

COMPANISTO
DEALIGHTS



Eigenkapital

Neues Beteiligungsmodell
auf Companisto

Ameria

Digitalisierung weltweit
made in Heidelberg

Smart City

Wie Startups die Stadt
von Morgen gestalten

Q4 2018

NEU AUF COMPANISTO



COMPANISTO ANGEL CLUB

Der Companisto Angel Club verbindet die Vorteile professioneller Business-Angel-Investments mit denen einer Investment-Plattform.

Das Ziel: Einfach und professionell online in das Eigenkapital von Startups und Wachstumsunternehmen investieren.

MEHR ERFAHREN

[VORWORT]

Liebe Leserin, lieber Leser,

was Innovationen für die Finanzierung von Startups und Wachstumsunternehmen betrifft, sehen wir uns in einer Vorreiterrolle. In den vergangenen Monaten haben wir an einer Innovation für den deutschen Kapitalmarkt gearbeitet. Künftig erhalten alle Investoren auf Companisto die Chance, so zu investieren wie professionelle Business Angels: in echte **Eigenkapital-Anteile von GmbHs und AGs**. Der Prozess läuft digital ab – ein absolutes Novum auf dem deutschen Markt.

Die erste Aktienemission auf Companisto wird die AMERIA AG durchführen. Das Technologieunternehmen aus Heidelberg will den Point of Sale digitalisieren und Weltmarktführer werden. In dieser Ausgabe blicken wir auf Amerias bisherige Erfolgsgeschichte zurück und fragen uns: Welcher Meilenstein wird als nächstes erreicht?

Bis zum Jahr 2050 wird jeder vierte Bürger der Industrienationen in der Stadt leben. Die steigende Urbanisierung stellt uns vor immense Herausforderungen: Umweltverschmutzung, Ressourcenverknappung und Infrastrukturengpässe. Eine Lösung verspricht die „Smart City“: die digitale, moderne und nachhaltig aufgestellte Stadt von Morgen. Eine der größten Schwierigkeiten moderner Städte wird die Versorgung mit hochwertigen Lebensmitteln sein. Ein spannender Ansatz lautet „Urban Farming“. Auch hier sind junge Unternehmen mit innovativen Geschäftsmodellen an vorderster Front. Ihr Ziel ist kein geringeres als eine zweite landwirtschaftliche Revolution auszulösen.

In der aktuellen Ausgabe beschäftigen wir uns mit mutigen Gründern, die mit ihren Ideen unsere Zukunft entscheidend mitgestalten. Mit Gründern, die unsere Mobilität in der Stadt grundlegend verändern. Mit Gründern, die die Lebensmittelversorgung der Städte neu denken. Und mit Gründern, die technologische Antworten auf veränderte Nutzerbedürfnisse suchen – und dafür bis nach China reisen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und einen optimistischen Blick auf die Zukunft!

Ihr

Tamo Zwinge, LL.M.

David Rhotert

Der Erwerb dieser Vermögensanlagen ist mit erheblichen Risiken verbunden und kann zum vollständigen Verlust des eingesetzten Vermögens führen. Companisto kann nicht garantieren, dass das Investment in ein Startup bis zum vorgesehenen Datum des Kampagnenendes möglich ist. Wird ein maximaler Investitionswert für eine Finanzierungskampagne erreicht, endet die Kampagne vorzeitig. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

A 06

[AUSBLICK]

NEU AUF COMPANISTO: EIGENKAPITAL-BETEILIGUNG

Investoren können auf Companisto künftig in echte Eigenkapital-Anteile investieren.

08

[RÜCKBLICK]

AMERIA: DIGITALISIERUNG WELTWEIT MADE IN HEIDELBERG

Der eindrucksvolle Wachstumskurs des Technologieunternehmens AMERIA AG.

[EINBLICK]

7 TAGE IM REICH DER MITTE: REISETAGEBUCH VON NEPOS

Nepos macht sich in China auf die Suche nach der richtigen Hardware.

13



20

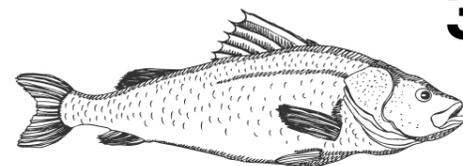


[EINBLICK]

WAS MÖCHTE DER INNOGY INNOVATION HUB ERREICHEN?

Ein Gespräch mit Carolina Soto, Portfolio-Managerin beim innogy Innovation Hub.

33



[WEITBLICK]

URBAN FARMING

Die Stadt wird vom Verbraucher zum Produzenten von Lebensmitteln.

24

[WEITBLICK]

SMART CITY

Wie Startups die intelligente Stadt von Morgen mitgestalten.

[NEWS]

NEUIGKEITEN AUF COMPANISTO

Investoren können von einem Bonus-Programm für Viel-Flieger profitieren.

[COMPANISTO STELLT SICH VOR]

DIE COMMUNICATIONS UNIT

Wir stellen die Menschen vor, die hinter Companisto stehen.

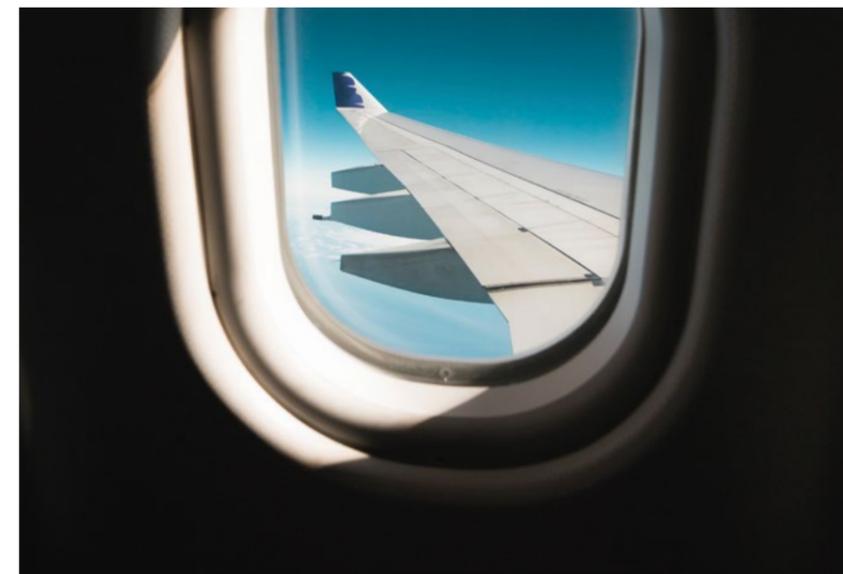
38



42

C

Besuchen Sie
[COMPANISTO.com](https://www.companisto.com)



Bilder von links nach rechts:
[Henry Co, Unsplash](#),
[Sascha Styles, Unsplash](#),
[Ruslan Bardash, Unsplash](#),
[Steve Halama, Unsplash](#),
[Jana Biesterfeldt](#)

Neu auf Companisto Eigenkapital-Beteiligung

Companisto steht für Innovation und Pioniergeist.

Getreu diesen Werten haben wir in diesem Jahr an einem neuen Beteiligungsmodell gearbeitet und können nun eine echte Innovation für den Venture-Capital-Markt präsentieren. Künftig ist es für Investoren möglich, auf Companisto online mit nur wenigen Klicks in Eigenkapital von Startups und Wachstumsunternehmen zu investieren – ein absolutes Novum in Deutschland.

Die große Nachfrage unserer Investorengemeinschaft sowie unter professionellen Investoren veranlasste die Companisto-Gründer Tamo Zwinge und David Rhotert dazu, das neue Beteiligungsmodell zu entwerfen. „Wir haben einen regulatorisch anspruchsvollen und komplizierten Prozess digitalisiert und für Investoren radikal vereinfacht. Als Ergebnis steht demnächst ein einzigartiges und professionelles Investmentprodukt für den deutschen Sprachraum zur Verfügung.“

Alle Investoren auf Companisto erhalten damit die Chance so zu investieren, wie es professionelle Business Angels seit jeher tun: in echte **Eigenkapital-Anteile**. Das neue Beteiligungsmodell besteht aus zwei Säulen: einem Beteiligungsmodell für Aktiengesellschaften (AGs) und einem für Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbHs). Die erste Säule – das Beteiligungsmodell für AGs – steht kurz vor dem Start. Im Rahmen der neuen EU-Prospektverordnung können AGs bis zu 8 Millionen Euro prospektfrei über Companisto einsammeln.

Das neue Beteiligungsmodell für die Aktiengesellschaften wurde von Companisto in Zusammenarbeit mit Dr. Tobias Riethmüller, Rechtsanwalt und Partner bei Schiedermaier-Rechtsanwälte und mehrfacher Sachverständiger vor dem Finanzausschuss des Deutschen Bundestages zu Kapitalmarktthemen, entwickelt.

„Mit den neuen Modellen positioniert sich Companisto als ein Vorreiter für professionelle Finanzdienstleistungen im Bereich der Startup-Finanzierung“, so Dr. Tobias Riethmüller.

Investoren, die sich auf Companisto an einer AG beteiligen, **werden zu Aktionären mit vollem Stimmrecht**. Die Aktienregister der Unternehmen werden dabei an Clearstream angebunden, einer Tochtergesellschaft der Deutschen Börse AG und einem der weltweit größten Zentralverwahrer von Wertpapieren. Durch die Clearstream-Anbindung erhalten die Aktien eine WKN (Wertpapierkennnummer) sowie ISIN (International Security Identification Number) und werden depotfähig sein, das heißt sie können in jedem Aktien-Depot bei einer Bank oder einem Online-Broker verwahrt werden.

Die **erste Finanzierungsrunde** mit dem neuen **Aktienbeteiligungsmodell** wird die **AMERIA AG** sein. Das Technologieunternehmen aus Heidelberg blickt auf eine langjährigen Wachstumsgeschichte zurück, verzeichnet steigende Umsätze und kann auf eine Reihe namhafter Kunden verweisen (darunter Haribo, Media-Saturn und Porsche). Ameria absolvierte bereits zwei erfolgreiche Finanzierungsrunden auf Companisto und sammelte dabei insgesamt 2,5 Millionen Euro ein.

Nun möchte das Technologieunternehmen frisches Kapital einsammeln, um seinen Wachstumskurs fortzusetzen. Die Investment-Phase beginnt am Mittwoch, den **5. Dezember 2018**. Mehr zur AMERIA AG und ihrer bisherigen Erfolgsgeschichte lesen Sie in dieser Ausgabe. ■

Companisto ist die Investment-Plattform für Startups und Wachstumsunternehmen. Business Angels und Investoren beteiligen sich mit Wagniskapital gemeinsam an bahnbrechenden Innovationen, erfolgsversprechenden Unternehmungen und Ideen, die Geschichte schreiben. Wir sind der Innovationstreiber im Bereich professioneller Online-Unternehmensfinanzierung.

Gemeinsam in **Innovation** investieren.

von **André Jasch**
und **Jana Biesterfeldt**

Digitalisierung weltweit made in Heidelberg

WAS MACHT EIGENTLICH AMERIA?

Die baden-württembergische Stadt Heidelberg kennen Sie sicher wegen der romantischen Architektur, der schönen Landschaft und einer der ältesten Universitäten Deutschlands. Aber auch wegen Technologieunternehmen, die unseren Alltag verändern? Nicht? Dann sollten Sie die **AMERIA AG** kennenlernen – einen Digitalisierungs-Spezialisten, der auf dem besten Weg an die Weltspitze ist. Denn das rund 80-köpfige Team hat von Beginn an auf das „Internet of Things“ (IoT) gesetzt und arbeitet daher heute mit großen Namen wie Allianz, Porsche und Haribo bei Projekten rund um den Globus zusammen. Das gemeinsame Ziel: Den Point of Sale der Zukunft gestalten.

Eine Cloud-Lösung, die in der Lage ist, Ladengeschäfte auf der ganzen Welt mit wenigen Klicks zu digitalisieren. Augmented Reality-Lösungen, die es möglich machen, individuell konfigurierte Fahrzeuge in 360°-Ansichten auf mobilen Geräten darzustellen. Ein Avatar, der Kunden beim Betreten eines Geschäfts aktiv anspricht, berät und sich dabei mit einfachen Gesten steuern lässt. Das sind nur drei Beispiele für die innovativen Lösungen, die aus einer Stadt kommen, die heute im Zentrum eines Technologie-Clusters mit international agierenden High-tech-Marktführern liegt.

Oder genauer gesagt: Von der AMERIA AG aus Heidelberg, einem Unternehmen, das 2001 gestartet ist und heute weltweit sehr erfolgreich agiert. Und das in neun anspruchsvollen Branchen, beispielsweise dem Einzel- und Automobilhandel, dem Finanzsektor oder der Touristikbranche. Das belegen Referenzen von Allianz, DER Touristik, Lego und Henkel eindrucksvoll. Doch wie gelingt es eigentlich, so weit zu kommen? Und was ist der Grund für den Erfolg? Für Albrecht Metter, Vorstandsvor-

sitzender der AMERIA AG, war es vor allem eine Sache, die maßgeblich dazu beigetragen hat:

„Wir haben das ‚Internet of Things‘ von Beginn an in unserer Produktentwicklung mitgedacht und mit unserer ‚Connected Experience‘ ein cloudbasiertes, digitales Ökosystem entwickelt. Über dieses können wir gleichzeitig digitale Touchpoints miteinander vernetzen, Nutzerdaten generieren, die bei der individuellen Kundenansprache helfen, und spannende, interaktive Einkaufserlebnisse bieten, die Menschen am Point of Sale begeistern. Dazu braucht man Top-Experten, die unsere Kunden und ihre Bedürfnisse verstehen. Denn nur so ist es möglich, Entwicklungen vorauszusagen und die dafür richtigen Lösungen zu entwickeln – deshalb wissen wir heute genau, mit welchen Ansätzen wir beispielsweise den Umsatz eines Einzelhändlers optimal unterstützen“, erklärt der 39-Jährige.

Entsprechend habe sich das Geschäftsmodell auch vom anfänglichen Projektgeschäft für Großkunden hin zu



Bild: Connected Experience - Ameria

selbst entwickelten, miteinander vernetzten Lösungen gewandelt. Das erste neue Produkt: ein „Digitales Schau- fenster“. Hier sprach ein Avatar potentielle Interessenten aktiv an, stellte aktuelle Angebote vor und lockte Kunden in die Läden.

„Ausgangspunkt war der Gedanke, dass Online- Händler ihre Kunden mit individuellen Shopping- Vorschlägen zum Geldausgeben verleiten. Vergleich- bares gab es im stationären Handel noch nicht. Also haben wir das geändert“, so Dr. Johannes Tröger, Senior Vice President Strategy & Business Development der AMERIA AG. Dabei half die erste Finanzierungsrunde auf Companisto, bei der Ameria im Jahr 2016 in kurzer Zeit 1,1 Millionen Euro einsammeln konnte.

Schnelle Weiterentwicklung der Produktpalette

Doch schon während der Realisierung der ersten Projekte kamen die Unternehmen mit neuen Wünschen auf die Heidelberger Digitalisierungs-Experten zu. Sie suchten eine Möglichkeit, eine solche Lösung direkt neben den zu verkaufenden Produkten einzusetzen. Zudem sollte sie Informationen darüber liefern, was die Kunden genau in den Filialen machen. Und die persönlichen Daten der Kunden für individuelle Angebote sammeln. Also entwickelte Ameria kurzerhand das nächste eigene Produkt: „Virtual Promoter“ – bis heute eines der Aushängeschilder des Unternehmens. Dabei handelt es sich um ein freistehendes 84-Zoll-Display mit einem lebensgroßen Avatar. Dieser ist komplett durch Gesten steuerbar und regt die Besucher eines Ladengeschäfts aktiv zur Interaktion an.

Auch hier standen die Companisten Ameria zur Seite: 2017 ermöglichte eine zweite Finanzierungsrunde mit einer Investitionssumme von 1,4 Millionen Euro die Entwicklung und Fertigung des neuen Produkts. „Unser ‚Virtual Promoter‘ kann einzelne Angebote erklären und zusätzliche Informationen bereitstellen oder spielerisch ein Markenerlebnis aufbauen. Das funktioniert am besten mit Gewinnspielen oder virtuellen Fotoboxen“, er-

läutert Dr. Marcus Götz, Vorstand und CTO von Ameria. „Virtual Promoter“ – bereits 2016 patentiert – ist bis heute eine weltweit einzigartige Lösung. Denn im Laufe der Zeit entwickelte sie sich zum Ausgangspunkt für neue, vernetzte Anwendungen, die heute über eine zentrale Plattform verbunden sind, miteinander interagieren und Daten austauschen. Dank Erweiterungen mit Hilfe von Augmented Reality und Beacons können sich Kunden nun beispielsweise im Autohaus im ersten Schritt über ihr Traumauto informieren. Danach haben Sie die Möglichkeit, ihre persönliche Konfiguration zusammenzustellen und diese an einem Modell in 3D anzeigen zu lassen. Passt alles, kann diese „Wunsch- liste“ mit einem Wisch an den Kundenberater über- tragen werden.

„Mit dem CX Manager ermöglichen wir es den Unternehmen, ihre Kunden auf ganz neue Art anzusprechen und zu begeistern – und das mit minimalem Aufwand und Mitteleinsatz“

Am Point of Sale werden die Ameria-Produkte also vor allem dafür eingesetzt, die Aufmerksamkeit des Endkunden und damit steigende Verkaufszahlen zu erreichen. Der große Vorteil: Die Plattform ist an die Anforderungen vieler Branchen anpassbar. Entsprechend setzen immer mehr Unternehmen „Virtual Promoter“ ein. Ob Porsche, Deutsche Bank, Bayer, Lego oder Haribo – sie alle haben bereits von der Ameria-Lösung profitiert.

Immer weiter, besser, erfolgreicher!

Doch bei Ameria gibt es keinen Stillstand. Der Digitalisierungs-Spezialist entwickelt sich stetig weiter.

Deshalb führten die jahrelangen Erfahrungen im Handel und der intensive Austausch mit den Kunden zum nächsten konsequenten Schritt: der Entwicklung einer End-to-End-Lösung für den umfassenden Betrieb digitaler Geräte auf stationären Flächen, der cloud- basierten „Connected Experience“ (CX). Mit ihrer Hilfe können Ameria-Kunden schnell und einfach selbst Inhalte erstellen und dann auf den bereits in den Filialen eingesetzten Bestandsgeräten ausgeben. Letzteres war bei der Vielfalt und dem oft sehr unterschiedlichen Alter der vor Ort eingesetzten Hardware lange Zeit ein großes Problem. Insbesondere dann, wenn mehrere digitale Geräte verschiedener Anbieter eingesetzt wurden, beispielsweise Touch-Screens, 3D-Brillen oder Tablets.

Dank der CX und ihrem zentralen Bestandteil, dem „CX Manager“, sind diese Zeiten vorbei. Nun ist es möglich, alle Geräte über die Ameria-Plattform zentral zu steuern, zu überwachen und mit neuen Inhalten zu bespielen. Mehr noch: Im Zusammenspiel mit den weiteren Ameria- Lösungen kann auch alte Hardware nun Kundeninfor- mationen zurückliefern. „Damit ermöglichen wir es den Unternehmen, ihre Kunden auf ganz neue Art anzuspre- chen und zu begeistern – und das mit minimalem Auf- wand und Mitteleinsatz“, erläutert Alice Becker, Partner Manager bei Ameria, den neuen Ansatz. Entsprechend hoch ist das Absatzpotential – und der Erfolg: Anfang November 2018 wurden weltweit bereits mehr als 3.400 digitale Touchpoints an über 460 Standorten über den CX Manager betrieben.

Mit der neuen IoT-Lösung hat sich auch das eigene Erlösmodell nachhaltig verändert: Das Heidelberger Unternehmen agiert jetzt als Software-as-a-Service- Anbieter. Die Risiken von Hardware-Produktion, -Vertrieb und -Wartung sind vollständig ausgelagert. Stattdessen basiert das Geschäftsmodell nun vor allem auf Lizenz- gebühren, die pro Ausgabegerät anfallen, der Beratung sowie der Produktion zielgruppenspezifischer Inhalte.



Bild oben: Albrecht Metter, Gründer und Geschäftsführer von Ameria

Bild unten: Dr. Marcus Goetz, Chief Technical Officer (CTO) von Ameria

Das Konzept ist sehr erfolgsversprechend, besonders vor dem Hintergrund der hohen Skalierbarkeit der CX. Ein Vorteil, da immer mehr Konsumgüterhersteller gemeinsam mit dem Handel individuelle Marketingaktionen durchführen wollen. Und auch Autohersteller gehören zu den Interessenten, denn im Autohandel hat gerade eine disruptive Phase begonnen. Langfristig führt das zu neuen Store-Formaten in Innenstadtlagen mit verstärkten digitalen Angeboten. Hier hat Ameria im Rennen um die passenden Angebote gleich mehrere Wagenlängen Vorsprung – nicht zuletzt durch eine Kooperation mit Mackevision, dem weltweiten Marktführer in der 3D-Visualisierung von Automodellen.

„Es ist unser Ziel, Weltmarktführer für digitale Lösungen im öffentlichen und halböffentlichen Raum zu werden. Dafür sind wir gut aufgestellt.“
[Albrecht Metter]

Die Basis dafür hat der Heidelberger Digitalisierungs-Spezialist bereits geschaffen: Im Juni dieses Jahres wurde das Unternehmen in eine AG umgewandelt. Damit ging Ameria einen wichtigen Schritt, um mit internationalen Partnern weiter auf Augenhöhe verhandeln und agieren zu können. Dass das keine Zukunftsmusik ist, zeigt eine Partnerschaft mit Accenture, einem der weltweit größten Managementberatungs-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister mit rund 450.000 Mitarbeitern. Und auch SAP hat bereits angeklopft. Hier könnte Ameria zukünftig als Schnittstelle zwischen dem Softwarekonzern und den Endkunden fungieren und mit Hilfe seiner Cloud-Plattform Kundendaten, die auf der stationären Fläche entstehen, nutzbar machen.

Dem Erfindungsreichtum des Heidelberger Teams sind dabei keine Grenzen gesetzt: Neben dem IoT-Gedanken, der

allen Ameria-Produkten zugrunde liegt, greifen sie bei der Neu- und Weiterentwicklung der Produkte bereits aktuelle und innovative Trends wie Künstliche Intelligenz (KI), Chatbot-Integration oder 3D-Drucker auf und integrieren sie in neue Lösungen. Entsprechend hoch ist das Interesse potentieller Partner und Kunden: Mehrere multinationale Konzerne gehören bereits zu den Ameria-Kunden – und viele weitere sollen über die Partner Accenture und Mackevision folgen. Getreu dem Unternehmens-Motto „Pioneering Tomorrow“ nimmt Ameria also Kurs auf eine erfolgreiche Zukunft.

„Es ist unser erklärtes Ziel, Weltmarktführer für digitale Lösungen im öffentlichen und halböffentlichen Raum zu werden. Dafür sind wir gut aufgestellt. Wir sind in neun Branchen aktiv, haben aufmerksamkeitsstarke digitale Anwendungen für Messen, Events und die interne Kommunikation im Portfolio und adressieren Zukunftsthemen wie Smart City und die Digitalisierung des öffentlichen Raums. Zudem kooperieren wir mit weltweit bekannten Unternehmen – unserem weiteren Wachstum steht also nichts im Weg“, fasst Albrecht Metter zusammen.

Und Companisten können hiervon profitieren: In Kürze startet der Digitalisierungs-Spezialist auf Companisto eine neue Finanzierungsrunde mit Eigenkapital-Beteiligungen. Dabei handelt es sich um die größte Online-Unternehmensfinanzierung, die je in Deutschland durchgeführt wurde. Augen aufhalten und dabei sein, lohnt sich also! ■

companisto.com/de/blog

Investmentkonditionen AMERIA AG

KAMPAGNENSTART

5. Dezember 2018

FINANZIERUNGSZIEL

8.000.000 €

BETEILIGUNGSMODELL

Eigenkapital auf Aktienbasis
(depotfähig mit WKN und ISIN)

Zum Unternehmensprofil

companisto.com/ameria

Aus dem
Reisetagebuch
von Paul Lunow

出差到中國

7 TAGE IM REICH DER MITTE: NEPOS AUF DER
SUCHE NACH DER RICHTIGEN HARDWARE

Viele Startups scheuen sich vor der Integration von Hardware in ihre Gründungsidee. Denn die Entwicklung von Hardware ist aufwendig, komplex und in der Regel ziemlich kostspielig. Zeit und Geld sind zwei Faktoren, die bei Startups nicht im Überfluss vorhanden sind – auch nicht bei Nepos. Darum haben wir lange überlegt, getestet und recherchiert. Und dann wurde uns klar: Wenn wir unsere Vision, die **besten und einfachsten technischen Produkte für die Generation 65+** zu produzieren, wahr machen wollen, führt kein Weg daran vorbei.

星期六

SAMSTAG, 9.12.17

Ein winterliches Berlin macht den Abschied nicht allzu schwer. Durch Nebel, Graupelschauer und Wind kämpfen wir uns zum Flughafen, um unsere Reise über Wien nach Hongkong anzutreten. Im Flieger sitzen Luise-Caroline Gall, unsere Produktdesignerin und Projektmanagerin, Daniel Mack, unser Hardware-Chef und ich, Paul Lunow, Gründer und Geschäftsführer. Am Flughafen Hongkong bringt uns Daniel zur Fähre und diese uns weiter nach Shenzhen. Das Gepäck wird automatisch durchgebucht. Daniel hat schon über 20 Produktentwicklungen erfolgreich umgesetzt. Auf der Reise ins Land der Mitte helfen uns seine Sprach- und Ortskenntnisse enorm.

星期日

SONNTAG, 10.12.17

Shenzhen begrüßt uns mit strahlendem Sonnenschein, angenehmen 25 Grad und einer erstaunlichen Stille! Die Bestrebungen der chinesischen Regierung die Elektromobilität durchzusetzen, sind im Stadtbild allgegenwärtig. Es fahren tausende von kleinen Fahrzeugen kreuz und quer, ganz nach dem erwarteten Klischee, aber sie machen kein Geräusch! Und es stinkt nicht. Der Wahnsinn. Und die Zukunft?

Am Fährterminal fallen wir in die Arme von Jaecy Qiu, Head of Nepos China, unserer Kollegin, die wir bis heute nur per Skype kannten. Sie organisiert uns ein Didicar, der chinesischen Version von Uber, die gerade eine Finanzierungsrunde von vier Milliarden Euro abgeschlossen haben - wir müssen trotzdem bezahlen.

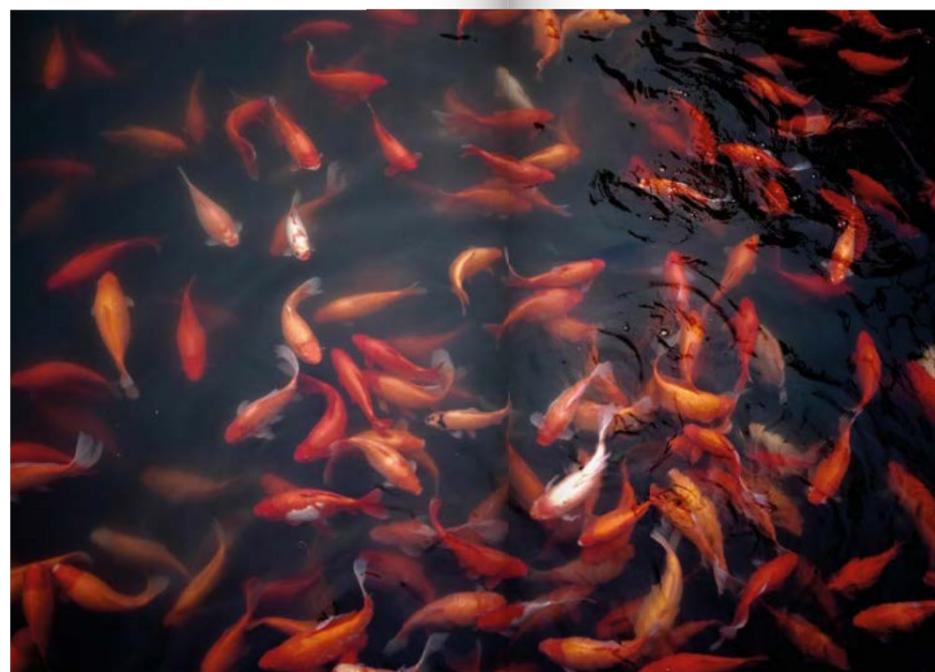
Das Hotel „Colour Inn“ ist zentral gelegen. Die Zimmer haben keine Fenster. Klimaanlage, Ventilator, Bett und Dusche. Das war's. Dafür besitzt das Hotel eine wunderbar sonnige Terrasse. Hier treffen wir Frank Templin, den Gründer und Geschäftsführer von ONYX, mit denen wir den mechanischen Aufbau entwickelt haben. Zu Fuß machen wir uns auf den Weg, einen mikroskopisch kleinen Teil dieser Zwölf-Millionen-Einwohner-Stadt zu erkunden.

Ein Freund von Daniel führt uns abends zu einem großartigen Restaurant und einer tollen Bar, sodass wir vom fensterlosen Hotelzimmer am Ende des Tages gar nicht mehr so viel mitbekommen.

深圳

Shenzhen ist eine Unterprovinzstadt in der Provinz Guangdong der Volksrepublik China

Bild: „Shoal of Koi fish“ - Jeremy Cai



星期

MONTAG, 11.12.17

Um 10 Uhr holt uns die erste Firma persönlich ab. Die Firma stellt mit mehreren Partnern 4,5 Millionen elektronische Produkte pro Monat (!) her. Wir werden durch einen riesigen Gebäudekomplex geführt, wo aus einzelnen Bauteilen fertige Produkte entstehen. Ganz wie erwartet, reiht sich Mensch an Mensch an den endlosen Tischen. Sie prüfen jedes Gerät manuell auf korrekte Funktionsweise, inklusive Mikrofon und Lautsprecher, was zu einer interessanten Geräuschkulisse führt.

Der nächste Termin ist mit einem Tool-Maker. Hier werden die Werkzeuge gebaut, mit denen später die Plastikteile gefertigt werden. Das sind tonnenschwere Stahlklötze, in die verflüssigtes Plastik gespritzt wird, das dann erkaltet und von Auswerfern aus dem Werkzeug gedrückt wird.

Danach treffen wir einen weiteren Elektronikfertiger, der Leiterplatten produziert. Diese werden später mit den elektronischen Bauteilen bestückt, zu fertigen Produkten zusammengebaut, getestet und verpackt. Am Abend besuchen wir die Zentrale mit der Entwicklungsabteilung. 60 Leute sitzen hier, entwickeln Produkte für Kunden auf der ganzen Welt und steuern ein Netz aus Produzenten.



Paul Lunow, Gründer und Geschäftsführer von Nepos

星期二**DIENSTAG, 12.12.17**

Nach einem tollen Dumpling-Frühstück mit guten und überraschenden geschmacklichen Erfahrungen besteigen wir die Fähre nach Zhongshan. Hier sitzt CCS, der Produktionspartner, für den wir uns später entschieden haben. Wir werden vom Hafen abgeholt und lernen bei einem Meeting den Standortleiter und seine Ingenieure kennen. Erste Überraschung: Alle sprechen Englisch, einige der Mitarbeiter sogar Deutsch. So wird die Firmenpräsentation und die Diskussion der Produktion wesentlich einfacher. Zweite Überraschung: Unser Hotelzimmer hat ein Fenster.

星期三**MITTWOCH, 13.12.17**

Gemeinsam mit Andreas Limmer von CCS besichtigen wir zwei Werkzeugmacher. Den Prozess kennen wir schon vom Montag, aber es ist immer wieder beeindruckend zu sehen, wie viele einzelne Produktionsschritte in einem Produkt stecken können. Wir sehen riesige Produktionshallen, endlose Lager aus Werkzeugen und die Fertigungsstraßen, in denen die Plastikteile entstehen. Heute nehmen Roboterarme die Teile aus den Maschinen. Früher, so erzählt uns Frank, sah er Menschen, die mit bloßen Händen in die Maschinen fassen mussten.

Am wichtigsten bei allen Besuchen sind die Besprechungen zur Produzierbarkeit der Bauteile nach unseren Anforderungen. Bei der Planung muss beachtet werden, wie sich das flüssige Plastik im Tool verhält. Je nachdem, wo es wie schnell abkühlt, entstehen Nähte und sprödere Bereiche. Es ist also wichtig zu planen, wo sich diese Stellen später befinden.

Auch die Frage, wann und in welche Richtung das Plastikteil aus dem Tool geschoben wird, ist zu beachten, denn hierbei könnte es beschädigt werden. Nach intensiven Diskussionen mit dem Ingenieurteam brechen wir auf zur zweiten Station des Tages, einem weiteren Tool-Maker. Das Prozedere ist das gleiche: Zwei Stunden Fahrt, Besichtigung der Fabrik, Meeting mit den Entwicklern. Diesmal bekommen wir einen neuen Produktionsschritt vorgestellt, die Veredelung der Oberfläche. Am Abend evaluieren wir bei CCS gemeinsam unsere Erkenntnisse und wählen einen Werkzeugmacher aus.



linkes Bild: „Red light“
- Henry Co

rechtes Bild: „Man sitting inside store“
- Sascha Styles

**星期四****DONNERSTAG, 14.12.17**

Auf dem Landweg fahren wir am nächsten Tag zurück nach Shenzhen, um einen weiteren potentiellen Hersteller zu treffen. Dieser stellt für internationale Kunden Produkte in riesigen Stückzahlen her. Wir stellen fest, dass wir hier bei weitem nicht die höchste Priorität genießen und die Zusammenarbeit schwierig werden könnte.

Für den Blick über Shenzhen hat es sich aber gelohnt. Frank verlässt unsere Reisegruppe Richtung Hongkong und wir brechen auf, den Produzenten unserer Batterien persönlich kennenzulernen. Das Bild ist ähnlich, lange Tische, lange Gänge, ratternde Fließbänder, nur die Produkte sind andere. Abends lassen wir den gelungenen Tag in einer Craft-Beer-Bar ausklingen und fühlen uns fast wie in Kreuzberg.



Bild: „Hanging Lanterns“ by Yu Kato

星期五**FREITAG, 15.12.17**

Nachdem wir Elektronikfertiger, Tool-Maker und den Batteriehersteller besichtigt haben, fehlt noch ein entscheidender Punkt: Die Verpackung. Wir haben uns hier bewusst für einen großen Partner entschieden, da wir von dessen Erfahrung profitieren wollen. Von Möbeln aus Papier bis hin zum Briefumschlag für Sim-Karten wird hier alles hergestellt, selbst bedruckt, gefaltet, verpackt und verschifft. Das war der letzte Lieferantenbesuch in Shenzhen. Am Abend brechen wir auf nach Hongkong. Auch hier übernachteten wir günstig im Chungking Mansions. Das 17-stöckige Gästehaus ist zentral gelegen und für die „kulturelle Vielfalt der Bewohner und Besucher sowie für die preisgünstigen Beherbergungsmöglichkeiten“ bekannt.

星期六**SAMSTAG, 16.12.17**

Wir bleiben so lang wie möglich draußen und fallen dann steinartig in unsere Schlafnischen. Hongkong besitzt drei Flughafen-CheckIn-Terminals in der Stadt. Hier können wir morgens unsere Koffer für unseren Flug am Abend aufgeben und haben dann den ganzen Tag Zeit, um Hongkong zu erkunden. Das reicht natürlich nicht mal im Ansatz, ist aber genug Zeit, um einen tollen Eindruck zu gewinnen. Deutlich gezeichnet von einer intensiven Woche freuen wir uns am Abend auf den Flug zurück in die Heimat.

結論**FAZIT**

Wir haben großartige Menschen kennengelernt, die uns mit offenen Armen und auf Augenhöhe begegnet sind. Auch als Startup wurden wir ernst genommen und haben ein sehr gutes Gefühl, die richtigen Partner gefunden zu haben. Es war eine tolle Woche. Wir kommen wieder. Natürlich, um unsere Tablets zu bauen. ■



Bild: „Dimsum“ - Charles Deluvio

革新

Innovation auf Chinesisch heißt wörtlich „Erneuerung“

Zum Unternehmensprofil

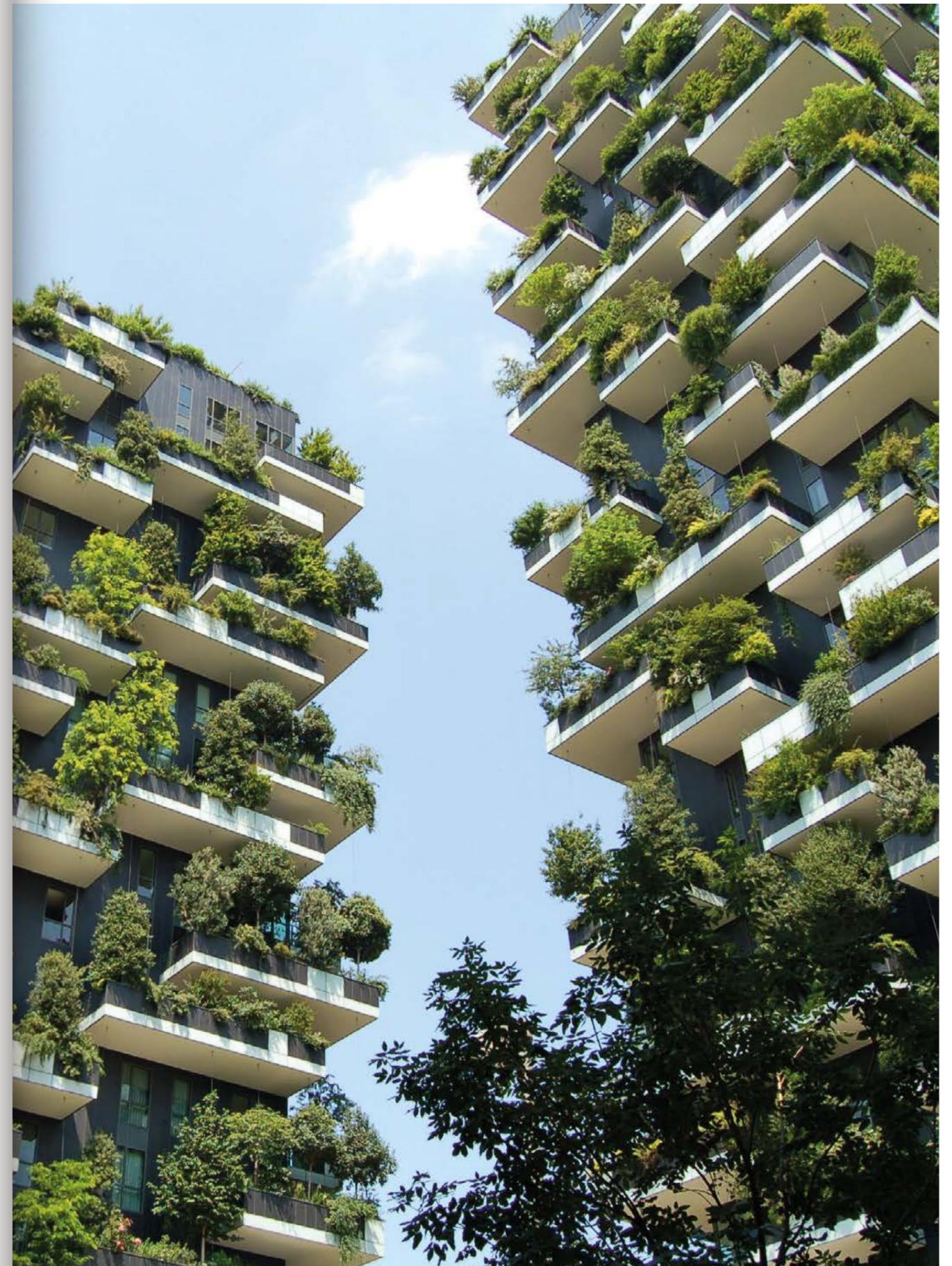
companisto.com/nepos

von **André Jasch**
und **Jana Biesterfeldt**

SMART CITY

STARTUPS GESTALTEN DIE
STADT VON **MORGEN**

Unsere Städte wachsen bis an die Grenze des Möglichen. Unsere Herausforderungen wachsen mit: Umweltverschmutzung, Ressourcenverknappung, Infrastrukturengpässe. Daher brauchen wir effizientere Wege, um die Lebensqualität der Stadtbewohner zu erhöhen. Gefragt sind Konzepte, um vorhandene Ressourcen effektiver zu verteilen und neue Wege zu erschließen, um diese Ressourcen in der Stadt zu produzieren. Smart City ist das Stichwort. Smarte Ansätze wie Mikro- und E-Mobilität, Smart Grid oder Urban Farming weisen den Weg in eine moderne, intelligente und vernetzte **Stadt der Zukunft.**





linkes Bild: „Coop's Shot Tower“ - Meng-long Bao

rechtes Bild: „Green Roof“ - Chuttersnap

Smart City – Was steckt hinter dem Begriff?

Es gibt keine konkrete Definition der *einen* Smart City. Der Begriff wird oft mit der „vernetzten Stadt“ gleichgesetzt, aber er geht weit darüber hinaus. Er berührt gesellschaftliche sowie politische und wirtschaftliche Bereiche und will diese zu einem Ganzen verknüpfen. Dahinter steht ein Plädoyer für mehr Lebensqualität, Ressourceneffizienz und Ausbau der Digitalisierung, aber auch mehr wirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit.

„Ein Blick auf die konzeptionellen Grundlagen der Smart City zeigt: ‚Smart‘ wird mit technologiegetrieben gleichgesetzt. Es geht um neue digitale Errungenschaften, die Lösungen für städtische Herausforderungen liefern und das Leben einfacher machen sollen“, so Sozialwissenschaftler Alex Willener. Besonders wichtig seien der Energiesektor und die Elektromobilität. In der Smart City entstehen integrierte Energieplanungen für öffentliche, private und gewerbliche Bereiche, bei denen zusätzlich die Bereiche Infrastruktur und Mobilität sowie Energie vernetzt werden.

Mehrere Städte haben Ambitionen sich digitaler, intelligenter und nachhaltiger aufzustellen und so eine effiziente Verteilung der Ressourcen zu gewährleisten. Die bgmr Landschaftsarchitekten GmbH aus Berlin ist darauf spezialisiert, Städte bei der Übergangsphase zur smarten, nachhaltigen und zukunftsfähigen Stadt zu beraten und zu begleiten. Dort versteht man die „Stadt als Ressource“: Die Städte benötigen Energie, Nahrung, Wasser und Luft. Im Gegenzug erzeugen sie Wärme, Abfall, Lärm und Licht.

Das Büro konzentriert sich darauf, diese Austauschprozesse neu zu betrachten und nach Chancen für urbane Kreislaufökonomien zu suchen. Recycling, Kompostierung und Trinkwasseraufbereitung sind nur einige bekannte Beispiele. Die urbane Produktion von Nahrungsmitteln, der Einsatz regenerativer Energien, die Kühlung der Städte durch Regenwasser und die Entwicklung von Zukunftstechnologien für die digitale Stadt sind weitere Schritte zur Smart City. Die wahre Herausforderung liegt in der Transformation von unseren heutigen Städten zur modernen Stadt der Zukunft.

„Der Weg dahin ist die eigentliche Herausforderung, denn wir werden unsere unperfekten Städte nicht verlassen, um in den Idealstädten von Morgen neu anzufangen. Wir brauchen daher Qualifizierungsstrategien, systemische Lösungen und gute Projekte, die Überzeugungen schaffen, dass Umweltsensibilität, Energie- und Ressourceneffizienz letztlich zu besseren Orten für alle führen“, so die Gesellschafter des Büros.

Startups liefern Impulse für moderne Städte

Neben Beratungs- und Planungsunternehmen gibt es auch Startups, die mit ihren unterschiedlichen Ansätzen und innovativen Ideen einen Beitrag zur Smart City leisten. Konzepte der Mikro-Mobilität und E-Mobilität stehen bei der Smart City ganz vorne, denn die Zukunft der Mobilität soll elektrischer und effizienter gestaltet werden. Um die Probleme von Infrastrukturplanung und Umweltverschmutzung zu lösen und intelligente Energielösungen zu finden, liefern Startups wie Rydies und slock.it smarte Ansätze.

Das Münchener Startup **Rydies** digitalisiert und vernetzt alle Angebote und Anbieter zur Fahrrad-Mobilität sowie Daten des urbanen Nahverkehrs. Der Fahrradverkehr kann so ausgebaut werden, was im Interesse vieler Städte liegt. Besonders für den Markt der E-Fahrräder

ist **Rydies** interessant, denn durch die Daten bekommen Radfahrer einen schnellen Überblick über Ladestationen und Parkmöglichkeiten in ihrer Nähe.

Dahinter steckt das Konzept des Smart-Grid. Intelligente Stromnetze (Smart-Grids) kombinieren die Erzeugung, Speicherung und den Verbrauch von Energie, um eine effiziente Nutzung des Stroms und eine Integration der Erneuerbaren Energien zu erreichen. Laut dem Umweltbundesamt kann das Smart-Grid mit dem Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien nicht nur Energie, sondern auch Daten transportieren. Netzbetreiber können Informationen zu Energieproduktion und -verbrauch erhalten.

Der Weg dahin ist die eigentliche Herausforderung, denn wir können unsere unperfekten Städte nicht verlassen, um in den Idealstädten von Morgen neu anzufangen.

Etablierte Unternehmen wie der Energieversorger Innogy investierten daher in Rydies. „Die Zukunft der Mobilität in der Stadt wird elektrisch sein. Damit das funktionieren kann, müssen die Angebote gut vernetzt und für den Anbieter wirtschaftlich sein“, so Kerstin Eichmann, Geschäftsführerin vom innogy Innovation Hub. Mit diesem Netzwerk möchte Innogy gemeinsam mit Startups neue disruptive Geschäftsmodelle und Lösungen entwickeln und finanzieren, die sich am Kunden orientieren.

Neben dem Investment in Rydies beteiligte sich Innogy auch an slock.it. Das Startup aus Mittweida will durch die Blockchain-Technologie die Nutzung von Schlössern verändern. Intelligente Schlösser, sogenannte Slocks, werden durch Smart Contracts über die Blockchain bezahlt, geöffnet und verschlossen. Über diese Slocks



Bild: „Interlace“ - Chuttersnap

können Gegenstände, Fahrzeuge, Immobilien aber auch Strom- oder Serverkapazitäten vermietet, verkauft oder mit anderen geteilt werden. Ideale Anwendungsbereiche liegen unter anderem in der Sharing-Economy, aber auch im privaten Energiehandel oder im IoT-Bereich als Komponente in sogenannten Smart Homes.

Auch eine nachhaltige Energieversorgung ist eine umfassende Aufgabe in der Smart City. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten verschiedene Ansätze miteinander kombiniert werden. Ein Beispiel ist das Startup Mowea. Das CleanTech-Startup entwickelt kleine modulare Windkraftanlagen für Jedermann, zur Nutzung auf den Dächern der Stadt für die private und gewerbliche Stromerzeugung. Diese sollen eine Ergänzung zu Photovoltaikanlagen darstellen. Besonders zeichnen sich die Windkraftanlagen durch ihre geringe Umweltbelastung aus.

Zur Lebensmittelversorgung der Städter gibt es richtungsweisende Konzepte, durch die Nahrungsmittel direkt vor Ort erzeugt, verarbeitet und verkauft werden können. Startups wie Infarm, Green City Solutions oder BE Food AG machen es vor. Letztere betreibt die erste kommerzielle StadtFarm in Berlin und leistet damit bereits einen Beitrag zur Lebensmittelversorgung. Mit der speziellen Technologie eines geschlossenen Wasserkreislaufes erzeugt die StadtFarm in Gewächshäusern nachhaltige und gesunde Lebensmittel, die direkt vor Ort an die Verbraucher verkauft werden.

Diese Smart-City-Konzepte sind nicht nur technologisch anspruchsvoll, sondern haben auch einen hohen Kapitalbedarf. In ihrem Bericht sieht das Finanzdienstleistungsunternehmen LGT Group für die nächsten Jahre einen Investitionsboom für Smart-City-Projekte.

Laut einer Studie von Frost & Sullivan werden die meisten Investitionen in Smart-City-Projekte in den kommenden Jahren in Europa stattfinden. Die Europäische Union sei durch ihre Förderung von ökologischen Initiativen besonders engagiert. Weiterhin sagt die Studie aus, dass Investitionen in Smart Cities bis 2025 ein Volumen von über zwei Billionen Dollar erreichen. Noch optimistischer

ist da das Marktforschungsinstitut Persistence Market Research: Investitionen in Smart-City-Projekte sollen demnach bereits im Jahr 2019 eine Billion US-Dollar erreichen und bis 2026 auf rund 3,5 Billionen anwachsen.

Damit deutsche Städte im internationalen Vergleich zu führenden Smart Cities aufsteigen, müssen sie heute enger zusammenarbeiten und ganzheitliche Ansätze finden.

Vorzeige-Smart-Cities in aller Welt – und Deutschland?

Singapur, Barcelona, London, San Francisco und Oslo können sich schon als Smart Cities bezeichnen. Für ein Ranking untersuchte das Marktforschungsunternehmen Juniper Research viele Faktoren, zum Beispiel Smart-Grid-Technologien, intelligente Informationstechnologien zur Verbesserung des Straßenverkehrs, WLAN-Hotspots und den Anteil der Smartphone-Nutzer.

Dabei landete der Stadtstaat Singapur auf Platz Eins. Schon seit 2014 werden dort Ansätze einer Smart City erprobt. Sensoren und Kameras überprüfen Sauberkeit und Verkehr. Mit autonomem Fahren und Smart Mobility wird seit 2016 experimentiert. Digitalisierungsexperten von Siemens arbeiten an einer Cloud-basierten Plattform, um Daten aus Industrie, Energieversorgung und Verkehr zu vereinen. Siemens-Chef Joe Kaeser prophezeit, dass in Singapur 2022 das weltweit erste voll integrierte urbane Ökosystem entstehen wird.

Das ist nur möglich durch Daten der Bürger. Für den zuständigen Minister Dr. Vivian Balakrishnan sind Privatsphäre und Sicherheit berechnete Sorgen. Die Daten seien, wenn möglich, anonymisiert. Weiterhin hat

die Stadt eine transparente Open-Data-Plattform eingerichtet. Denn eine Teilhabe der Bürger an ihrer Smart City wird durch die Transparenz der Daten erreicht.

Unternehmen wie Alphabet, der Mutterkonzern von Google, bauen sie von Grund auf neu: die Smart City. Dafür ausserkoren wurde Toronto, genauer gesagt ein Stadtteil der kanadischen Metropole. Mit seinem Tochterunternehmen Sidewalk Labs plant Alphabet bis 2020 zusammen mit der Stadtverwaltung ein Stadtviertel der Zukunft durch bewohnerorientierte Dienstleistungen, Nachhaltigkeit und Mobilität. Ein Bericht der LGT Group sieht es bereits als ein „Planungsszenario für Investoren“.

Nur wo steht da Deutschland im Smart-City-Vergleich? In der öffentlichen Wahrnehmung entsteht der Eindruck, dass der Breitbandausbau nicht vorankommt und auch in Großstädten kein öffentliches WLAN vorhanden ist. Dass Deutschland international bei der Digitalisierung hinterherhinkt, ist kein Geheimnis. Nun wurde die Digitale Agenda 2014 von der neuen Bundesregierung 2018 wieder neu beschlossen: Der Ausbau der Digitalisierung soll stark vorangetrieben werden.

In Deutschland gibt es kein konkretes Smart-City-Muster, stattdessen vereinzelte Projekte in vielen Städten. „Berlin muss in Deutschland die Smart City werden“, so der Regierende Bürgermeister Michael Müller. 2015 hat der Berliner Senat als zukünftiges Leitbild eine Smart-City-Strategie beschlossen. Die Ziele sind definiert: „Ausbau der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Metropolregion Berlin-Brandenburg, die Steigerung der Ressourceneffizienz und Klimaneutralität Berlins bis zum Jahr 2050 sowie die Schaffung eines Pilotmarktes für innovative Anwendungen.“

In Berlin sind bereits wichtige Ideen vorhanden: Über 300 Forschungszentren und Unternehmen arbeiten hier an Smart-City-Ansätzen. Sie nennt sich selbst die Stadt der Elektromobilität, ein Vorreiter für innovative und nachhaltige Mobilität. Berlin gilt als die Schmiede für innovative Mobilitäts- und Verkehrssysteme, schreibt die FAZ. Die Stadt sei, nach eigener Aussage, das größte Praxislabor

für Elektromobilität in Deutschland. Außerdem können im Sinne der Transparenz seit 2011 Bürger in Berlins Open-Data-Portal Zugriff auf öffentliche Daten erhalten.

Weitere deutsche Städte mit Ambition als Smart City sind Hamburg, München und Frankfurt am Main. In Frankfurt zum Beispiel möchte man bis 2050 den Energieverbrauch um die Hälfte reduzieren und die Energieversorgung komplett auf erneuerbare Energien umstellen, wie das Handelsblatt berichtete. Eine Untersuchung von eco, dem Verband der Internetwirtschaft e. V., und der Unternehmensberatung Arthur D. Little aus dem Jahr 2017 kommt zu dem Schluss, dass der Smart-City-Markt einer der am schnellsten wachsenden Märkte sei.

„Damit deutsche Städte in den kommenden Jahren im internationalen Vergleich zu führenden Smart Cities aufsteigen, müssen sie heute enger zusammenarbeiten und einen ganzheitlichen Ansatz finden“, regt Harald A. Summa, Geschäftsführer eco, an. Summa weiter: „Das bedeutet, eine kohärente Strategie zu finden, die eine Vielzahl unterschiedlicher Smart-City-Angebote integriert – von Mobilität über Energiemanagement bis hin zu Sicherheitslösungen. Am besten gelingt das mit einer segmentübergreifenden Smart-City-Plattform als Bindeglied aller Dienstleistungen.“ ■

companisto.com/de/blog

von **Jana Biesterfeldt**

Was möchte der innogy Innovation Hub erreichen?

innogy Innovation Hub ist überzeugt, dass der Energiemarkt der Zukunft von vier globalen Kerntrends bestimmt wird: Dekarbonisierung, Dezentralisierung, Digitalisierung und Demokratisierung. **Carolina Soto**, Portfolio Manager aus dem Bereich „Machine Economy“ vom innogy Innovation Hub in Berlin hat sich mit uns zusammengesetzt und uns berichtet, was sich innogy von der Zusammenarbeit und Förderung von Startups verspricht und warum es in das Münchener Startup Rydies investiert hat.

Warum wurde der innogy Innovation Hub ins Leben gerufen?

Carolina Soto: Der innogy Innovation Hub wurde ins Leben gerufen, um das Potenzial des Energiesystems durch die Unterstützung disruptiver Technologien und die Skalierung neuer Geschäftsmodelle zu erschließen. Die Mission des innogy Innovation Hub ist es, diese Vision für die Zukunft der Energie voranzutreiben, indem er ein Branchen-Disruptor ist: durch die Identifizierung wegweisender Technologien, Ideen, Einzelpersonen und Unternehmen, die helfen werden, diese Zukunft aufzubauen, wo immer sie sind, durch die Bereitstellung von Finanzierungsmitteln, Mentoring und einer Plattform für gemeinsame Gestaltung, Zusammenarbeit und Konvergenz.



Bild: Carolina Soto, Portfolio Manager bei innogy Innovation Hub

Was verspricht ihr euch von der Zusammenarbeit mit Startups?

Carolina Soto: Der innogy Innovation Hub hat durch Investitionen in disruptive Einzelpersonen, Startups und Frühphasenunternehmen ein Portfolio von 150 Millionen Euro geschaffen und bietet über 80 Start- und Scale-Up-Unternehmen die Möglichkeit zur Zusammenarbeit. Die Zusammenarbeit mit Startups erfolgt in Form von Mentoring, finanzieller Unterstützung, Netzwerk-Engagement und Ökosystembau. Es ist eine gegenseitige Beziehung: Wenn sie wachsen, wachsen wir. Wir unterstützen die Startups und erwarten im Gegenzug, dass die Teams ihr Bestes geben.

Was für Startups sind für euch relevant und wie läuft die Auswahl ab?

Carolina Soto: Zu unseren Hauptfokusbereichen gehören: „Machine Economy“, „Smart & Connected“, „Disruptive Digital“ und „Cyber Ventures“. Wir beteiligen uns in der Seed- und Pre-Seed-Phase, wo die Startups ein hohes Skalierbarkeitspotenzial aufweisen und eine frühe Marktreife gezeigt haben. Jedes von uns betreute Startup hat eine strategische Eignung für einen unserer Schwerpunktbereiche und befindet sich vorzugsweise in unserer Nähe.

Wir nehmen den Auswahlprozess sehr ernst. Obwohl wir über 80 Unternehmen in unserem Portfolio haben, stellen wir sicher, dass ihre Technologie einen Beitrag zum zukünftigen Energiesystem leisten kann. Bei der Auswahl der Startups berücksichtigen wir vier Hauptkomponenten: die Kompetenz des Teams, die Skalierbarkeit des Produkts, das Marktpotenzial und die strategische Eignung. Unsere Teams, die über die ganze Welt verteilt sind, konzentrieren sich auf das Scouting in jedem Investmentbereich.

Was macht ein gutes Investment für Sie aus?

Carolina Soto: Als Investoren ist es uns klar, dass eine gute Investition eine Investition ist, die in der Lage ist, Renditen zu erzielen. Aber das gilt nur, wenn das Team, das dahintersteht, in der Lage ist, sein Versprechen zu halten und über ausreichende Fachkompetenz und Leidenschaft für das, was es tut, verfügt. Wenn die Gründer nicht dafür einstehen und ihr Bestes geben, um den Erfolg des Unternehmens zu gewährleisten, wer wird es sonst tun? Technologie und Markt sind für uns auch bei der Investitionsentscheidung relevant. Man muss die Investition ganzheitlich bewerten, und deshalb verfügen wir über Experten auf kaufmännischer, technologischer und finanzieller Ebene, die jedes Startup bewerten und den Due-Diligence-Prozess durchführen.

Wie sieht für Innogy die „Energiewelt von morgen“ aus? Was kann oder muss im modernen Energiesektor dafür getan werden?

Carolina Soto: Die Welt um uns herum verändert sich schneller denn je. Während wir durch die vierte industrielle Revolution an Geschwindigkeit gewinnen, wird uns die Energie, die das Leben antreibt, ermöglichen, anders zu leben und unsere Zukunft positiv zu gestalten. Die Zukunft der Energie wird ganz anders aussehen als heute, und die Energie als Branche wird grundlegend neu definiert. Wir glauben, dass die konvergierenden Systeme von Energie, intelligenten Gebäuden und Mensch-Maschine-Interaktion das zukünftige Energiesystem prägen und unsere Welt verändern werden. Die schnell zunehmende Verbreitung von vernetzten Geräten, IoT und Cloud Computing bedeutet für uns drei Dinge:

- Milliarden von intelligenten Geräten und deren Übergang zu autonomen Akteuren, die unabhängige Kaufentscheidungen treffen werden. In einer Welt, in der das Wissen und Verstehen seines Kunden entscheidend ist, müssen wir uns einer neuen großen Herausforderung stellen: Wissen und Lernen, wie man mit dieser neuen Art von Kunden kommuniziert.
- Gebäude, die durch zunehmend vernetzte Geräte, verbesserte Analyzesysteme und völlig neue Möglichkeiten der Integration digitaler Dienste zu intelligenten „Organismen“ werden. Dadurch werden Gebäude in Zukunft in der Lage sein, die Bedürfnisse der Menschen viel besser zu erfüllen.
- Je mehr Geräte und Dienste es gibt, desto mehr nehmen auch unsere Schwachstellen zu. Für Unternehmen bedeutet das ein immenses Risiko. Deshalb müssen wir uns gegen Cyber-Bedrohungen wappnen.



Bild oben: „Calgary bike“ - Priscilla Du Preez

Bild unten: „Commuting“ - Jorik Kleen

Wachsender Straßenverkehr macht den Städten zu schaffen. Werden Mikromobilitätskonzepte also immer wichtiger?

Carolina Soto: Da mehr als 60 Prozent der Weltbevölkerung bis 2025 voraussichtlich in Städten leben werden, wird die Urbanisierung als Trend unterschiedliche Auswirkungen und Einflüsse auf das zukünftige Privatleben, die Energie und die Mobilität haben. Wir glauben, dass die Zukunft der Mobilität in der Stadt elektrisch ist. Damit dies funktioniert, müssen die Angebote für die Anbieter gut vernetzt und wirtschaftlich sein. Deshalb verbinden wir im innogy Innovation Hub unsere Muttergesellschaft innogy, die elektrische Ladesäulen und andere Ladelösungen anbietet, mit innovativen Startups, die disruptive Technologien und Geschäftsmodelle anbieten können, um die Verkehrselektrifizierung voranzutreiben. Beispiele dafür sind **Rydies**, Share&Charge und Get-a-Way.

Der innogy Innovation Hub hat auch in das Münchener Startup Rydies investiert. Warum habt ihr euch dafür entschieden?

Carolina Soto: Wie bereits erwähnt, investiert der innogy Innovation Hub in Startups, die die Zukunft der Energie in den Bereichen Mobilität, IoT, Mensch-zu-Maschine und Cybersicherheit mitgestalten. Mit dem Aufkommen von Fahrraddienstleistungen (z.B. Bike-Sharing) und dem Ausbau der Fahrradinfrastruktur (z.B. sicheres Parken) in Städten unterstützt Rydies Gemeinden und Kunden mit Transparenz und einer einfachen Customer Journey, um das vorhandene Angebot zu nutzen. Unsere Investition in Rydies war daher ein wichtiger Baustein für uns, um neue, sinnvolle Mobilitätslösungen zu fördern.

Die zentrale Plattform zur Datenaggregation von Rydies wird alle Mikro-Mobilitätslösungen in der Stadt miteinander verbinden und ein weiteres Wachstum der digitalen Lösungen ermöglichen, die bereits überall auftauchen. Zum Beispiel werden die Menschen einen sicheren Parkplatz für ihr E-Bike finden und vorbuchen wollen, das nächstgelegene verfügbare Shared Bike zum Mieten finden oder ein verfügbares Schnellladegerät für ihr E-Bike oder Pedelec nutzen wollen. Diese Anwendungsfälle profitieren alle davon, dass sie eine einzige Quelle für aggregierte Mobilitätsdaten für die Stadt haben. Micro-Mobility-Betreiber werden in der Lage sein, den Umsatz zu steigern, indem sie die Verfügbarkeit über relevante Mobilitätsanwendungen hinweg optimieren und die betriebliche Effizienz durch die Verfolgung von Performance-Daten über ihre Ressourcen verbessern. ■



Mehr unter
innovationhub.innogy.com

C

Das gesamte
Interview können
Sie auf unserem
Blog nachlesen.

companisto.com/de/blog

**Pioniergeist entsteht in
herausragenden Teams und
durch besondere Persönlichkeiten.**

**Aus Kreativität,
Durchsetzungsfähigkeit und
Eigeninitiative entstehen
erfolgsversprechende
Geschäftsideen.**

**Die Fähigkeit, daraus Produkt- oder
Prozessinnovationen zu realisieren,
ermöglicht es, neue Märkte
zu erschließen. Das ist der
Grundstein für die erfolgreichen
Unternehmen von Morgen.**

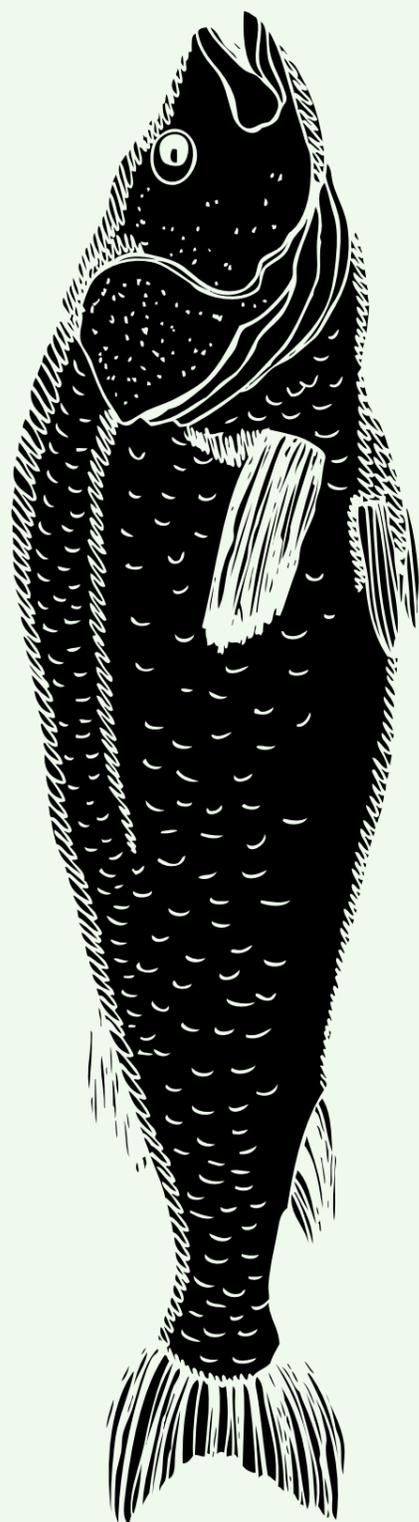
Companisto ist der Partner von Pionieren.

von André Jasch
und Jana Biesterfeldt

URBAN FARMING

LEBENSMITTEL AUS DER STADT FÜR DIE STADT

Urban Farming erobert die Städte. Landwirtschaft in der Stadt betreiben - nah, unkonventionell und bio-dynamisch. Eine nachhaltige Innovation, die das Potenzial hat, den Agrarsektor zu verändern. Innovative Ansätze aus der Startup-Welt sind reichlich vorhanden. Ist die Zukunft der Lebensmittelversorgung in der Stadt zu finden?



Wenn Anne-Kathrin Kuhlemann und Markus Haastert ihre Gäste durch ihr Gewächshaus führen, deutet zunächst nichts daraufhin, dass dies ein außergewöhnlicher Ort ist. Die Sonne fällt durch die verglasten Außenwände, es herrschen knapp dreißig Grad und die Luft ist schwül. Das Gewächshaus ist randvoll mit Gurken-, Paprika- und Tomaten-Sträuchern. Markus pflückt eine Tomate direkt vom Strauch und beißt genüsslich hinein.

Doch dass die Pflanzen ohne den Einsatz von Pestiziden hergestellt werden, ist noch nicht das Besondere an diesem Ort. Das Besondere kann der Besucher erahnen, wenn er sich den riesigen blauen Wasserbehältern nähert, die im hinteren Teil des Gewächshauses stehen. Dort werden Fische in großer Zahl gezüchtet und sie spielen für das Pflanzenwachstum eine Schlüsselrolle.

Denn das Gewächshaus arbeitet mit einer besonderen Form der Kreislaufwirtschaft, bei der Pflanzen und Fische eine Symbiose eingehen, Anne-Kathrin Kuhlemann und Markus Haastert haben die Technologie eigenständig entwickelt und über Jahre erprobt. Kuhlemann fing 2011 an, auf der Dachterrasse ihres Büros eine Kreislaufanlage mit Fisch und Gemüse aufzubauen.

Haastert ist der Kopf hinter der Technologie. Gemeinsam haben sie 2011 begonnen dieses System zu entwickeln. Fünf Jahre später gründeten sie dann die **BE Food AG**, unter deren Dach die erste kommerzielle „StadtFarm“ läuft. Unter dem Motto „**Smart Urban Farming direkt im Herzen Berlins**“ wird die StadtFarm im Berliner Stadtteil Lichtenberg betrieben.

Das smarte Gewächshaus produziert seit 2017 etwa 50 Tonnen Fisch und 30 Tonnen Gemüse auf 2.500 Quadratmetern. Das reicht aus, um 180 Menschen mit Gemüse und 3.400 Menschen mit Fisch zu versorgen. Die Lebensmittel werden vor Ort an die Kunden verkauft oder ausgeliefert. Im Sinne der ökologischen Nachhaltigkeit liefert die StadtFarm ihre Produkte nur mit dem Fahrrad aus. Die Kunden, darunter neben Privatpersonen auch Gastronomen, schätzen besonders die Frische und Regionalität der Produkte.

StadtFarm – Urban Farming im Herzen Berlins

Das Geheimnis des Erfolgs der StadtFarm liegt in der Technologie, die über fünf Jahre entwickelt wurde. Die **AquaTerraPonik®** ist eine einzigartige Kombination der Fisch- und Pflanzenzucht. Während im Gewächshaus Gemüse gezüchtet wird, wachsen in großen Wassertanks Fische heran. Das Wasser, in dem die Fische wachsen, dient den Pflanzen als Dünger. Der Clou an der StadtFarm ist ihr geschlossener Wasserkreislauf. Der Schlüssel des Ganzen ist der Afrikanische Raubwels.

Dieser Fisch geht ein symbiotisches Verhältnis mit den Pflanzen ein. Die Ausscheidungen der Fische werden durch Bakterien in Dünger umgewandelt, der für die Pflanzenzucht genutzt wird. Die Pflanzen wiederum setzen die Stoffe in Biomasse um und reinigen somit das Wasser, welches anschließend wieder in die Aquakultur gelangt. Kurz: Die Fische produzieren Dünger für die Pflanzen und die Pflanzen reinigen das Wasser wieder für die Fische.

Die StadtFarm imitiert in gewisser Hinsicht ein ganzes Ökosystem und kombiniert dieses mit moderner Technik. Mit Kameras ausgestattete Roboter sollen bei der Arbeit unterstützen und unter anderem Schädlingsbefall auf den Pflanzen erkennen. Auf künstliche Dünger, Pestizide und Antibiotika wird komplett verzichtet. Stattdessen sorgen Marienkäfer und Florfliegen für die Schädlingsbekämpfung.

Dadurch wird auf engstem Raum eine sehr hohe Effizienz erreicht. Neben den Tonnen an Gemüse und Fisch, die die StadtFarm jedes Jahr produziert, werden auf diesem Weg große Mengen Strom und Wasser eingespart. Außerdem ist die StadtFarm unabhängig von den Jahreszeiten, sodass ganzjährig produziert werden kann. Diese Technologie kann auf kleinem Raum viele Menschen gesund, klimaverträglich und ressourcenschonend ernähren.

Vom Urban Gardening zum Urban Farming

Die StadtFarm ist Symbol eines größeren Trends: Urban Farming. Mit Urban Gardening fing alles an. Selbstversorger und Land-Enthusiasten begannen damit, in der Stadt ungenutzte Freiflächen oder Dächer mit Obst und Gemüse zu bepflanzen. Später wurden, angepasst an die dichtbebaute Umgebung der Stadt, auch Gebäude vertikal bepflanzt. Nutzfläche ist in der Stadt stark begrenzt, deshalb muss jeder Zentimeter voll ausgenutzt werden.

AquaTerraPonik® ist eine einzigartige Kombination der Fisch- und Pflanzenzucht. Während im Gewächshaus Gemüse gezüchtet wird, wachsen in großen Wassertanks Fische heran.

Der Trend dehnte sich aus und erfasste das gesamte städtische Leben. Gemeinschafts- und Nachbarschaftsgärten in der Stadt boomen. Verstärkt wird dieser Trend durch zwei gesellschaftliche Entwicklungen. Zum einen steigt die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen, regional erzeugten Lebensmitteln. Allein 2017 lag der Umsatz von Bio-Lebensmitteln in Deutschland bei 10,04 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anstieg um knapp sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr – Tendenz weiter steigend. Zugleich kommen deutsche Bio-Bauern mit der Produktion nicht hinterher.

Zudem ziehen immer mehr Menschen in die Städte, was unsere auf Effizienz getrimmte, industrielle Landwirtschaft an die Grenzen bringt. Zumindest dann, wenn wir die Bereiche der Lebensmittelerzeugung und des -verbrauchs weiter trennen: Lebensmittel werden auf dem Land produziert und in der Stadt verbraucht. Das beinhaltet lange Lieferwege, große Anbauflächen und Ressourcenverschwendung.

Eine Lösung bietet das Konzept der urbanen Landwirtschaft, die aus dem Urban-Gardening-Trend hervorgegangen ist. Eine aktuelle Fraunhofer IAO-Studie über Urban Farming hält die nachhaltige Sicherung der städtischen Nahrungsmittel- und Ressourcenversorgung für eine der größten Herausforderungen moderner Städte. Ohne weitere Produktivitätssprünge in der konventionellen Landwirtschaft ist eine Versorgung der wachsenden Städte mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln nicht realisierbar. Verschiedene Akteure suchen nach innovativen Agrarsystemen.

Infarm – Natur trifft auf moderne Technik

In Berlin Kreuzberg sitzt ein weiterer Akteur, der nach Lösungen für die Landwirtschaft der Zukunft sucht. Wer den Arbeitsplatz von Guy Galonska betritt, der bekommt den Eindruck, im Tropenhaus eines botanischen Gartens zu stehen. Die Wände sind übersät mit Glaskästen, in denen Pflanzen aller Art wachsen: Basilikum, Spinat, Kopfsalat. Das satte Grün der Pflanzen vermischt sich mit einem violetten Schimmern, das von den LED-Lampen in den kleinen Gewächshäusern stammt.

Doch Guy Galonska ist kein Gärtner oder Biologe, sondern der Gründer des Urban-Farming-Startups Infarm. „Vor zweieinhalb Jahren hat alles in Israel angefangen. [...] Unser Traum war es, Essen in der Stadt zu züchten, eine Verbindung vom Land- mit dem Stadtleben“, erklärte der Infarm-Gründer Ende 2014 gegenüber Wired.

Das Startup begann im Jahr 2013 mit einem kleinen Rohrgarten in Galonskas Wohnzimmer. Die nötigen Materialien besorgten sich die Gründer aus dem Baumarkt und fertigten damit ihre erste Hydrokultur. Langsam, aber beständig, wuchs das Startup in den folgenden Jahren zu seiner heutigen Größe heran: 50 ausgewachsene Indoor-Farmen in ganz Berlin, über 200 Mitarbeiter, die genau wie die Pflanzen selbst aus allen Teilen der Welt stammen. Gemeinsam tüfteln sie in Berlin Kreuzberg an der Vertical-Farming-Technologie.



**„Wir wollen, dass in wenigen Jahren
Stadtfarmen in jedem größeren Ort
in Deutschland Kunden mit frischen,
nachhaltigen Lebensmitteln versorgen“
[Anne-Kathrin Kuhlemann]**

Regionale Lebensmittel zu wettbewerbsfähigen Preisen

Die einzelnen Einheiten werden in riesigen Glasschränken zu Indoor-Farmen zusammengeschlossen. Dort werden kontinuierlich alle wichtigen Daten der Pflanzenwelt gemessen: pH-Wert, Temperatur, Wasser, Licht und Nähr-

stoffe. Auf den Lebenszyklus einer Pflanze betrachtet, kommen auf diesem Weg etwa 50.000 Datenpunkte zusammen. Ein Großteil der Pflanzenzucht läuft schon jetzt automatisiert ab. Die einzelnen Farmen sind außerdem über eine Cloud mit der zentralen Plattform von Infarm verbunden, sodass das Startup die Einheiten aus der Ferne kontrollieren kann.

„Sensible Prozesse wie das Bewässern oder die Anpassung der Temperatur laufen automatisch. Die sogenannten Infarmer müssen lediglich die Pflanzen säen und später ernten. Und das Design des Systems erlaubt eine tägliche Ernte“, erklärt Gründerin Osnat Michaeli.

Besonders interessant sind die Indoor-Farmen für Betriebe, die ständig auf frische Produkte angewiesen sind und diese zu wettbewerbsfähigen Preisen anbieten möchten. Zu den Kunden von Infarm gehören neben zahlreichen Restaurants und Lagerhäusern mittlerweile auch Größen der Lebensmittel-Branche. Dazu gehören Edeka und Metro. Seit einigen Monaten befinden sich in immer mehr Edeka-Filialen Indoor-Farmen mit frischen Kräutern, wie die Berliner Zeitung berichtet. Der Lebensmittelhändler erhofft sich dadurch, die Lieferwege zu reduzieren und gleichzeitig die Qualität der Produkte für seine Kunden zu erhöhen.

Startups gestalten städtische Lebensmittelversorgung

Startups wie Infarm oder die BE Food AG wollen den Wandel zur modernen Stadt mit eigener Lebensmittelproduktion mitgestalten. Sie setzen auf Regionalität und Dezentralisierung. Um ihren Ideen zum Durchbruch zu verhelfen, brauchen sie Menschen, die an ihre Vision glauben. Und ihre Vision ist nichts geringeres als eine Revolution der modernen Landwirtschaft.

„Man kann es vielleicht mit den frühen Computern vergleichen. Als sie damit anfangen, sah niemand wirklich eine Zukunft dafür oder verstand ihr Potenzial, unser aller Leben zu verändern“, so Guy Galonska. „Damals sagten die Leute: Niemand braucht einen Computer.“

Mit Urban Farming ist es heute ganz ähnlich. Niemand glaubt, dass es Sinn macht, sein eigenes Essen zu züchten. Wir denken aber, dass es ganz sicher so kommen wird.“ Er ist überzeugt davon, dass die 2020er-Jahre eine Epoche der landwirtschaftlichen Revolution sein werden - die Dekade des Urban Farming.

Kürzlich gab Infarm eine zweite Finanzierungsrunde in Höhe von 20 Millionen Euro bekannt. Angeführt wurde die Series-A-Runde vom Londoner VC Balderton Capital. Mit dem frischen Kapital will das Vertical-Farming-Startup in weiteren deutschen Städten starten sowie ins europäische Ausland expandieren. Für Urban-Farming-Startups sind das gute Nachrichten.

Das Potenzial von Technologien wie Vertical Farming oder AquaTerraPonik® ist groß, da sind sich Gründer und Investoren einig. Auch Anne-Kathrin Kuhlemann und Markus Haastert haben Großes vor. „Wir wollen, dass in wenigen Jahren Stadtfarmen in jedem größeren Ort in Deutschland Kunden mit frischen, nachhaltigen Lebensmitteln versorgen“.

Die BE Food AG will die Idee bundesweit etablieren und sucht dafür das notwendige Kapital. Das Ziel des Unternehmens ist es, viele Stadtfarmen in Deutschland aufzubauen. Eine Expansion wird nur mit ausgewählten Standorten und Partnern vorangetrieben, die Technologie als Basis ihres Geschäftsmodells soll dagegen nicht verkauft werden. Um ihr Konzept zu skalieren, streben sie ein Joint-Venture-System an, eine Kooperationsform mit professionellen Partnern. So kann eine starke Marke im Sinne des Smart-Urban-Farming entstehen. ■

companisto.com/de/blog

Zum Unternehmensprofil

companisto.com/be-food

Companisto stellt sich vor

DIE COMMUNICATIONS UNIT



Bild: André Jasch, Jana Biesterfeldt, Roland Panter

Sie kennen uns aus E-Mails, Telefonaten oder dem einen oder anderen persönlichen Gespräch. Doch wer sind die Menschen hinter Companisto eigentlich und wie arbeiten wir? In „Companisto stellt sich vor“ geben wir Ihnen einen Blick darauf. **Heute: Roland Panter, André Jasch und Jana Biesterfeldt, die Companisto Communications Unit.**

GESCHÄFTSFÜHRUNG INVESTMENT COMMUNICATION CUSTOMER SERVICE DESIGN MARKETING DEVELOPMENT

Wofür seid ihr bei Companisto verantwortlich?

Roland: Seit März dieses Jahres bin ich bei Companisto als Head of Communications für die interne und externe Unternehmenskommunikation verantwortlich. In mein Ressort fallen die Themen Pressearbeit, Öffentlichkeitsarbeit und redaktionelle Veröffentlichungen. Zusammen mit Jana und André bilden wir das Communications-Team.

André: Jana und ich sind als Wirtschaftsredakteure bei Companisto für Inhalte aller Art zuständig. Ob Beiträge für den Blog oder die Investorenakademie, Pressemitteilungen und die Unternehmenskommunikation, unsere Aufgaben sind vielfältig.

Hattet ihr vorher schon mal Berührungspunkte mit den Themen Gründung und Finanzierung?

Roland: Im Jahr 2000 habe ich die erste Plattform für Startups in Deutschland realisiert, auf der Gründerinnen und Gründer sich alle relevanten Informationen rund um das Thema Gründung holen konnten. Seitdem habe ich sehr viel im Bereich Wirtschaftsförderung gearbeitet und war aktiv in die Prozesse rund ums Investment von Startups eingebunden. Ein kleines Highlight liegt schon fast 20 Jahre zurück, da habe ich am Börsengang zweier Unternehmen an den Neuen Markt mitgewirkt.

André: Ich habe vorher schon in diversen Startups gearbeitet. Außerdem war ich bereits Teil eines Gründungsteams. In meinem Beruf als Wirtschaftsredakteur hatte ich auch viel mit dem Thema Finanzierung zu tun.

Beschreibt einmal eure tägliche Arbeit. Worauf kommt es für euch bei einer erfolgreichen Kommunikation an?

Roland: Die tägliche Herausforderung ist es relevante Themen zu identifizieren, diese verständlich und zielgruppengerecht in spannende Inhalte zu formulieren und dann zu verbreiten. Das bedeutet die Ansprache von Presse und Multiplikatoren. Daneben sind für mich viele strategische

J

JANA BIESTERFELDT

Jahrgang: 1990

Master of Arts in Public History
(FU Berlin)

Bachelor of Arts in Geschichte und Geschlechterforschung
(Universität Göttingen)

Erfahrungen: Öffentlichkeitsarbeit, Bundesministerium der Finanzen, Online-Redaktion einer politischen Stiftung

Fragestellungen von Bedeutung. Wo wollen wir hin, welche Schritte muss ich dafür unternehmen? Das macht mir viel Spaß.

André: Es ist eine kreative und abwechslungsreiche Arbeit. Dabei spannende Geschichten zu erzählen und die Chance, am Menschen, an der Zielgruppe selbst zu arbeiten, ist das verbindende Glied. Einen Überblick über aktuelle und neue Trends zu haben, schadet auch nicht.

Was verbindet ihr mit Startup-Finanzierung, was macht für euch den Reiz dieser Finanzierungsart aus?

Roland: Startup-Finanzierung ist die wohl greifbarste Möglichkeit die Welt von Morgen aktiv mitzugestalten. Als ich 1995 mit dem Internet anfang, da gab es Google, Amazon und Facebook noch nicht. Als Kunde und Nutzer durfte ich mit vielen anderen diese unglaublichen Erfolge begleiten. Es ist einfach faszinierend und jedes Mal sehr erfüllend, wenn ein Unternehmen seinen Weg findet.

Jana: Als Investor kann man hier das Startup von Anfang an begleiten und am Ende sehen, wie es sich macht. Man ist ein wichtiger Bestandteil, mittendrin und kann sich als Katalysator für deren Entwicklung betrachten.

Roland, du bist ja schon ein alter Hase im Kommunikations-Business. Wie unterscheidet sich die Arbeit bei Companisto von den vorherigen?

Roland: Das Team bei Companisto ist sehr motiviert und arbeitet interdisziplinär. Alle sind von Startups und Fortschritt begeistert, das ist eher untypisch für Deutschland. Wir sind nah dran am Thema Finanzierung, damit ermöglichen wir aus einer sehr aktiven Position heraus die Entwicklung von Unternehmen. Hier stand ich bislang eher auf der anderen Seite und erlebte die Abhängigkeit von Investoren. Companisto bietet Investoren und Startups in diesem Umfeld etwas Einzigartiges.

Jana, du hast bereits beim Bundesministerium der Finanzen und bei einer politischen Stiftung gearbeitet. Was hast du von dort mitgenommen?

Jana: Ich habe gelernt, wie man vielfältige Themen auf unterschiedlichen Kommunikationskanälen bespielen kann. Abgesehen von den vielen gesammelten Erfahrungen habe ich auch die Bekanntschaft mit Menschen machen können, die unglaublich für ihren Bereich brennen. Das hat mich begeistert und geprägt.

R

ROLAND PANTER

Jahrgang: 1973

Mediengestalter

Erfahrungen: Erste Unternehmensgründung als Solopreneur in 2000

Co-Gründer der Agentur F9 in Hannover, 2012–2015

Kommunikationsvorstand des Bundesverbandes Community Management (BVCM), 2015-2017

Autor verschiedener Fachbücher zu Digitaler Kommunikation und New Work

A

ANDRÉ JASCH

Jahrgang: 1985

Bachelor of Arts in International Business (Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW), Berlin)

Bachelor of Science in Cognitive Science (Universität Osnabrück)

Erfahrungen: Wirtschaftsredakteur in verschiedenen Online-Redaktionen

Was muss eine Geschäftsidee für euch mitbringen, damit sie eure Aufmerksamkeit erhält?

Roland: Die Suche nach einer einfachen Antwort, wo es nur komplizierte gibt. Also überzeugen. Da ist ganz viel Bauchgefühl im Spiel, da jegliche Vorhersage ja maximal eine Abschätzung ist. Auf manche Geschäftsideen hat der Markt einfach gewartet.

Jana: Perfekt wäre es, wenn die Idee einen Mehrwert für die Gesellschaft erzeugt. Es ist toll, wenn ein Startup mit einer Idee kommt bei der man denkt: Ja super, genau das braucht es noch! Und warum ist mir das nicht eingefallen?

In was für eine Idee würdet ihr selbst gerne mal investieren?

Roland: Persönlich bin ich ökologischen Innovationen sehr nah, die dabei helfen unser Klima nachhaltig zu schützen. Toll, wenn sich das mit wirtschaftlichen Erfolgen verbinden lässt. Mich beeindrucken aber auch Unternehmen wie Nepos. Die lösen in enger Abstimmung mit Ihrer Zielgruppe ein echtes Problem. Hier würde ich mir von Investoren mehr Mut wünschen – der Markt wird den GAFAs oft zu kampflos überlassen.

André: Der Bereich E-Learning, also Bildung, ist für mich spannend. Aber der Investment-Case muss einen qualitativ hohen Anspruch haben und deutlich machen, womit das Geld verdient wird. Die US-Unternehmen Audacity und Coursera sind für mich gute Beispiele. Da würde ich investieren.

Jana: Ich würde in Branchen wie Healthcare oder Umweltschutz investieren. In Ideen, welche das zukünftige Leben erleichtern und besser machen können. Ich bewundere jeden der ein Startup gründet.

Zum Schluss: ein Tipp für Gründer und einer für Investoren.

Roland: An die Gründer: Folge deiner Vision, lass Dich gut beraten und sei zielstrebig! Und an die Investoren: Diversifizieren Sie Ihr Portfolio!

Jana: Glaube an dich und deine Idee! Durch Leidenschaft kannst du am besten andere von deiner Idee überzeugen.

André: Dann gebe ich einen Tipp an die Investoren. Achten Sie auf die Erfahrung und Kompetenz des Teams, denn es ist die verlässlichste Größe. ■

News

Für mehr Austausch: Das Experten-Profil

Der Companisto „Experten-Bereich“ ermöglicht es unserer Gemeinschaft von Pionieren sich besser kennenzulernen und auszutauschen.

Zugleich bietet er die Chance für unsere Startups und Wachstumsunternehmen auf die vielseitige Expertise der Companisten zugreifen zu können.

Sollten Sie noch kein Experten-Profil haben, sind Sie herzlich dazu eingeladen, sich für den „Experten-Bereich“ anzumelden. Einzusehen ist der „Experten-Bereich“ in allen Startup-Profilen unter dem Reiter „Companisten“.



Bild: Morre Christophe, Unsplash

Prämienpunkte bei jedem Investment: Eurowings Boomerang Club

Von nun an ist es für Companisto-Investoren, die auch Mitglieder des Vielfliegerprogramms von Eurowings (Boomerang Club) sind, möglich bei jedem Investment Prämienpunkte zu sammeln.

Bis zu einem Investitionsvolumen **von 900 Euro** erhalten Investoren 2 Prämienmeilen pro investiertem Euro. **Ab 901 Euro** sind es 3 Prämienmeilen pro investiertem Euro. Um bei einer Investition Meilen zu sammeln, muss die individuelle Boomerang-Club-Mitgliedsnummer während des Investitionsprozesses eingetragen werden.

Der Erwerb dieser Vermögensanlagen ist mit erheblichen Risiken verbunden und kann zum vollständigen Verlust des eingesetzten Vermögens führen. Companisto kann nicht garantieren, dass das Investment in ein Startup bis zum vorgesehenen Datum des Kampagnenendes möglich ist. Wird ein maximaler Investitionswert für eine Finanzierungskampagne erreicht, endet die Kampagne vorzeitig. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

IMPRESSUM

Herausgeber

Companisto GmbH
Köpenicker Str. 154
10997 Berlin
Deutschland

V.i.S.d.P.

Lorenz Klein

Chefredaktion

André Jasch

Redaktion

Jana Biesterfeldt
Cihan Karaboga

Design

Manuela Simón Padrós

Kontakt

Tel: +49 (0)30 20 848 49 40
Fax: +49 (0)30 20 848 49 41
E-Mail: info@companisto.com

Verantwortlicher für eigene Inhalte von Companisto.com, dem Angebot der Companisto GmbH gem. § 55 RStV: Tamo Zwinge, LL.M.

Alle Angaben im Magazin beziehen sich auf den Stand 14. November 2018. Bei Fragen zum Magazin und den Inhalten können Sie sich gerne an unsere Redaktion wenden: redaktion@companisto.com

BEGEISTERUNG TEILEN UND PROFITIEREN

COMPANISTO EMPFEHLEN





Gemeinsam in Innovationen investieren