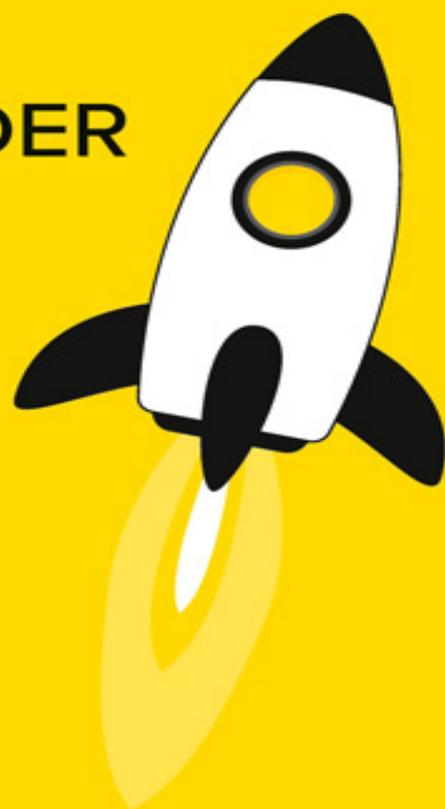


# STARTUP

**UNTERNEHMER ABC**

## DAS GRÜNDER LEXIKON

Deutsch – Startup  
Startup – Deutsch



Mit  
Praxisbeispielen

42

# Inhaltsverzeichnis

Über den Autor:

Vorwort:

A / B Test (auch Split-Test genannt)

ABC-Analyse

Arbitrage Modell

Accelerator

Added Value

Additiv

Adtech

Advertiser

Affiliate

Agilität

Agio

Algorithmus

Amortisation

API

APV Verfahren

ASIN

Asset Deal

Ausgründung

Avatar

B2B

B2C

B2C2B

Backend

Benchmarking

Best Practice

Big Data

Bilateral

Bitcoin

Blockchain

Board

Bootstrapping

Bot

Bounce Rate

Brand Management

Break Even Point

Bridge Finanzierung

Briefing

Bundesanzeiger

Burn Rate

Business Angel

Businessplan

Buy and Build

Carry

Capex

Cap Table

Cashflow

Corporate Design

CEO

CFO

Change-Management

Cheffing

Churn

CIO / CTO

Closing

Cluster

CLV

CMS

Co-Founder

Commitment

Competitiv

Compliance

Community

Content

Conversion

COO

Cookie

Copycat

Core Update

CPA / CPO / CPL / TKP

CPC

Cram Down

Crawlen

CRM

Cross-Selling

Crowdworking

CTA

CTR

Daily active User

DAM

Dashboard

Deal Flow

Deep Work

Delisting

Design Thinking

Digitaler Darwinismus

Digitaler Nomade

Direct to Consumer

Display Ad

Disruption

Domain

Down Round

Drag Along

Dropshipping

Due Diligence

Duplicate Content

Early Adaptors

Early Stage

Earned Media

EBIT / EBITDA

Eigenkapital

Elevator Pitch

Emerging Growth

Employee Value Proposition

Engpass

Entanonymisierung

ESOP

Equity Story

Exit

Exponentielles Wachstum

Factoring

Family Office

Feel Good Manager

Femtech

Fintech

First Mover

First Order Profitabilität

Flipping

Fragmentiert

Franchise

Freelancer

Freemium

Forecast

FTE

Fuck Up Night

Funnel

Gamification

Get Together

GMV

Going Public

H1

Hackathon

Healthtech

Hidden Champion

Hiren

ICO

Inkubator

Insuretech

IOT

IPO

Jobhopper

Jour Fix

Kaufkraft

Keynote

Kickstarter

KPI

Kundenzugang

Kuration

Launch

Leadgen

Leadinvestor

Lean Start-up

Legaltech

Letter of intent

Lineares Fernsehen

Liquidationspräferenz

Long Tail

Lookalike Audience

Make or buy

Management buy out

Media Equity

Metasuchen

Mezzanine Finanzierung

MOM (Month over Month Growth)

Monetarisieren

MRR & ARR

Multiple

MVP

NDA

Negativ SEO

Net Promotor Score

Netzwerkeffekt

OKR

OPEX

Opportunität

Organische Suche

Out of Home

Owned Media

Owner cost

Pagespeed

Paywall

Pareto (das dreifache Pareto-Gesetz)

PESTEL

PIM

Pitch

Pitch Deck

Pivot

Point of Sale (POS)

Pre-Money

Preisbot

Proptech

Psychografisch

Pull und Push Marketing

Retargeting

Right of first refusal (ROFR)

ROAS / ROI

Roadmap

ROPO

Run Rate

Run Way Rate

SAAS

Sales and Lease Back

SEA

Secondary

SEO

Sidepreneur

Social Proof

Solopreneur

Spin-offs

Sweat Equity

SWOT

Term Sheet

Testimonials

Track Record

Unicorn

Usability

USP

Vakant

Vendor

Vesting Klausel

Wandeldarlehen

Wegezoll

White Label

WKZ

Danke

## **Über den Autor:**

Tom Illauer ist 31 Jahre alt, als er sein drittes Buch schreibt. Sein erstes Buch konzentrierte sich auf die größten Engpässe von Unternehmen, das zweite Buch „Deep Work vs. New Work“ um die Optimierung von erfolgreichen Unternehmen und Produktivität, dieses Projekt hilft Unternehmern dabei, die Sprache von Start-ups, Gründern, Investoren und der Generation Entrepreneur zu verstehen. Nicht nur, dass die Begriffe genauestens erklärt werden, es werden auch Praxisbeispiele publiziert sowie direkte Handlungsempfehlungen für Unternehmen adressiert.

Herr Illauer ist gelernter Bankkaufmann, Autor, Podcaster, absolvierte sieben Jahre lang nebenberuflich zu seiner Vollzeittätigkeit als Manager, samstags die Studien Bankfachwirt, Bankbetriebswirt und Diplom Betriebswirt.

Hauptberuflich und als Passion leitete er mit nur 23 Jahren das Marketing und den Vertrieb eines Industriesoftwareunternehmens, mit 26 Jahren das Marketing eines ex-börsennotierten Unternehmens in der Gesundheitsbranche mit 500 Millionen Jahres-Außenumsatz und aktuell mit 31 Jahren das Marketing eines deutschlandweiten Konzerns mit acht Unternehmen, 80 Filialen, 2.000 Mitarbeitern und 250 Millionen Jahres Außenumsatz. Nebenberuflich unterstützt er Investoren als Due Diligence Marketing Gutachter und ist an unterschiedlichen Leadgen Plattformen beteiligt.

Privat liebt er es, Zeit mit seinem Hund zu verbringen, bis zu neunmal pro Woche Sport zu treiben (Rad, Kraft- und Kampfsport) und mit smarten Leuten coole Projekte

aufzubauen. Weitere Informationen finden sich unter [www.tom-illauer.de](http://www.tom-illauer.de)

## **Vorwort:**

Liebe Unternehmer,

dass Sie sich dieses Buch gekauft haben, sagt mehr über Sie aus, als Sie denken. Es zeigt mir, dass Sie den Faktor Zeit als Währung anerkennen, denn es dauert Jahre bis man eine neue Sprache nicht nur verstehen kann, sondern sie auch korrekt anwendet. Neue Sprache denken Sie jetzt? Ja, denn „Start-up“ ist eine neue Sprache, kein Dialekt, keine verbale Stenografie und kein Neologismus.

Wer mit Gründern und Investoren spricht, der lernt schnell, dass es eine Vielzahl an Begriffen gibt, die im Duden nicht vorkommen. Begriffe aus dem Englischen mit neuen Interpretationen und mit essenziellen Bedeutungen für operative Geschäftsmodelle. Wer verstehen möchte, wie Gründer denken, wie sie disruptive Wertschöpfungsketten etablierter Börsenunternehmen angreifen und warum Online Marktplätze anfangen, lokale physische Filialen eröffnen, respektive warum Hersteller den direkten Kundenzugang beanspruchen, der muss sich zuerst mit der Sprache vertraut machen.

Als ich als Keynotespeaker von einem internationalen Möbelhersteller gebucht wurde, erfuhr ich einen AHA-Effekt. In meinem Vortrag ging es um Leadgen-Abitrage-Modelle, um AB-Test Agilität, um Kundenavatare, um digitalen Darwinismus, um Metasuchen mit Kohorten-Algorithmen und um Plattformkuration.

Nach meiner Keynote kam ein Vorstandsmitglied zu mir und empfahl mir, bei zukünftigen Vorträgen die deutsche

Sprache anzuwenden. Es sei ihm schmerzlich, dem Vortrag zu folgen. Ich verstand, dass nicht nur die digitale Transformation an sich, neue eCommerce Modelle und neue Technologien für Unternehmen eine Herausforderung darstellen, sondern schon dem Engpass der verbalen Kommunikation über solche Inhalte folgen zu können. Es existieren dafür keine deutschen Erklärungen, genau das ist der Engpass. Dem Vorstand attestiere ich eine hohe unternehmerische Intelligenz, denn er versuchte sich mit Coaches und Podcasts weiterzubilden. Gleichwohl hatte mir dieses Ereignis gezeigt, dass es eine Vielzahl an Managern, Unternehmern und Entscheidern gibt, die versuchen, sich innovative Technologien und Geschäftsmodelle anzueignen, diese auf ihr Unternehmen zu adaptieren, sich jedoch damit primär nicht auseinanderzusetzen können, weil sie zuerst jeden Begriff zeitaufwendig verstehen und recherchieren müssen.

Das Gründer-Lexikon oder auch das Unternehmer ABC genannt, unterstützt Unternehmer dabei auf Eigenhöhe zu kommunizieren, schneller Inhalte zu verstehen, sich auf die wesentlichen Dinge zu konzentrieren und somit langfristig erfolgreicher zu sein. Die Gründer-Bubble ist komplex und ich habe es mir zur Aufgabe gemacht, Ihnen als Leser die Bedeutungen hinter diesen Begriffen verständlich zu machen und diese mit Praxisbeispielen für Ihr Unternehmen additiv zu ergänzen.

Viel Spaß beim Lesen!

## **A / B Test (auch Split-Test genannt)**

### *Online Performance Marketing*

Primär werden A / B Tests im Webdesign genutzt, um bestimmte Nutzerreaktionen zu identifizieren. Zwecks Conversionoptimierung auf einer Landingpage (Verkaufsw Webseite) werden beispielsweise unterschiedliche Texte in den Kaufbuttons verwendet. So werden signifikanten Abweichungen gemessen und die Seite sukzessive modifiziert respektive verbessert. Oft werden Farben, Überschriften, Handlungsaufforderungen, Mehrwerte und Bilder verglichen. Ist meine Zielgruppe eher der blaue Farben Typ (rational, mathematisch) oder eher der rote Farben Typ (Kaufgrund Reputation). So können detaillierte Modifizierungen schnell den Umsatz erhöhen. Kaufen dadurch 7 % der User auf der Webseite anstatt 5 % bei einem durchschnittlichen Warenkorbwert von 300 Euro und 10.000 Besuchern pro Monat, so steigt der Umsatz um 720.000 Euro pro Jahr.

Nützliche Tools:

Google Analytics, Piwik, Crazy Egg, Clicky, Mouseflow, Usabilla, UserTesting, Zopim

## **ABC-Analyse**

### *Geschäftsmodellanalyse*

Die ABC-Analyse hilft bei der Prioritätensetzung. Kunden, Produkte, Lieferanten oder andere Analyseobjekte werden nach ihrer Bedeutung für das Unternehmen sortiert und klassifiziert. Dazu werden die Objekte anhand einer ausgewählten Kenngröße in drei Klassen oder Kategorien unterteilt: sehr wichtig, wichtig, weniger wichtig. Die Analyse hilft kausal dabei, erforderliche Ressourcen zielorientiert zu verteilen. Ergänzen Sie die Ergebnisse mit dem dreifachen Pareto-Gesetz für noch mehr Transparenz Ihrer Zahlen.

Nützliches Tool:

Excel

## **Arbitrage Modell**

### *Geschäftsmodell*

Beschreibt eine Ausnutzung eines temporär ineffizienten Marktes. Ziel ist der Arbitrage-Gewinn. Häufig zu finden bei Marktpreisdifferenzen, zum Beispiel durch Know-how, Kundenzugang oder Standorten respektive im Internet durch Webseiten. Aus Marktkenntnis, Algorithmen und dezidierten Online Marketing Skills entstehen also beispielsweise günstige Klicks, die anschließend verkauft werden und somit die Transaktionskosten überschreiten.

Beispiele:

[Booking.com](https://www.booking.com), [ideal.de](https://www.ideal.de) und [travago.de](https://www.travago.de) kaufen Klicks durch gute exekutive Online Marketing Skills ein, der Algorithmus und die Meta-Suche führen zu hohen Conversion Rates und die Kunden werden an die Anbieter teurer weiterverkauft, als sie eingekauft wurden. *Siehe auch Leadgen*. Weiteres Beispiel AirBnB. User mieten sich für 500 Euro dauerhaft eine Wohnung und versucht, diese teurer an kurzfristige Mietverhältnisse weiter zu vermieten.

## **Accelerator**

### *Gründungsphase*

Unterschieden wird in Accelerator und Incubator. Beide Programme unterstützen Gründer in der Entwicklungsphase mit Wissen, Netzwerk, IT und allen notwendigen Ressourcen. Der Accelerator hat das vorrangige Ziel, das Start-up schnell wachsen zu lassen. Die Idee kommt meistens von externen Gründerteams. Beim Incubator dagegen kommen die Ideen meist von innen. Hier ist das Ziel, neue und kreative Ideen zu finden. Auf ein Accelerator Programm muss sich meistens beworben werden, um aufgenommen zu werden. Wird man angenommen, arbeitet man gemeinsam mit dem Anbieter daran, ein Konzept innerhalb von nur wenigen Monaten zu einem marktfähigen Produkt auszuarbeiten. Oft unterstützen große KMUs Start-ups mit ihren eigenen Accelerator Programmen.

## **Added Value**

### *Produkt*

Unter Added Value versteht man den zusätzlichen Nutzen eines Produktes oder einer Dienstleistung für den Kunden. Durch einen Added Value besteht die Möglichkeit für ein Unternehmen, sich vom Angebot der Wettbewerber zu differenzieren und somit Marktanteile zu gewinnen. Es muss darauf geachtet werden, den Added Value nicht mit einem Feature zu verwechseln. Im Vordergrund steht beispielsweise immer das Produkt oder die Dienstleistung. Wenn es keine großen Differenzen zu Marktbegleiterangeboten gibt, beispielsweise in der Versicherungs- oder Bankenbranche, dann kann ein Added Value dafür sorgen, dass das Kundenverhalten sich ändert und man sich für deine Dienstleistung entscheidet, zum Beispiel, weil du eine Ratenpause einbaust oder generell Zusatz Serviceleistungen, Zusatzfunktionen oder der Imagewert. Ein Feature könnte also auch ein Added Value sein, wichtig ist nur, dass ein neues Produkt niemals aus nur einem einzelnen Feature besteht.

### Beispiele:

Autoversicherer bieten Pannenhilfe an oder ein Online Reisebüro bietet die Möglichkeit an, Reisen miteinander zu vergleichen, kostenfrei zu stornieren,

Gepäckversicherungen inklusive mit anzubieten oder sich telefonisch 24 Stunden beraten zu lassen.

## **Additiv**

*Fremdwort*

Hinzufügen, ergänzend

## **Adtech**

### *Branche*

Advertising Technology. Darunter fallen alle Geschäftsmodelle, also Produkte und Dienstleistungen, die sich mit der Technik von digitalem Marketing sowohl den Ad Servern (Anbietern) als auch Experten für Programmatic (Automatisierung) auseinandersetzen. Dazu zählen Monitoring Systeme (Echtzeit Daten Visualisierung) und Analytics (Analyse).

### Beispiel:

Zalando hat mehrere hundert Online Marketer entlassen, da deren Adtech Software die Arbeit automatisiert ersetzen konnte. Im Zeitalter von Cookie-Einverständnis-Erklärungen kauft Facebook einen Anbieter (Giphy) von Emojis für 400 Millionen Dollar, weil die GIFs nicht auf den Plattformen oder in den Chats hochgeladen werden, sondern von Servern ergänzt werden. Somit kann man durch Emojis die User tracken und somit im Internet messen.