiting über Financial Modelling bis hin zu SEO und Storytelling.

Darüber hinaus werden im Rahmen von WELCOME Startups im Frühstadium gefördert, indem sie



bei Programmen wie der Startup School in San Francisco oder Events wie dem South Summit in Madrid und der IoT World in Dublin ihre Ideen präsentieren und auf diese Weise ihr Netzwerk ausbauen können. In Match-Making und Mentoring Sessions verknüpft WELCOME die Gründerteams mit Investoren.



WELCOME Startup-Events



IoT-EPI auf internationalen Kongressen



IoT-EPI: Sieben Forschungskonsortien, 120 Partner, 50 Mio. Euro Fördervolumen

Ein weiteres EU-Projekt, das vom etventure Startup Hub koordiniert wird, ist die IoT – Europeans Platform Initiative (IoT-EPI). Hauptziel ist, das IoT-Ökosystem in Europa zu stärken. Dafür entwickeln sieben Forschungs- und Innovationskonsortien IoT-Plattformtechnologien. Das Programm wird von der Europäischen Kommission mit rund 50 Millionen Euro gefördert. An dem Projekt sind europaweit mehr als 120 Partner beteiligt, darunter Unternehmen wie Siemens, Bosch oder BMW, aber auch KMU und Forschungsinstitute.

Neben der Präsentation von IoT-EPI auf Kongressen wie dem Mobile World Congress in Barcelona und



European Platforms Initiative

der IoT Week in Belgrad, führte der etventure Startup Hub Workshops zu Geschäftsmodellen im Bereich IoT durch und erarbeitete Strategien zum Aufbau von Communities, wie etwa beim IoT-Meetup in Wien in Kooperation mit IoT Austria.

Im nächsten Schritt werden Ausschreibungen stattfinden, bei denen mehr als 100 IoT-Vorhaben technische Unterstützung und Förderungen von bis zu 150.000 Euro erhalten.

Diese richten sich an KMU, Startups, andere Unternehmen, Forschungszentren und europäische Universitäten.

Ein weiteres Highlight steht im März 2017 an: Bei der IoT-EPI Challenge werden rund 20 Teams in Berlin zusammenkommen, um an IoT-Lösungen zu arbeiten.

NEUES STARTUP IM ETVENTURE-PORTFOLIO: EVERLEAN

Neben dem beeindruckenden Wachstum der bestehenden etventure-Startups (siehe folgende Seiten) ist im letzten Halbjahr mit everlean auch ein neues Startup gestartet, das derzeit nach bewährtem etventure-Vorgehen live am Markt getestet wird.

Mit everlean zum App-basierten Lean Management

Das neueste Startup im etventure-Portfolio zählt unmittelbar auf die eigenen Geschäftsprozesse von Unternehmen ein. Denn everlean ist eine digitale Lösung zur Unterstützung von Lean-Management-Aktivitäten. Die Idee zu everlean fußt auf der generellen Einsicht, dass Mitarbeiter die besten Experten für ihre Prozesse sind. Sie sind

tagtäglich damit konfrontiert und erleben die jeweiligen „Pain Points“ am eigenen Leib. Mit everlean können Mitarbeiter nun Verbesserungsvorschläge und Ideen zur Prozessoptimierung per App direkt an die zuständigen Manager weiterleiten. Der Umsetzungsstatus der Vorschläge kann digital mitverfolgt werden. Auf diese Weise werden nicht nur administrative Prozesse stark vereinfacht, das Unternehmen profitiert auch vom kreativen Potenzial der Mitarbeiter. Das Lean Management selbst wird lean.



Im Fokus der Aktivitäten von everlean stehen derzeit vor allem die Akquise von Pilotkunden sowie die Weiterentwicklung und Optimierung des Produkts.

Als Bronzepartner war everlean im September bereits Gast beim „TOP Transfer Forum – Lean meets Industrie 4.0“. Das everlean-



Yannick Müller präsentiert everlean

Team nutzte das Event für weitere Nutzer-Gespräche und erhielt äußerst positives Feedback von den relevanten Zielgruppen.

www.everlean.de

AKTUELLE ERFOLGSMELDUNGEN BESTEHENDER ETVENTURE-STARTUPS

Über 600 Kunden zeigen: Mobile Recruiting-Lösung trifft den Nerv deutscher Arbeitgeber



Großflächenplakat zur Zukunft Personal

Eine starke Zwischenbilanz vermeldet mobileJob auf dem Weg zur uneingeschränkten Standardlösung für die Mitarbeiter-suche im nicht-akademischen Arbeitsmarkt. Mehr als 600 Kunden zählen mittlerweile zum festen Kundestamm des Unternehmens. Resultat: ein siebenstelliger Umsatz. Grund für die hohe Akzeptanz auf Arbeitgeber- und Kandidatenseite ist der einzigartige mobileJob-Ansatz auf dem etwas verschlafenen Recruitingmarkt. Mit



der Erfindung der mobilen Expressbewerbung wird die Mitarbeitersuche über Social Recruiting und einen komplett mobilen Bewerbungsprozess um ein Vielfaches beschleunigt und deutlich zielgenauer umgesetzt.

Passend zu diesem unverkennbaren Wachstumskurs standen in den vergangenen Monaten zahlreiche Highlights auf dem mobileJob-Programm. So präsentierte sich das Unternehmen von Gründer Steffen Manes

mit Erfolg einer breiten HR-Öffentlichkeit auf der diesjährigen HR-Leitmesse, der Zukunft Personal in Köln. Neben der Teilnahme an Podiumsdiskussionen, der Vorstellung des mobileJob-Ansatzes mittels zahlreicher Vorträge sowie am Messestand, knüpfte das mobileJob-Team auf einer eigenen Kundenveranstaltung am ersten Messeabend zahlreiche neue Kontakte zu Arbeitgebern

und HR-Multiplikatoren. Für Furore sorgte zudem eine begleitende freche Plakatkampagne rund um das Kölner Messegelände (Foto).

Neben weiteren Auftritten auf wichtigen Branchen-Events wie der Kienbaum Jahrestagung oder der HR Innovation Roadshow, stellte mobileJob auch in der Produktentwicklung die Weichen für weiteres Wachstum. Dazu trägt vor allem die gründlich

überarbeitete Webseite bei, die eine optimierte Benutzerführung sowohl von Kandidaten als auch von Personalverantwortlichen gewährleistet.

Fazit: mobileJob setzt sich immer deutlicher auf dem deutschsprachigen Arbeitsmarkt fest und ist auf dem besten Weg zum unverzichtbaren Partner in der Mitarbeitersuche von Arbeitgebern jeder Größenordnung.

www.mobilejob.de

POSpulse expandiert weiter in Europa und gewinnt weitere namhafte Neukunden

Auch POSpulse setzt seinen bisherigen Erfolgskurs nahtlos fort. Nachdem die digitalen Marktforscher in den vergangenen Monaten neben der DACH-Region bereits in Tschechien und Italien aktiv wurden, folgt nun der Start in Polen und Spanien. POSpulse verfügt inzwischen über

Das POSpulse-Team



ein Panel von 150.000 Scouts in ganz Europa. Dieses Wachstum setzt sich auch bei der Mitarbeiterzahl fort: Mittlerweile ist das POSpulse-Team auf rund 40 festangestellte Mitarbeiter gewachsen.

Zudem konnte das Startup weitere namhafte Kunden gewinnen, darunter Mars Food und EDEKA in Deutschland und Beiersdorf in Italien. Darüber hinaus wurde POSpulse als eines von fünf Startups für das Programm Shopper Futures von Mondelēz International ausgewählt, das die Entwicklung und Umsetzung von Innovationen für den Handel der Zukunft zum Ziel hat. Auf diese Weise konnte POSpulse auch Mondelēz Deutschland als weiteren

prominenten Neukunden gewinnen.

Um seinen Kunden bei der Ausschöpfung ihres Potenzials am Point of Sale noch besser zu unterstützen, hat POSpulse das sogenannte CHEMP 360°™ Modell etabliert. CHEMP steht für Continuous High Execution Model by POSpulse und zielt darauf ab, die Leistung von Herstellern und Händlern kontinuierlich zu verbessern. Statt einer einmaligen Abbildung der Ist-Situation werden durch CHEMP 360° auch Folgemaßnahmen und Handlungsempfehlungen stetig überprüft und der Beratungsansatz von POSpulse insgesamt gestärkt.

www.pospulse.de



EuGH-Urteil macht Socialwave zum Maßstab für Hotspot-Lösungen

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) schreibt durch ein neues Urteil vor, dass Anbieter offener WLAN-Hotspots zu einer Identifikationsabfrage der Nutzer verpflichtet sind. Hierfür genügt aber künftig eine einfache



Identifikationsabfrage. Damit wird die Socialwave-Technologie zur Ideallösung für WLAN-Hotspots. Denn die in Deutschland gängigen, jedoch umständlichen und datenschutzrechtlich angreifbaren VPN-Lösungen werden durch

das Urteil obsolet. Socialwave setzt dagegen auf ein einfaches Identifikations- und Login-Verfahren und eine direkte Netzverbindung – ein wesentlich schnelleres, günstigeres und weniger störungsanfälliges Verfahren.

Das zeigt sich auch an der kontinuierlich steigenden Nachfrage: Mittlerweile setzen mehr als 2.000 Kunden auf die Socialwave-Lösung. Damit

AKTUELLE ERFOLGSMELDUNGEN BESTEHENDER ETVENTURE-STARTUPS (FORTSETZUNG)



hat sich die Zahl der Kunden allein im letzten halben Jahr fast verdoppelt.

Als Neukunden konnten u.a. die Traditions-

bäckerei Wimmer, Mode Reischmann, die Fitnessstudiokette Clever Fit und die Modehauskette Ulla Popken gewonnen werden. Neben dem Kernmarkt DACH-Region und den Niederlanden werden Socialwave-Hotspots nun außerdem auch in Irland genutzt. Derzeit zählt Socialwave eine halbe

Million Logins pro Monat, Tendenz steigend. Auch personell wächst das etventure-Startup kontinuierlich. An den Standorten Berlin und München sind mittlerweile 15 Mitarbeiter für Socialwave tätig.

www.socialwave.de

SOCIALWAVE

CampusScout erhält sechsstellige Wachstumsfinanzierung

Erfolgsmeldung für CampusScout: Das etventure-Startup hat im September eine Wachstumsfinanzierung erhalten. Im Rahmen des EU-finanzierten Förderprogramms „Gründung innovativ“ wird CampusScout über einen Zeitraum von 18 Monaten mit einem sechsstelligen Investitionsbetrag gefördert. Mithilfe der Finanzierung soll die innovative Technologie für die digitale Vermittlung von Ausbildungs- und Studienplätzen weiter ausgebaut werden. Außerdem verstärkt sich CampusScout personell

und weitet seine Aktivitäten neben dem Education-Sektor auch im Corporate-Bereich aus.

Durch die vorherige Abfrage von Interessen, fachlichen Kenntnissen oder dem Wunschort der Kandidaten kann CampusScout bei der Suche nach passenden Studenten bzw. Mitarbeitern deutlich fokussierter vorgehen als herkömmliche

Recruiting-Plattformen und die Kriterien der Hochschul- und Unternehmenskunden direkt berücksichtigen. Damit gewährleistet CampusScout eine effizientere Rekrutierung und einen passgenauen Fit zwischen Kandidat und Arbeitgeber oder Bildungsinstitution.

www.campusscout.com

CampusScout

360report: Nachhaltigkeit entwickelt sich von der Kür zur Pflicht

Im September billigte die Bundesregierung den Gesetzentwurf zur Umsetzung der CSR-Richtlinie der EU. Ab dem 1. Januar 2017 ist der Nachhaltigkeitsbericht damit für Kapitalgesellschaften, die eine Bilanzsumme von mehr als 20 Mio. oder einen Umsatz von mehr als 40 Mio. Euro ausweisen und im Jahresdurchschnitt mehr als 500 Arbeitnehmer beschäftigen, erstmals gesetzlich vorgeschrieben. CSR-Reporting wird damit von der Kür zur Pflicht. Unternehmen, die ihre Berichtspflicht nicht

erfüllen, droht ein Bußgeld von bis zu 10 Mio. Euro.

Gleichzeitig steigt der Bedarf an intuitiven Tools für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts. Denn das CSR-Management der meisten Unternehmen ist kaum professionalisiert und unnötig komplex. 360report hat eine Software-Lösung entwickelt, mit der Unternehmen jeder Größe kostengünstig und auf Knopfdruck einen CSR-Bericht erstellen können. Mittlerweile wurden mehr als 200 Lizenzen vertrieben.

Zudem entwickelt 360report auch sein Angebot im Bereich Energiemanagement und Energieaudit kontinuierlich weiter. Ziel ist es, die Lösungen noch kundenorientierter und intuitiver zu gestalten. Auch individuelle Lösungen werden zunehmend von Kunden angefragt. Aktuell wird beispielsweise ein Pilotprojekt mit E.ON Energie Deutschland GmbH vorbereitet.

www.360report.org

360report



W&W DIGITAL WÄCHST MIT BESTEHENDEN STARTUPS UND BEARBEITET NEUE GESCHÄFTS- UND INNOVATIONSFELDER

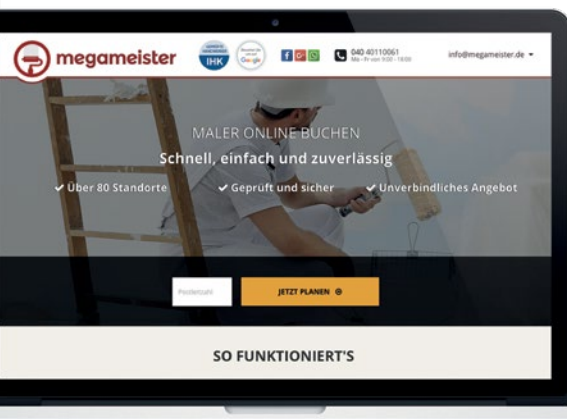
Die W&W Digital hat mit Rentenhero, Megameister und Immowert inzwischen drei Geschäftsmodelle erfolgreich an den Markt gebracht. Nun öffnet sich das Joint Venture von etventure und der Wüstenrot & Württembergischen für neue Geschäfts- und Innovationsfelder.

Megameister mit fünfstelligem Monatsumsatz

Bereits mit Megameister hat sich die W&W Digital aus ihren Kernbereichen FinTech, InsurTech und PropTech herausgewagt. Das digitale Qualitäts-Portal für Handwerkservices mit Festpreisen erzielt inzwischen monatlich einen fünfstelligen Umsatz.

Um das Startup weiter voranzutreiben, hat mit Alexander Leuchte ein erfahrener Entrepreneur die Leitung übernommen. Innerhalb kürzester Zeit hat er mit dem Team die Kennzahlen signifikant optimiert und steht vor dem erfolgreichen Abschluss einer Series A-Finanzierung.

www.megameister.de



Das Megameister-Portal

Aufbau eines eHealth-Modells und eines digitalen Assekuradeurs

Mit dem neuen Geschäftsmodell Therap.io rückt auch der Bereich eHealth in den Fokus. Therap.io versteht sich als individueller Begleiter für mehr Therapietreue. Nutzer erhalten über die App auch nach Abschluss ihrer Physiotherapie von Therapeuten ent-

wickelte Übungen und Tipps, angepasst an das jeweilige Krankheitsbild. Durch Zielpläne und Fortschrittsmessung werden sie langfristig motiviert und unterstützt.

Zudem arbeitet die W&W Digital an der Entwicklung eines digitalen Assekuradeurs. Dieser entwickelt selbstständig individuelle Versicherungslösungen und vermittelt sie vollständig digital an relevante Kundengruppen. Dafür hat der Assekuradeur eine Zeichnungs- und Handlungsvollmacht von deutschen Versicherungsunternehmen. Dazu wurden bereits Zielgruppen und deren Bedürfnisse analysiert sowie darauf aufbauend Produktideen entworfen und validiert. Im nächsten Schritt erfolgt nun die Umsetzung des Assekuradeurs am Markt. Als erstes Produkt hat die W&W Digital mit „Sorgenfrei-Versichert“ ein Berufsanfängerpaket geschaffen.

Studie „Versicherungen für Digital Natives“

Für die Vorbereitung des digitalen Assekuradeurs hat die W&W Digital in Zusammenarbeit mit den Marktforschern von MSR Insights die digital affine Zielgruppe und deren Erwartungen an Versicherungen intensiv analysiert. Die Ergebnisse wurden in der Studie „Versicherungen für Digital Natives“ zusammengefasst. Diese zeigt, dass Digital Natives durch

klassische Vertriebswege kaum erreicht werden. Um sie nicht an InsurTechs zu verlieren, müssen Versicherungen transparente, verständliche und individuell angepasste Versicherungsprodukte anbieten sowie digitale Kanäle für Vertrieb und Kommunikation nutzen. Für die Studie wählten die W&W Digital und MSR Insights ein einzigartiges Forschungsdesign, das klassische Marktforschung mit Startup-Innovations-Methoden verknüpft. So konnte nicht nur ein tiefes Verständnis für die Zielgruppe erreicht werden, sondern die Erkenntnisse auch direkt in Vermarktungsansätze und kundenorientierte Produkte übersetzt werden.

Teamzuwachs und Umzug ins eigene W&W Digital Büro

Auch personell und räumlich hat sich in den letzten Monaten bei der W&W Digital viel getan. Mit Sebastian Timm wurde ein eigenständiger Head of Product sowie mit Johannes Simon ein Head of Portfolio für die verschiedenen Geschäftsmodelle der W&W Digital gefunden. Mitte September ist die W&W Digital außerdem in ein eigenes Büro unweit des Berliner etventure-Büros gezogen.

Mit dem wachsenden Team, den Erfolgen der ersten Startups und der Bearbeitung neuer Geschäftsfelder hat die W&W Digital das Ziel, zur Innovationsschmiede der europäischen Versicherungswirtschaft zu werden.

www.ww-digital.de

Haupt-Ergebnisse der Studie „Versicherungen für Digital Natives“



Überdurchschnittliche Nicht-Abschlussquote

Während im Markt 12% der Beratungen ohne Abschlusserfolg enden, sind es bei der Gruppe der Digital Natives 42%.



Transparent, flexibel, verständlich, digital

Digital Natives wünschen sich verständliche, transparente, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Versicherungsprodukte.



Suche nach Sicherheit, aber unterversichert

Obwohl sie sich Absicherung wünschen, sind Digital Natives im Vergleich zum Gesamtmarkt deutlich schlechter abgesichert.



Krankheit & Berufsunfähigkeit im Fokus

Zentral sind Themen wie Krankheit und Berufsunfähigkeit. Die Versicherung von Sachgegenständen ist zweitrangig.

Die kompletten Studienergebnisse sind online erhältlich: www.etventure.de/ww-studie

FINTECHCUBE BRINGT ERSTE APP AN DEN MARKT



FINTECHCUBE

FinTechCube, das Joint Venture von eventure FintechStars und dem Münchner Daten- und Software-Anbieter FINANCE BASE baut das eigene Fintech-Ökosystem weiter aus und bringt die ersten Geschäftsmodelle an den Markt.

Stockbird ist die personalisierte Realtime-Trading-App



STOCKBIRD

Stockbird, eine Trading-App, mit der Nutzer maßgeschneiderte Produktvorschläge erhalten, ist derzeit in der finalen Entwicklungsphase und wird in Kürze im App Store zum Download zur Verfügung stehen. Viele Anleger sind mit der Fülle an Informationen überfordert und wissen nicht, welche Anlageprodukte für ihre Strategie passend sind. Stockbird filtert und personalisiert Realtime-Signale für Aktien, Indizes und Währungen und liefert dem Nutzer via Push-Notifications direkt geeignete Produktvorschläge. Die Signale von Stockbird werden mit derivativen Produkten verknüpft, d.h. der Anleger kann entweder den Basiswert oder ein passendes Derivat kaufen.

Aus dem FinTechCube-Portfolio, das aus insgesamt acht Geschäftsmodellen besteht, ist Stockbird das erste Startup-Projekt, das als konkretes Produkt an den Markt geht. Darüber hinaus sind aber auch andere Fintech-Geschäftsmodelle wie etwa Portfolio-Butler oder BrandInvest auf großes Interesse gestoßen. Hier befindet sich FinTechCube nach erfolgreichen Tests gerade in Gesprächen mit mehreren, potentiellen Kunden.

Darüber hinaus hat FinTechCube mit der DJE Kapital AG einen der größten



Die Benchmarkstudie zur Digitalen Transformation von Banken

inhabergeführten Vermögensverwalter im deutschen Markt als Kunden gewonnen.

Benchmark-Studie zur Digitalen Transformation in der Bankenbranche

Wie steht es um die Digitalisierung in der deutschen Finanzbranche? Diese Fragestellung steht im Fokus einer aktuellen Benchmark-Studie von FintechStars. Dabei zeigen sich die Banken durchaus selbstkritisch: So wird der bislang erzielte Fortschritt bei der Digitalisierung von den Entscheidungsträgern nur als gering bis mittelmäßig eingeschätzt. Gleichzeitig zählen knapp 60 Prozent der befragten Institute die Digitale Transformation zu den Top-3-Themen in ihrem Unternehmen. Auch hier zeigt sich, dass die Digitalisierung vor allem an internen Hemmnissen, allen voran der Verteidigung bestehender Strukturen durch die Mitarbeiter, scheitert.

Als besonders aussichtsreich sehen Banken die Kooperation mit Fintechs: 95 Prozent der Befragungsteilnehmer sind davon überzeugt, dass eine Zusammenarbeit mit den digitalen Playern hilfreich für das eigene Unternehmen sei. Eine wesentliche Verbesserung des digitalen Fortschritts konnte bei den Banken mit Fintech-Kooperationen fast dreimal so häufig festgestellt werden wie bei den Banken, die noch keine Startup-Partnerschaft eingegangen sind. Es lohnt sich also tatsächlich.

Auch von Kundenseite wird die Notwendigkeit zur Digitalisierung bestätigt. So wünscht sich jeder zweite Privatkunde mehr Zusammenarbeit seiner Bank mit Finanz-Startups. Für die Studie hat FintechStars neben 30 Bankinstituten auch mehr als 200 Privatkunden im Hinblick auf ihre Wünsche an ein modernes, digitales Banking befragt.

www.fintechcube.com

Top 10 Hürden bei der digitalen Transformation:



BERLIN SCHOOL OF DIGITAL BUSINESS ENTWICKELT NEUE, INNOVATIVE EXECUTIVE-EDUCATION-FORMATE

Der digitale Wandel erfordert auch eine offenere, flexiblere Führungskultur. Von Führungskräften wird nicht nur ein Verständnis für die Digitalisierung erwartet. Sie müssen auch lernen, Kontrolle abzugeben. Statt Kommandanten sind im digitalen Zeitalter Moderatoren gefragt. Die Berlin School of Digital Business (BSDB) bereitet Führungskräfte auf diesen Wandel vor und vermittelt digitales Know-how. Für die entsprechende Weiterbildung kreiert das Team um Gründerin und Geschäftsführerin Dr. Birte Gall fortwährend innovative Formate, die bei den Unternehmenskern auf hohes Interesse

stoßen. So haben etwa Daimler und weitere Kunden im letzten Halbjahr neue Programme mit der BSDB gestartet.

Daimlers Führungskräfte machen den Digital Readiness Check

Rund 60 Teilnehmer aus den obersten zwei Führungsebenen des Automobilkonzerns Daimler werden beim neu entworfenen Digital Readiness Check auf ihr Verständnis für technologische und digitale Entwicklungen hin getestet, zum Beispiel mit Fragen

wie: Wo stehe ich als Führungskraft im Kontext des digitalen Wandels?

Aber auch bestehende Formate stoßen nach wie vor auf hohes Interesse bei den Unternehmen. Insbesondere die Startup Learning Journey, bei der die Teilnehmer in die Methodik und das Mindset des Lean-Startup-Prinzips eingeführt werden und dann ausgewählte Startups treffen und mit den Entrepreneuren diskutieren, ist sehr beliebt und wurde auch im letzten Halbjahr stark nachgefragt.

www.berlin-sdb.de



DIGITAL FINANCE BERLIN VON BSDB UND FINTECHCUBE

Banken haben mittlerweile erkannt, dass eine Zusammenarbeit mit innovativen Fintechs zu einer Win-win-Situation werden kann. Indem sie Produkte der Startups in ihr Portfolio aufnehmen und über die eigene, offene Banking-Plattform anbieten, erweitern sie ihr Spektrum um moderne, kundenorientierte Angebote und erhalten digitalen Zugang zu neuen Zielgruppen.

Die Bank wird so zum Fintech-Supermarkt, in dem sich der Kunde die passenden Finanzprodukte und Services, auf seine Bedürfnisse zugeschnitten, auswählen kann.

Rund 120 Vertreter aus der klassischen Finanzbranche wie auch von Fintechs – und damit mehr als doppelt so viele Teilnehmer wie bei der Auftaktveranstaltung im vergangenen Jahr – kamen Anfang Oktober bei der „Digital Finance Berlin“ zusammen, um über das Thema Fintech-Supermarkt, Offene Banking-Plattform und Kooperationsmodelle zwischen Banken und Fintechs zu diskutieren.

Die Berlin School of Digital Business und FinTechCube lieferten erneut ein spannendes Programm mit verschiedensten Fachvorträgen, Speed-

Networking-Sessions und innovativen Formaten wie dem FinSlam. Mit dabei waren unter anderem Commerzbank, UBS, DKB, Deutsche Bank, Linklaters und PwC sowie insgesamt 17 Fintechs, darunter Barzahlen.de, companisto, vaamo, SumUp, True Wealth und Rentenhero.

Damit hat sich die Digital Finance Berlin in kürzester Zeit als wichtige Plattform für die Finanz- und Fintech-Branche etabliert. Oder wie das IT-Finanzmagazin resümiert: „Ein Event, das man künftig auf dem Radar haben sollte.“

www.digital-finance.berlin

DEN DIGITALEN UNTERNEHMER GIBT ES NICHT – DESHALB ENTWICKELT IHN DIE UNTERNEHMER-SCHMIEDE



Die Digitalisierung hat – wie die Globalisierung vor 15 Jahren – einen extremen Einfluss auf die Unternehmen, insbesondere auf ihre Geschäftsmodelle und Organisationsformen und damit auch auf das Thema Führung und die gesamte Belegschaft. Für die Durch- und Umsetzung der Digitalen Transformation benötigen Unternehmen daher einen komplett neuen Typus von Mitarbeitern mit spezifischen Kompetenzen – den „digitalen Unternehmer“. Er denkt radikal nutzerzentriert, wendet Innovationsmethoden an und ist risikofreudig und umsetzungsorientiert. Gleichzeitig bringt er Erfahrungen aus der Startup- und Konzernwelt zusammen und fungiert so als Brückenbauer, der einerseits Digital Teams aufbauen und führen sowie Digitalprojekte vorantreiben kann und andererseits Innovationen in die Gesamtorganisation integriert.

Kernkompetenzen: Unternehmer-Mindset und Digital-Know-how

Diesen „Alleskönner“ findet man allerdings derzeit nicht am Markt, man muss ihn entwickeln. Dieses Ziel hat die Unternehmer-Schmiede, das im Frühjahr 2016 gegründete Gemeinschaftsunternehmen von etventure

und der Personal- und Managementberatung Kienbaum. Als Manufaktur für Führungs- und Fachkräfte mit unternehmerischer Digitalkompetenz kombiniert das Joint Venture Recruiting mit strukturiertem Profilaufbau und -entwicklung und der Vernetzung der digitalen Unternehmer.

Mathias Weigert ist neuer Geschäftsführer der Unter- nehmer-Schmiede

Mit Mathias Weigert hat die Unternehmer-Schmiede seit August einen neuen Geschäftsführer. Mathias Weigert verfügt über mehr als 15 Jahre Beratungserfahrung in den Bereichen HR und Change Management. Zudem hat der 45-Jährige im Rahmen zahlreicher Projekte Startup-Unternehmer auf ihrem Wachstumspfad begleitet. Damit bringt Mathias Weigert alle Voraussetzungen mit, um Verbindungen zwischen Corporate- und Startup-Welt zu schaffen und den Wachstumskurs der Unternehmer-Schmiede voranzutreiben.

„Das klare Versprechen an den Markt ist, die digitalen Geschäftsaktivitäten mithilfe der von uns rekrutierten und ausgebildeten digitalen Unternehmer nachhaltig erfolgreich zu machen“, beschreibt Mathias Weigert den Auftrag der Unternehmer-Schmiede.

„Mit etventure haben wir bereits gezeigt, dass dieser Ansatz funktioniert: Innerhalb eines Jahres wurden mehr als 100 Digitalunternehmer-Profile entwickelt und aufgebaut, die nun erfolgreich Digitalprojekte für Unternehmen umsetzen.“

TAKKT AG wird Kunde der Unternehmer-Schmiede

Das Konzept stößt bei Unternehmenslenkern auf reges Interesse: Die Unternehmer-Schmiede konnte in den letzten Monaten die ersten Kundenaufträge gewinnen. Einer der ersten großen Unternehmenskunden ist die TAKKT AG, eine international tätige Holding mit einem Portfolio von B2B-Spezialversandhändlern für Geschäftsausstattung. Die Unternehmer-Schmiede entwickelt für TAKKT ein Programm für zukünftige Digital-Unternehmer. Neben der Entwicklung des Konzepts für das 18-monatige Programm übernimmt die Unternehmer-Schmiede auch das Recruiting der zukünftigen Digital-Unternehmer. Darüber hinaus wird die Unternehmer-Schmiede auch die Personalabteilung von TAKKT mithilfe von HR-Workshops dazu befähigen, durch die richtigen Instrumente und Methoden digitale Unternehmer zu rekrutieren.

www.unternehmer-schmiede.de

Mathias Weigert (Mitte) mit Teammitgliedern von etventure und Unternehmer-Schmiede bei der TAKKT AG



ACCELERATE STUTTGART BRINGT STARTUP-SPIRIT IN DIE UNTERNEHMEN IM SÜDWESTEN

Accelerate Stuttgart, an dem etventure seit Juni eine Mehrheitsbeteiligung hält, bietet im Zentrum Stuttgarts neben der Vermietung von inspirierenden Büroräumen zahlreiche Möglichkeiten für die Vernetzung von Corporates und Startups, unter anderem durch innovative Event-Formate.

Corporate Startup Meetup und Unternehmertreff

So präsentierten beim 5. Corporate Startup Meetup in den Stuttgarter Accelerate Spaces fünf Startups ihre Geschäftsideen den 70 Teilnehmern, darunter auch zahlreiche Vertreter etablierter Unternehmen, und konnten auf diese Weise wertvolle Kontakte knüpfen. Ziel der Eventreihe ist es, lokale Entrepreneure, Intrapreneure und digitale Vordenker zu vernetzen und auf diese Weise Startup-Spirit in ansässige Mittelständler und Konzerne zu bringen.

Zudem veranstaltete der etventure Startup Hub in Zusammenarbeit mit Accelerate Stuttgart am selben Nachmittag einen Unternehmertreff. Dabei kamen rund 30 Vertreter etablierter Unternehmen aus Baden-Württemberg, darunter Kärcher, Daimler und Zeiss, zusammen, um sich über die Themen Digitalisierung, Corporate Innovation und die Zusammenarbeit



zwischen Startups und Corporates zu informieren und auszutauschen.

Brückenbauer zwischen Corporates und Startups

„In Zukunft wird es immer stärker darum gehen, vernetztes Arbeiten zu ermöglichen“, erklärt Laura Kohler. „Daher bieten wir Startups und Unternehmen eine gemeinsame Plattform und sind Brückenbauer und Übersetzer zwischen Corporate- und



Startup-Welt, so dass hier über das reine 'Networking' hinaus auch tatsächlich konkretes Neugeschäft entsteht.“

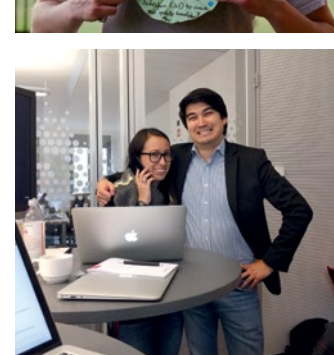
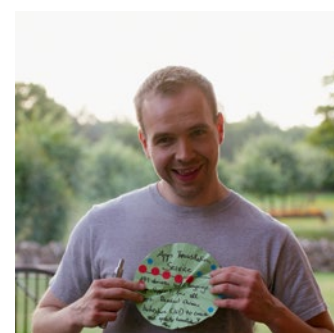
Neben Laura Kohler gab auch Nils-Christoph Ebsen, Geschäftsführer W&W Digital, Impulse, wie eine gewinnbringende Zusammenarbeit mit Startups und die Entwicklung echter Innovation für etablierte Unternehmen gelingen kann.

www.accelerate-stuttgart.de

Beim 5. Corporate Startup Meetup in den Accelerate Spaces kamen etablierte Unternehmen und Startups zum Austausch zusammen.



IMPRESSIONEN AUS DER ETVENTURE-WELT





IHRE ANSPRECHPARTNER FÜR ...

etventure



Philipp Depiereux
Gründer & Geschäftsführer



Philipp Herrmann
Gründer & Geschäftsführer



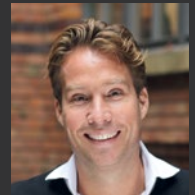
Dr. Christian Lüttke
Gründer & Geschäftsführer



Björn Wettergren
Gesellschafter & Partner



Wibke Lies
Chief Marketing Officer



Gertjan Hoefman
Chief Sales Officer



Alexander Burger
Head of Marketing



Christian van Alphen
Head of PR



Gregor Ilg
Head of Product



Martin Rudloff
Head of Technology



Romy Kozikat
Head of Accounting

etventure

Startup Hub



Laura Kohler
Geschäftsführerin,
etventure Startup Hub



Sebastian Esser
Head of Company Building



Gregor Puchalla
Geschäftsführer
etventure FintechStars

etventure

Corporate Innovation



Johannes Hack
Partner



Joern Soyke
Partner



Phillip Brandts
Principal

etventure

People & Education



Dr. Birte Gall
Geschäftsführerin, Berlin
School of Digital Business



Mathias Weigert
Geschäftsführer,
Unternehmer-Schmiede GmbH



Sebastian Ortseifen
Manager etventure Innovation Spaces

etventure

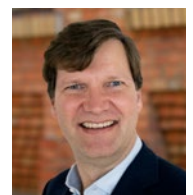
Innovation Spaces



Johannes Ellenberg
Principal



Peter Feldmeier
Principal



Daniel Groos
Principal



Carolin Kröger
Principal



Lars O. Lücke
Principal



Andreas Stark
Principal

Internationale Geschäftsführung



Lukas Bower
Geschäftsführer, etventure
Nordamerika



Mario Fäh
Geschäftsführer, etventure
Schweiz

✉ digitalisierung@etventure.com

ETVENTURE IN DEN MEDIEN

DER SPIEGEL

01.10.2016

Schmerzpunkte überall

bit.ly/spiegel-schmerzpunkte

Handelsblatt

21.10.2016

Mehr Chance als Risiko

bit.ly/handelsblatt-mehr-chance

DIE ZEIT

29.09.2016

Wer holt uns hier raus?

bit.ly/zeit-digitaleinheit

manager magazin

09/2016

Superhelden gesucht

bit.ly/manager-magazin-superhelden

Handelsblatt

17.11.2016

Schnell sein, schlau sein, scheitern

bit.ly/handelsblatt-schnell-sein

VDI nachrichten

08.09.2016

Im geschützten Raum

bit.ly/vdi-nachrichten-etventure

private banking magazin

02.09.2016

So bauen Banken ihren eigenen Fintech-Supermarkt

bit.ly/private-banking-fintech

BILANZ

25.08.2016

Der digitale Unternehmer existiert derzeit nicht

bit.ly/bilanz-digitaler-unternehmer

Süddeutsche Zeitung

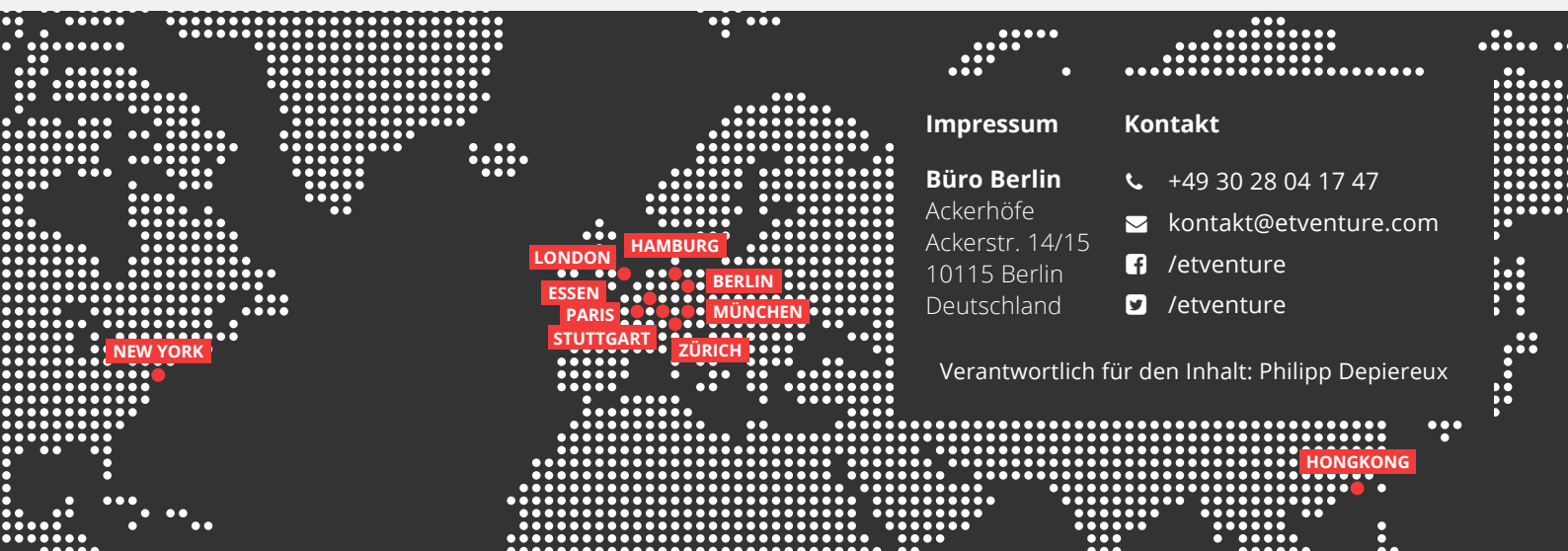
01.11.2016

Das Erwachen

bit.ly/sz-erwachen

**Viele weitere Informationen & Materialien
in unserem Newsroom**

bit.ly/etventure-newsroom



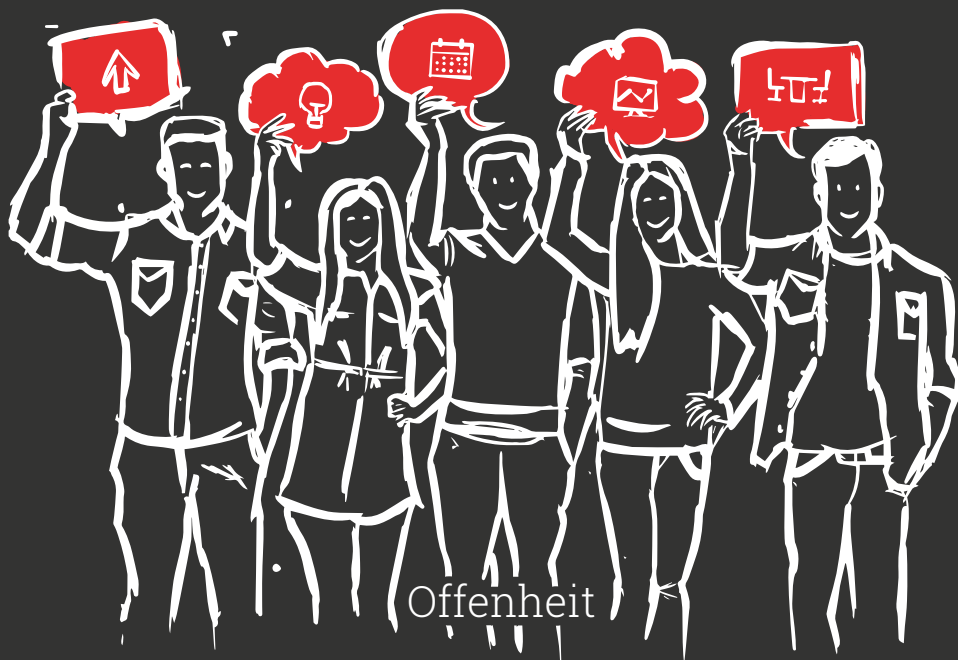
Impressum

Büro Berlin
Ackerhöfe
Ackerstr. 14/15
10115 Berlin
Deutschland

Kontakt

☎ +49 30 28 04 17 47
✉ kontakt@etventure.com
f /etventure
t /etventure

Verantwortlich für den Inhalt: Philipp Depiereux



Offenheit

etventure

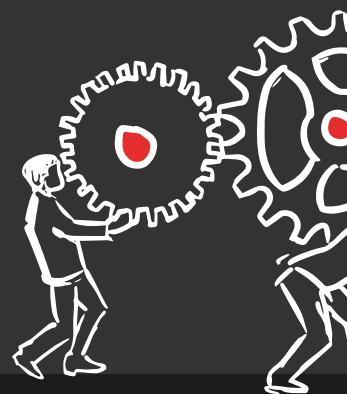


Mitarbeiterbeteiligung



Kreatives Arbeitsumfeld

WE  STARTUPS



www.etventure.com

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