

Abstract

Titel:

Inhalt und Darstellung des Businessmodells im Rahmen einer Frühphasenfinanzierung – Ein Vergleich zwischen Theorie und Praxis

Kurzzusammenfassung:

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wurden wissenschaftliche Erkenntnisse zum Inhalt und zur Darstellung des Businessmodells mit den entsprechenden Anforderungen in der Praxis verglichen. Es wurde untersucht, welche Anforderungen im Rahmen eines Pitches an das Businessmodell gestellt werden und welchen Einfluss dieses auf das Interesse eines Investors hat. Aus der Ergebnisanalyse geht hervor, dass in diesem Kontext primär die Elemente *Wertangebot*, *Partner*, *Kunden* und *Ertragsmechanik* vorausgesetzt werden und deren Visualisierung in Form einer *netzwerkartigen Darstellung* bevorzugt wird. Dabei sind insbesondere die *Beziehungen zwischen den relevanten Unternehmenspartnern* sowie die entsprechenden *Geldflüsse* von Interesse.

Verfasser/in: Flavio Dudli

Herausgeber/in: Dr. oec. HSG Pius Küng

Veröffentlichung (Jahr): 01.07.2016

Zitation: Flavio Dudli, 2016, Inhalt und Darstellung des Businessmodells im Rahmen einer Frühphasenfinanzierung – Ein Vergleich zwischen Theorie und Praxis. FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit MSc in Business Administration

Schlagworte: Businessmodell, Gründungsvorhaben, Geschäftsidee, Start-up, Jungunternehmen, Aufbau- und Wachstumsphase, Early-Stage, Pitch, Präsentation, Investor, Business Angel, Venture Capitalist, Finanzierung

Ausgangslage

Im Zusammenhang mit der Frühphasenfinanzierung können Businessmodelle einen beträchtlichen Einfluss auf die Investitionsentscheidung von potentiellen Investoren nehmen und spielen beim ersten Kontakt zwischen Gründungsteam und Investor eine wichtige Rolle (Wallnöfer & Hacklin, 2013, S. 759-761). Die aus Sicht eines Investors im Rahmen eines Pitches an das Businessmodell gestellten Anforderungen wurden wissenschaftlich bisher kaum erforscht.

Ziel

Das Ziel dieser Arbeit besteht in der Erfassung jener essentiellen Elemente und Darstellungsformen des Businessmodells, die für potentielle Investoren zur Beurteilung einer Geschäftsidee im Vordergrund stehen. Es wird untersucht, welche Anforderungen im Rahmen eines Pitches an den Inhalt und die Darstellung des Businessmodells gestellt werden. Aus den Erkenntnissen sollen Hilfestellungen abgeleitet werden, wie Gründungspersonen und Start-ups ihr Businessmodell für potentielle Investoren bestmöglich illustrieren und kommunizieren können.

Vorgehen

In einem ersten Schritt erfolgt eine Reflexion der bedeutendsten wissenschaftlichen Publikationen zur Thematik des Businessmodells. Der Fokus liegt dabei auf der Ausarbeitung einer integrierten Begriffsdefinition, der zentralen Elemente und Teilmodelle des Businessmodells sowie der Vorstellung ausgewählter Darstellungsvarianten. Die Sicht der Praxis wird in einem zweiten Schritt durch acht persönliche Experteninterviews erfasst. Abschliessend werden die Gesprächsprotokolle in Form einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet und aufgrund der Erkenntnisse Empfehlungen für Personen mit Gründungsvorhaben und für Start-ups formuliert.

Erkenntnisse

Seitens der Investoren werden insbesondere an den Inhalt und die Darstellung des Businessmodells sehr unterschiedliche Anforderungen gestellt. Mehrheitlich werden in einem Businessmodell die Elemente *Wertangebot*, *Partner*, *Kunden* und *Ertragsmechanik* erwartet. Grundsätzlich werden netzwerkartige Darstellungen der Beziehungen zwischen dem Unternehmen und den an der Wertschöpfung beteiligten Akteuren sowie allenfalls der Kunden(kanäle) der Visualisierung eines detaillierten Wertschöpfungsprozesses vorgezogen. Im Rahmen derartiger Darstellungen können zudem die relevanten Geldflüsse in Form von Erträgen und Kosten aufgezeigt werden. Aus Sicht der Experten sollte das Businessmodell die Frage „Wer zahlt wem wie viel wofür?“ in Form einer nicht mit Text überladenen Darstellung in möglichst reduzierter und einfacher Art und Weise beantworten. Der Fokus der Investoren liegt vielmehr auf einer überzeugenden Story Line, in welcher das Businessmodell sinnvoll eingebettet wird und im Hintergrund als unterstützendes und veranschaulichendes Kommunikationsmittel fungiert.