



Startup

The Founder Magazine

02/2020

WE THINK GLOBAL

Valley

Magazine

**FOKUSSIER DICH
ZUM GIPFEL!**

**Das 1x1 der
Datensicherheit
für Start-ups**

**VERTRAUEN SIE DER
KÜNSTLICHEN INTELLIGENZ!?**

**BLOSS NICHT ÜBER
FRÄNKLI LACHEN**

**Ohne Daten?
Ohne mich!**

Jeff Bezos
**Wie er mit Amazon
die Welt veränderte!**



**Titus
Dittmann**
**Ein Pionier auf
vier Rollen**

**Der Kunde kauft
Glück und Emotion!**

SCHIEDERN – EIN MORSCHE
SPRUNGBRETT ZUM ERFOLG

**Viele Unternehmen plagt
die DSGVO-Müdigkeit**

**Alles Müll
oder Was?**



32



58



68



90



20

SHORT CUT

INTERNATIONALER START-UP NEWSTICKER.....12

STARTUPS

Justice as a Service.....12
 Wie der E-Scooter Hersteller Moovi die letzte Meile neu definiert.....14
 Click A Tree – Bäume pflanzen per Mausclick.....15
 Ein Corporate Start-up mischt den Online-Gebrauchtwagenmarkt auf.....17
 Verpflegung am Arbeitsplatz Zeit für eine Revolution.....18
 BOTSCHAFTEN FÜR KLEINE HERZEN.....19

COVERSTORY

Jeff Bezos Wie er mit Amazon die Welt veränderte!.....20

SCENE INSIGHT

Wie Corporate Venture Portfolios die Zukunft von Unternehmen sichern können.....26
 Vertrauen Sie der KünstlichenIntelligenz!?.....28
 Alles Müll - oder Was?.....30
 Ein Pionier auf vier Rollen.....32

eMobility

Neuheiten zur Elektro-Mobilität.....36

CLOSE UP

Viele Unternehmen plagt die DSGVO-Müdigkeit.....40
 Von Einem, der auszog, einen Kredit zu beantragen!.....42
 Mr. Broccoli.....44
 Richtig gut telefonieren46
 Startup: Durchstarten mit klarem Kundenfokus und begehrlicher Marke.....48
 Englisch lernen mit Brad Pitt.....50

FOUNDERTALK

Im Gespräch mit Sven Rittau CEO K5.....52

WORKBASE

Das 1x1 der Datensicherheit für Start-ups.....54
 Start-Up Unternehmen und wie diese das Risiko von Nichtzahlern minimieren können.....56
 Der Kunde kauft Glück und Emotion!.....58

Mit Sales Drive zum langfristigen Unternehmenserfolg.....60
 Bloß nicht über Fränkli lachen.....62
 Scheitern – ein morsches Sprungbrett zum Erfolg.....64
 5 realistische Marketing-Tipps für 2020.....66
 Fokussier dich zum Gipfel!.....68
 Kommunikation verbindet Menschen.....70
 Ohne Daten? Ohne mich.....72

CASH & CO.

Belegausgabepflicht und steigende Verpflegungspauschale.....74

BOOKCORNER

Bücher für deinen Erfolg.....76

EVENTS

Erfolgreiche Startups fallen nicht vom Himmel.....78

MOTORNING

LAMBORGHINI HURACÁN EVO RWD.....84

CULINARIUM

GRÜNE FALAFEL MIT TAHINI HEAT DRESSING VON JOEY O'HARE.....88
 ROTE-BETE-CARPACCIO, RÄUCHERLACH UND HANDKÄSE MIT SÜSS-
 WÜRZIGEM KARDAMOM-FENCHEL-CITRUS-DRESSIN.....89
 HANDKÄSE MIT PFLAUMENSALSA UND BLUTWURST.....89

TRAVEL

Tulum: heißer Hotspot der Hollywoodstars im Winter.....90

PRODUCTE OF STARTUPS

Produkte von Start-ups96

STANDARDS

EDITORIAL.....3
 IMPRESSUM.....3
 CONTENT.....4
 EVENTKALENDER.....98



Nur wer ein klares Ziel vor Augen hat, kann den Weg nach oben abkürzen.

Fokussier dich zum Gipfel!

Wie Start-ups mit weniger Aufwand mehr Umsatz machen

Text: Marcus Renziehausen

Arbeiten bis in die Nacht, Ranklotzen am Wochenende, Urlaub fällt aus wegen „is nicht“ –Gründer brennen für ihre Idee. Das ist auch gut so, denn nur mit Leidenschaft springt der Funke auf Kundschaft und Team über. Doch auf Dauer führt die Mehr-ist-mehr-Strategie trotz Feuereifer in den Burn-out statt auf den Erfolgsgipfel. Will ein Start-up langfristig wachsen, sollte es seinen Fokus eng halten. Mit dem richtigen Schwerpunkt kann jeder Newcomer sein Business so aufstellen, dass Freizeit und Umsatz gleichermaßen steigen.

Gründer sind heiß drauf, loszulegen, Kunden zu gewinnen und zu wachsen. Leider machen sich die wenigsten darüber Gedanken, wohin die Reise genau gehen soll und wie der persönliche Erfolgsgipfel eigentlich aussieht. Doch nur wer ein klares Ziel vor Augen hat, kann den Weg nach oben stürmen und dabei sogar abkürzen – ohne in Arbeit zu ertrinken. Das Wichtigste beim Thema Zielklarheit: groß denken. Gedanken können Erfolge gestalten, aber auch begrenzen. Zielbilder sollten mindestens zehn Jahre in der Zukunft liegen.

Kluge Gründer machen sich nicht zum Sklaven anderer.

Bis dahin ist schließlich alles möglich. Ziele sollten motivierend und so visionär sein, dass sie dem Gründer unerreichbar scheinen. Nur was den eigenen persönlichen, fachlichen und unternehmerischen Horizont überschreitet, treibt zur Weiterentwicklung. Junge Unternehmen starten meist mit einem einzigen Produkt am Markt. Da Wachstum viele mit einem größeren Angebot verwechseln, erweitern sie die Palette. Dabei droht jedoch die Gefahr, im Laufe der Zeit einen Bauchladen vor sich herzutragen.

schaft widmet, entwickelt automatisch das für sie beste Produkt. Denn er weiß, was diese Kunden wirklich bewegt, kennt ihre Bedürfnisse, Ängste, Wünsche, Sorgen. Mit diesem Wissen lassen sich hochwertige individuelle „Problemlöser“ oder „Gewinnbringer“ designen. Start-ups müssen sich als Experte vom Wettbewerb abheben und unabdingbar machen. Der Vorteil liegt auf der Hand: Wer als echter Fachmann wahrgenommen wird und dazu seine Kunden genau kennt, kann dann auch höhere Preise ansetzen. Durch den engen Fokus auf Gipfel, Sparte und Kernkunden gelingt es Jungunternehmen am schnellsten aufzusteigen. Der enge Fokus hält die Komplexität des Unternehmens niedrig und schafft Wissensvorsprünge. Das wiederum ermöglicht finanzielle Stabilität und flexible Arbeitszeiten.

Fokus hält die Komplexität des Unternehmens niedrig und schafft Wissensvorsprünge

Schnurgerade gen Ziel

Gerade zu Beginn geht es in einem jungen Unternehmen oft stressig zu. In den Griff kriegen lässt sich diese To-do-Welle durch kluge Priorisierung und Disziplin. Denn obwohl uns das Gehirn zu bestimmten Aufgaben drängt, müssen diese noch lange nicht wichtig sein. Auch wenn es sich gut anfühlt, den Schreibtisch aufzuräumen, das Firmenschild zu putzen oder Team-Shirts zu designen – mit etwas Abstand bemerken wir, dass vieles kaum aufs Zielbild einzahlt. Also lieber Finger weg! Zumindest vorerst. Und öfter Nein sagen zu „Wohlfühljobs“. Manche Dinge lösen sich wie von Zau-

berhand allein. Kluge Gründer machen sich nicht zum Sklaven anderer, sondern planen ihre kostbare Zeit selbst und effektiv. Sie setzen sich smarte Ziele, halten sich an das Vier-Quadranten-Modell von Stephen R. Covey zum Zeitmanagement oder nutzen die Ivy-Lee-Methode, um ihren Arbeitstag zu strukturieren.

Und sie investieren in ihr persönliches Wachstum. Wie ein einzelner Dominostein kann auch ein kleiner Schritt der persönlichen Weiterentwicklung Großes bewegen. Gründer zeigen Stärke, wenn sie sich professionell le Hilfe suchen. Ein Coach etwa fordert intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit und Unternehmensstrategie. Wer alleine wachsen will, nutzt Bücher, E-Books oder Hörbücher, besucht Webinare, Online-Kurse, Events, Vorträge oder Workshops. Auch das Umfeld formt den Geist. Wer sich mit Gleichgesinnten vernetzt, kann auf Augenhöhe oder von Vorbildern lernen.

Mit der Mannschaft ganz nach oben

Ein Start-up steht und fällt mit seiner Mannschaft. Team und Gründer müssen daher gut zusammenpassen. Je besser ein Mitarbeiter die Prinzipien der jungen Firma verinnerlicht hat, desto besser kann er gute Entscheidungen treffen. Ob ein Match besteht, können Gründer schon im Bewerbungsgespräch abklopfen. Und wer sich sowohl bei seiner Mannschaft als auch bei den Kooperationspartnern auf die Besten fokussiert, legt die Grundlage für eine reibungslose Zusammenarbeit. Die Basis dabei bilden Vertrauen, eine offene Fehlerkultur, keine Angst vor Konflikten, persönliches Engagement, Verantwortungsbewusstsein und ein klares Zielbild. So geben junge Chefs gute Orientierung auf dem schnellsten Weg zum Erfolgsgipfel. ■

Marcus Renziehausen

Marcus Renziehausen ist Betriebswirt, Unternehmer, Autor und Speaker. Er ist scale up Senior Coach und seit 2002 Vorstandsvorsitzender bei der The Engineers of Finance AG. www.renziehausen.de



Wer hingegen fokussiert in seiner Sparte bleibt, erhöht die Aufstiegsbeschwindigkeit. Profis definieren zudem von Anfang an ihre Kernkunden – Kunden, die sie am schnellsten zum Gipfel bringen. Wer von Hinz bis Kunz alle Menschen anspricht, verwässert seine Positionierung und schwächt sein Produkt. Gründer, die z.B. auf mobile Sprachkurse setzen, haben vielleicht Studenten im Blick. Vegane Babybrei-Hersteller richten sich an junge umweltbewusste Familien. Und bei fliegenden Taxis sind wohl Geschäftspendler die beste Käuferschaft.

Wer sich konsequent seiner Kernkund-