

Inhalt

Coming Attractions oder: Worum es in diesem Buch geht	9
 I. Kinder der Revolution	13
Die Vorgeschichte: Was blieb vom New Economy-Boom?	13
Outsourcing und Innovationswettlauf: Was Unternehmen alles lernen mussten	23
 II. Die vielen Gesichter des Team-Business	31
Risikokapital: Eine kurze Geschichte	31
Und Deutschland?	34
Corporate Venture: Die Vor- und Nachteile	43
Inkubatoren	50
So genannte »Acceleratoren«	54

III. Wie funktioniert ein Business Accelerator?	59
@McKinsey: Der Modell-Accelerator	61
Bertelsmann Valley	69
Der Siemens Business Accelerator	77
Das Center of E-Excellence	83
Business Coaches	86
 IV. Rückenwind vom Großen Bruder	 91
Warenströme rasch überblicken	91
Die B-FOCUS GmbH kann Logistik-Kennzahlen ohne Verzögerung messen – und löst damit ein Problem des Siemens-Konzerns	91
Der »One-for-all«-Online-Shop	97
Die Firma Intertrade baut eine gemeinsame Produktdatenbank für alle deutschen Händler auf. Bertelsmann kann sich vorstellen, dass die Kaufleute anbeißen	97
Wie man im Urwald Löcher gräbt	104
Die Agilience Group verkauft ein Wissens- management-System, das einer der Gründer für Siemens erfunden hat. Jetzt ist der Konzern Partner bei der weltweiten Vermarktung	104
Leuchtende Salmonellen	110
Die vermicon AG kennt eine Methode, Mikroorganismen schnell und spezifisch zu identifizieren. Der Henkel-Konzern will diese Entwicklung nicht versäumen	110

Abstürze meistern mit eRIC und ROL-F	116
--	-----

Die Peppercon AG baut Hardware, mit der man aus der Ferne auf Computersysteme zugreifen kann. Siemens ist neugierig, was dabei herauskommt	116
---	-----

V. Von der Idee zum eigenen Business 123

Die wichtigsten Schritte für Gründer	123
--	-----

Die Idee	124
--------------------	-----

Der Business-Plan	126
-----------------------------	-----

Die Finanzierung	131
----------------------------	-----

Der Termin beim VC-Unternehmen	132
--	-----

Der »Deal«	136
----------------------	-----

Wie wählt man seine VC-Geber aus?	139
---	-----

Business Angels	142
---------------------------	-----

Der Konzernkontakt	144
------------------------------	-----

Sonderfall Ausgründung	145
----------------------------------	-----

Präsentation	147
------------------------	-----

Der Vertragsabschluss	149
---------------------------------	-----

Die Zusammenarbeit	152
------------------------------	-----

Häufige Schwierigkeiten	153
-----------------------------------	-----

Was Insider raten	154
-----------------------------	-----

Die dunkle Seite: Woran es scheitern kann	155
---	-----

VI. Im Porträt: Weitere Konzerne, die mit Gründern strategisch zusammenarbeiten 159

Vorbemerkung	159
------------------------	-----

Cisco Systems: Das SmartStart-Programm	160
--	-----

Der Accelerator der Commerzbank	161
---	-----

Die Bayer Innovation GmbH	162
VW: Der InnovationsCampus der Wolfsburg AG . .	163
Die BASF Future Business GmbH	165
IBM: Der Geschäftsbereich »Net Generation«	166
Axel Springer Verlag: AS Venture	167
DaimlerChrysler Venture GmbH	168
Otto und OVC	169
RWE: Der Venture Capital	
Fonds RWE Dynamics	171
Die Deutsche Telekom und T-Venture	172
 VII. Anhang	 175
 Ausführliches zum Thema »Verträge«	 175
Das Start-up-Paket für Unternehmensgründer	181
Glossar	188
Auswahl von Business-Plan-Wettbewerben	
im deutschsprachigen Raum	202
Weiterführende Literatur	203
Venture Capital-Unternehmen im	
deutschsprachigen Raum	205
Register	205