

# CORPORATE VENTURING **RETHINKING BUSINESS**

Durch Gründung oder Kauf von Startups die Innovation im eigenen Unternehmen fördern, neue Chancen außerhalb des Kerngeschäfts wahrnehmen und alternative Businessmodelle vorantreiben möchten.



**FYNN**

**AUTOREN**

Manuel Saxl, FYNN Business Developer

Marlene Klotz, FYNN Business Developerin

Helmut Franceschini, CEO FYNN

CORPORATES HAVE THE FINANCIAL  
CAPITAL, GLOBAL REACH AND SUPPORT  
STRUCTURES **TO SCALE DISRUPTION**  
**QUICKLY.**

Elizabeth Gore, co-founder and president of Alice

# HEUTE AN MORGEN DENKEN. UND NEUE WEGE GEHEN.

Unternehmen müssen auf Veränderungen vorbereitet sein, wenn sie aktuell dynamischen Umfeld erfolgreich bleiben möchten. Die notwendige Agilität verspricht Corporate Venturing – wo Unternehmen eigene Start Ups gründen oder sich an solchen beteiligen, um schneller am Markt agieren zu können.

Schon heute an morgen denken, den Anschluss an die Konkurrenz nicht verlieren oder die eigene Position im Wettbewerb festigen. Mit Corporate Venturing gelingt der Zugang zu neuen Märkten und Technologien oft schneller und effizienter als aus dem eigenen Unternehmen heraus. Risiko und Kosten sind dabei oftmals geringer als Investitionen in interne Forschung und Entwicklung. Corporate Venturing ermöglicht es Unternehmen, ihre Geschäftsmodelle schnell anzupassen und so der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein.

In diesem Guide schauen wir uns an, wie du Corporate Venturing als Wachstumsinstrument nutzen kannst. Und was diese Strategie im dynamischen Unternehmensumfeld von heute so effektiv macht.

In diesem Sinne – viel Spaß beim durchblättern, lesen und weiterdenken.

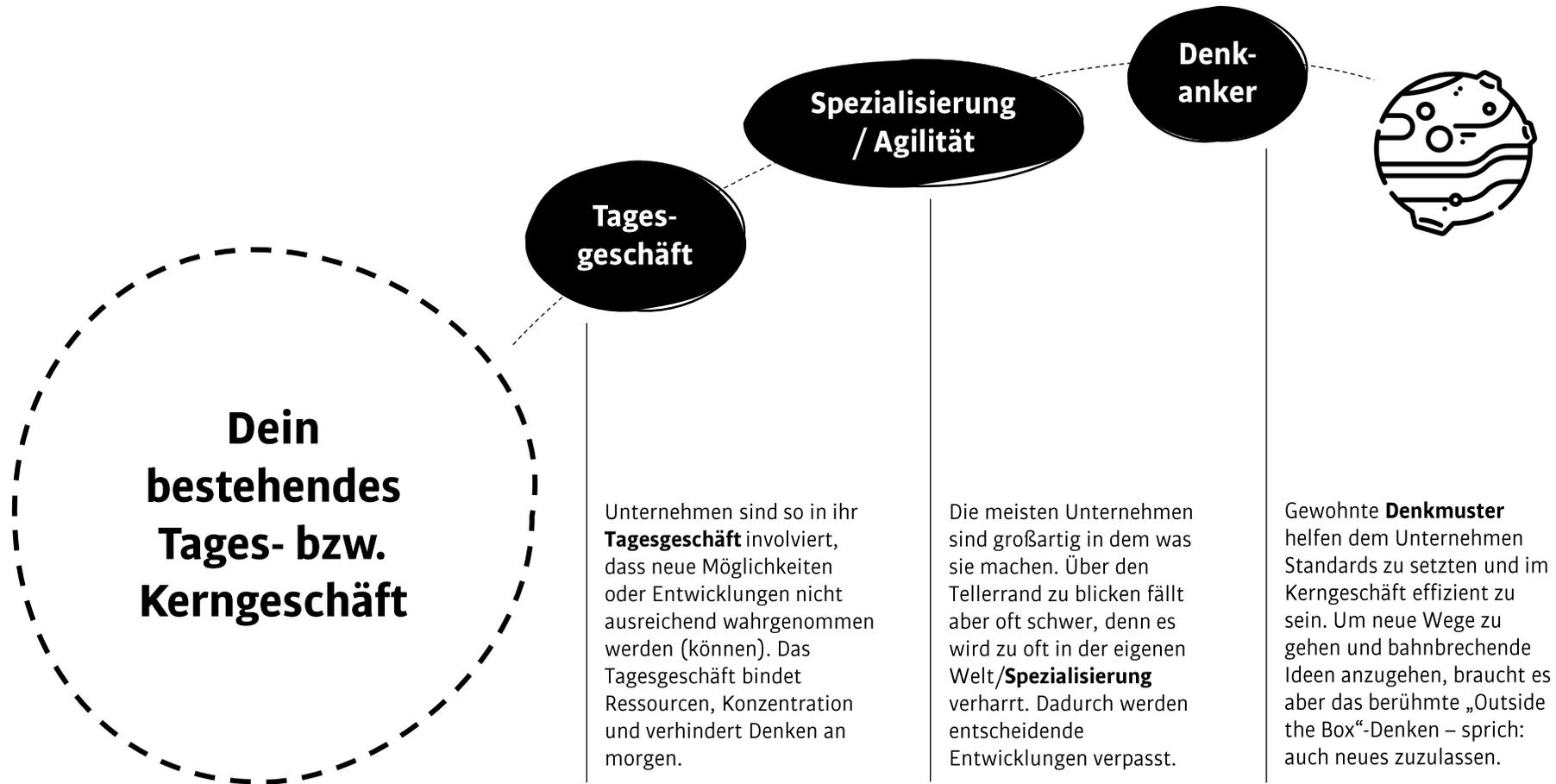
Manuel Saxl, Business Developer bei FYNN



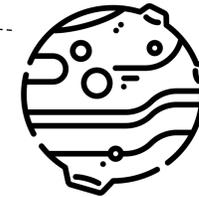
# WACHSE ÜBER KERNGESCHÄFT UND PRODUKTINNOVATION HINAUS.



# KLINGT EINFACH. IST ES ABER NICHT.

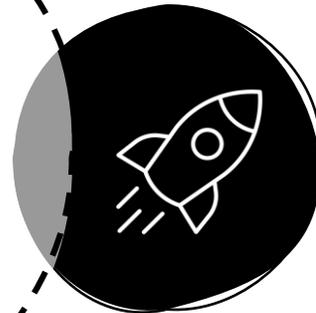


# CORPORATE VENTURING. **GRÜNDEN ODER INVESTIEREN.**



## Dein Corporate Venture

Dein  
bestehendes  
Tages- bzw.  
Kerngeschäft



Umsetzung von neuen  
Geschäftsmodellen außerhalb  
bestehender Strukturen

Mit **Corporate Ventures** können etablierte Unternehmen neue Möglichkeiten außerhalb des gewohnten Geschäftsfeldes aufspüren und erkunden. Sie funktionieren losgelöst vom Mutterunternehmen und können mit deren Ressourcen neue Entwicklungen vorantreiben.

Diese Auslagerung ist nötig: denn Unternehmen sind so in ihr Tagesgeschäft involviert und auf standardisierte Strukturen und Prozesse angewiesen, dass neue Möglichkeiten oder Entwicklungen nicht ausreichend – und vor allem nicht schnell genug - wahrgenommen werden (können). Das tägliche Geschäft bindet Ressourcen, Konzentration und verhindert oftmals das Denken an morgen.

# CORPORATE VENTURING.

## KEY BENEFITS.

1

### MEHR INNOVATION

Corporate Venturing bietet Unternehmen die Möglichkeit, neue Technologien, Produkte und Geschäftsmodelle zu erforschen, die innerhalb ihrer bestehenden Organisationsstrukturen nicht realisierbar sind.

2

### AGILITÄT & SCHNELLE REAKTION

Bestehende Strukturen und Befehlsketten müssen nicht beachtet werden. Es kann unkompliziert mit neuen Technologien, Angebote und Geschäftsmodellen experimentiert werden.

3

### VORTEIL IM WAR OF TALENT

Das Corporate Venturing kann dabei helfen, Top-Talente anzuziehen und an das Unternehmen zu binden. Durch das Startup-Ökosystem kann ein größerer Pool talentierter Personen erschlossen werden.

4

### DIVERSIFIZIERUNG

Investitionen in Start-ups oder die Gründung neuer Unternehmen tragen dazu bei, das Portfolio eines Unternehmens zu diversifizieren und seine Abhängigkeit von bestehenden Produkten oder Märkten zu verringern.

5

### FINANZIELLE RENDITE

Der Aufbau eines Corporate Ventures ist mitunter kostspielig. Der finanzielle Return erfolgt meist nicht unmittelbar, ist aber erheblich, denn erfolgreiche Unternehmen können verkauft oder als eigenständige Unternehmen ausgegliedert werden.

6

### TESTING

Aufgrund ihrer Flexibilität können in Ventures verschiedene Wachstums-, Marketing-, Marken- und Verkaufsstrategien getestet werden, um schnell herauszufinden, was funktioniert und was nicht. Ohne dabei die Kernmarke zu schädigen.

# CORPORATE VENTURING. SO GELINGT'S.



## ZIELE FESTLEGEN & ABSTIMMEN

Es gilt klare Zielsetzungen zu formulieren, die mit den Unternehmenszielen abgestimmt sind. Nur wenn allen Beteiligten – zwischen Start-Up und Mutterunternehmen – klar ist, wohin die Reise geht, können Synergieeffekte (Know-How, Ressourcen) effektiv genutzt werden.



## FEHLER TOLERIEREN

Fail fast, learn faster. Das ist das Motto in Start Ups – mit dem sich etablierte Unternehmen zuweilen schwer tun. Im Corporate Venture gilt es, neue Wege zu beschreiten, Experimente zu wagen und Fehler zuzulassen.



## BÜROKRATIE FERNHALTEN

Die bürokratischen Prozesse von etablierten Unternehmen behindern das Venture und schränken Geschwindigkeit und Flexibilität ein, welche für den Aufbau eines erfolgreichen Start Ups erforderlich sind. Es gilt deshalb Ventures - im Rahmen der gesetzten Ziele - freie Hand zu lassen.



## RÜCKENDECKUNG GEBEN

Corporate Venturing bedeutet Commitment für das Team, den Zielen und dem operativen Weg. Besonders in schwierigen Phasen oder Führungswechseln braucht es den Rückhalt des Mutterunternehmens

## YOUR CHECKLIST



- Wird ein Ziel angestrebt, das im Unternehmen nicht umgesetzt werden kann?
- Sind die Ziele klar definiert und mit jenen des Mutterunternehmens abgestimmt?
- Sind die nötigen Ressourcen reserviert?
- Ist das Commitment vorhanden langfristig zu unterstützen?
- Gibt es die Bereitschaft, das Corporate Venture eigenständig arbeiten zu lassen?

# VENTURING **LOGIC**

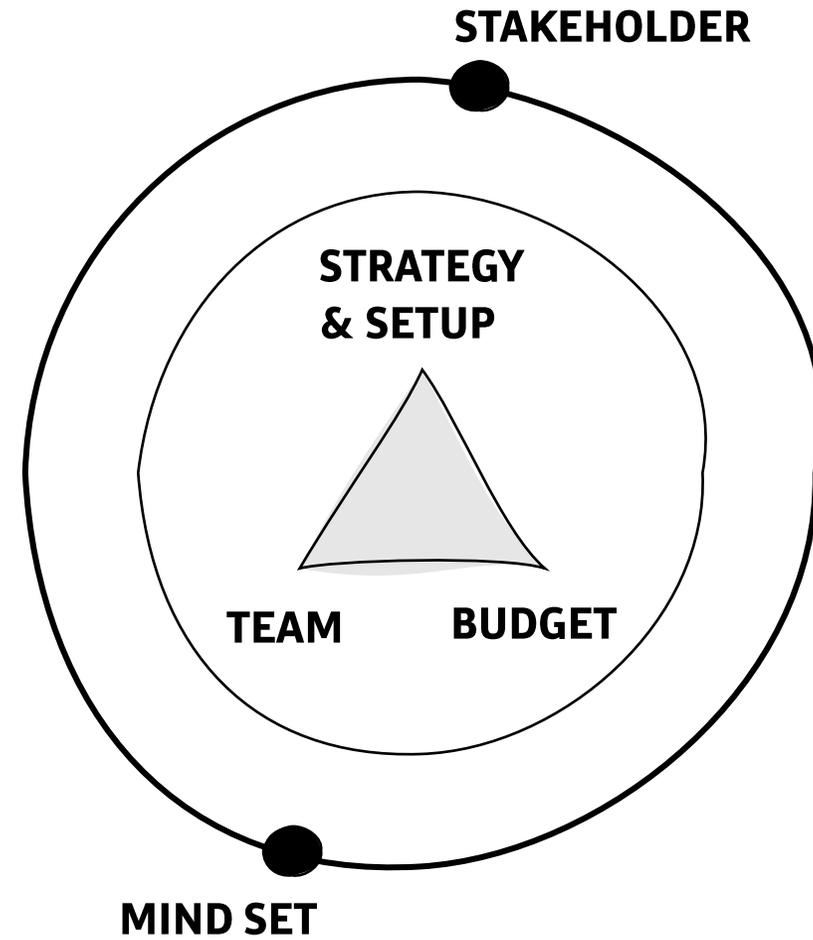
# VENTURE LOGIC

Damit Corporate Venturing erfolgreich ist, braucht es ein Zusammenspiel unterschiedlicher Faktoren.

Ziel, Strategie und Setup müssen vor allem auf Managementebene klar definiert und an das Venturing Team kommuniziert werden. Damit verbunden sollten Ressourcen für das Vorhaben bereitgestellt werden. Es braucht ein klar abgegrenztes Budget und Manpower.

Eingebettet in das richtige Mindset intern und das volle Commitment der relevanten Stakeholder kann nun das Abenteuer beginnen.

All diese Faktoren – die im übrigen auf den nächsten Seiten genauer beschrieben werden – gelten grundsätzlich für Corporate Venturing. Egal ob selbst gegründet oder zugekauft wird.

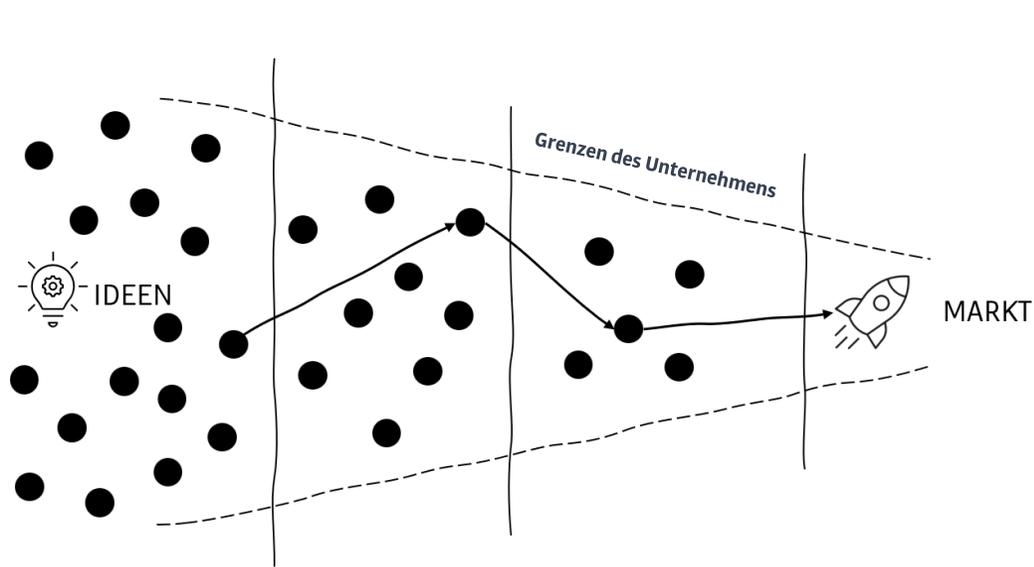


# ERFOLGSFAKTOR #1 STRATEGIE & SETUP



# ERFOLGSFAKTOR #1

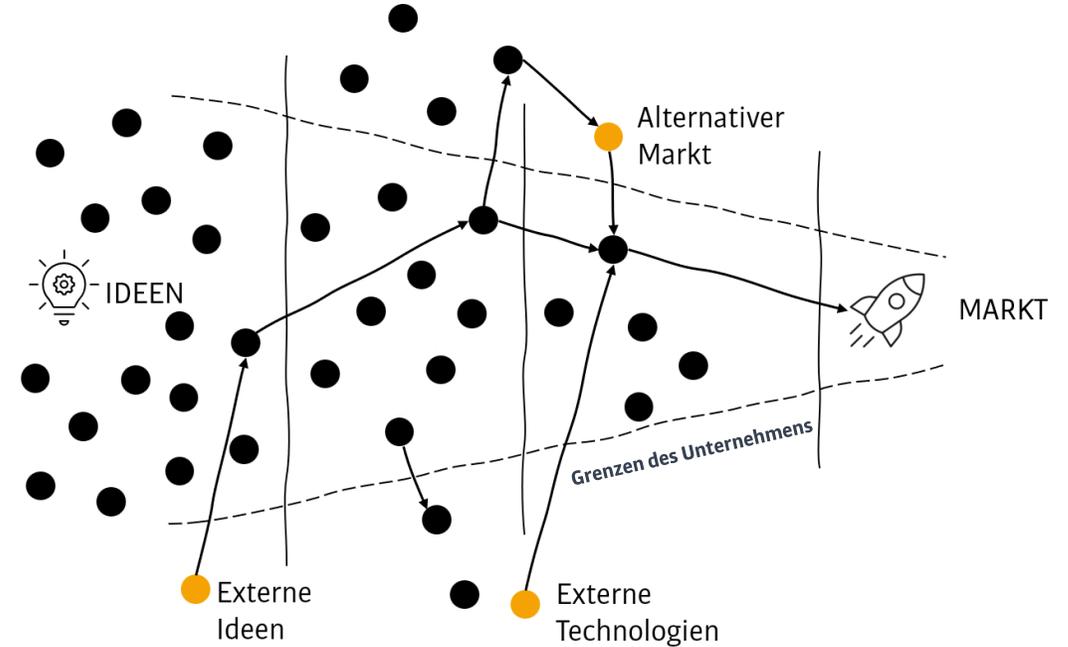
## STRATEGY & SETUP



### Geschlossene Innovation

ist ein traditioneller, interner Ansatz, der sich auf interne F&E und einen geschlossenen Innovationsprozess stützt.

Die Quelle der Innovation liegt im Unternehmen und das Produkt bzw. das Innovationsprojekt wird hinter verschlossenen Türen durchgeführt.



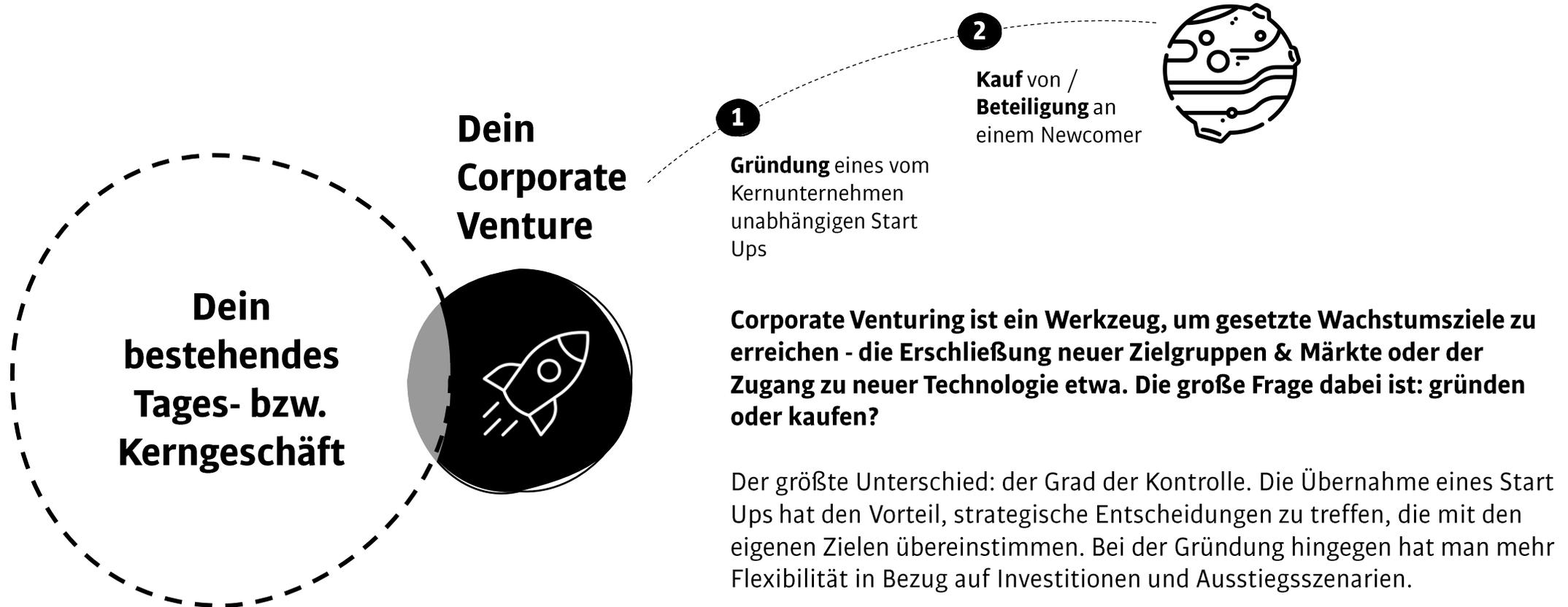
### Open Innovation

ist ein kollaborativer Innovationsansatz, bei dem externe Ideen und Ressourcen gesucht und einbezogen werden.

Dabei öffnet das Unternehmen seine Grenzen und kollaboriert mit Universitäten, Start Ups oder anderen Unternehmen.

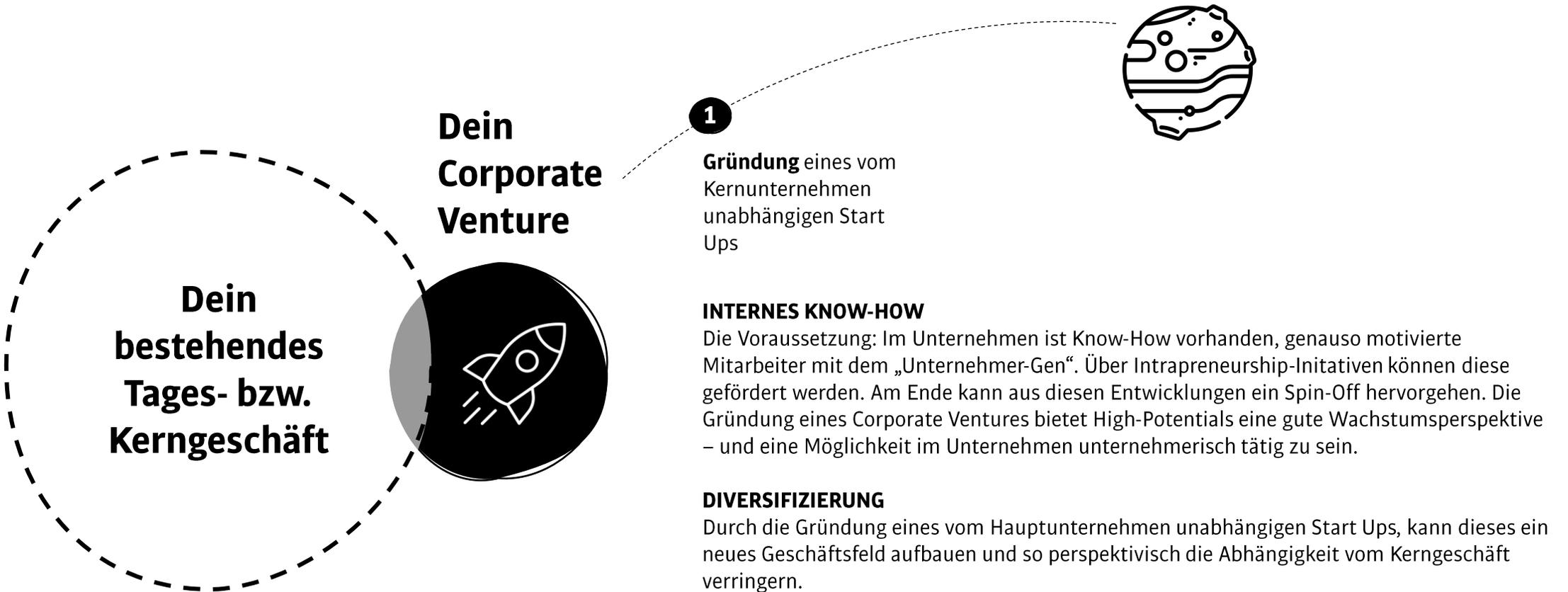
# ERFOLGSFAKTOR #1

## STRATEGY & SETUP



# ERFOLGSFAKTOR #1

## STRATEGY & SETUP



# ERFOLGSFAKTOR #1

## STRATEGY & SETUP



# ERFOLGSFAKTOR #2

## **DEIN TEAM**



# ERFOLGSFAKTOR #2

## DEIN TEAM

Team is key. In jedem Unternehmen. Auf Start Ups und Corporate Ventures trifft dies aber besonders zu. Warum? Darum:

### KNOW-HOW

Ein gutes Team bringt Erfahrung und Fachwissen mit, um das Start Up nach vorne zu bringen. Interdisziplinär und mit speziellem Know How.

### AGILITY

Die Start Up Welt ist flexibel. Genauso muss es das Team sein. Schnelle Anpassungen an Markt und Technologie ist gefragt.

### EXECUTION

Ein gutes Team redet nicht nur, ein gutes Team macht. Ohne, dass jemand vom Mutterunternehmen über die Schulter schaut. Unternehmertypen und Macherinnen sind gefragt.

### PASSION

Es muss eine Leidenschaft für die Idee, das Start Up und den Unternehmenserfolg bestehen. Das hilft auch durch schwierige Zeiten.

### RESISTANCE

Ein Corporate Venture steht unter Druck, Erfolge zu liefern. Das Team muss einen kühlen Kopf bewahren und sich Einmischungen seitens des Mutterunternehmens entziehen können.

### MINDSET

Ein Start Up funktioniert grundlegend anders als ein Corporate. Teammitglieder müssen dafür offen sein. Nach dem Motto: „was nicht passt, wird passend gemacht!“

# ERFOLGSFAKTOR #3

## **DAS BUDGET**



# ERFOLGSFAKTOR #3

## DAS BUDGET

Gegenüber “klassischen“ Start Ups haben Corporate Ventures den Startvorteil, dass sie bereits einen Investor an Bord haben. Verantwortung, Budgetzuweisung und -freigaben für risikoreiche Venture-Projekte können innerhalb des Mutterunternehmens aber zu Spannungen führen. Deshalb gilt es, klare Rahmenbedingungen zu schaffen.

### PLAN

#### Unternehmensinterne Budgetierung

Innerhalb des Unternehmens gilt es – mit einer klaren Portfolio-Strategie als Basis – Ressourcen für die jeweiligen Innovationsprojekte freizugeben. Damit “sichere“ Investitionsoptionen nicht risikoreicheren und disruptiven Innovationsprojekten vorgezogen werden. Für die Budgetfreigaben im Ventureprojekt, können vom Mutterunternehmen Budgetkorridore und Meilensteine festgelegt werden – um Zielvorgaben und Investitionen messbar zu machen.

### MINDSET

#### Risikokapital – high risk, high reward.

Corporate Venturing ist risikoreich. So sollte das Kapital als Risikokapital angesehen und nicht mit unmittelbaren Renditeerwartungen verbunden werden. Mit dieser Einstellung, können Veränderungen bei der Venture-Idee leichter akzeptiert und vermieden werden, dass Ideen und Erwartungen nur aufrecht bzw. weiterverfolgt werden, “weil bereits (zu) viel investiert wurde“.

### HORIZONT

#### Investitionszukunft & ROI

Es sollte schon zu Beginn überlegt werden, wie sich das Corporate Venture langfristig entwickeln und finanzieren soll. Denn ein positiver Cashflow tritt bei Innovations- bzw. Venture-Projekten meist erst nach 3 bis 5 Jahren ein. Das wirft Fragen auf: Sollen zu einem späteren Zeitpunkt externe Investoren dazu kommen? Wie lange soll das Venture unterstützt werden?

**WICHTIG: Das finanzielle Commitment des Mutterunternehmens ist wichtig. Es darf aber nicht in einer, „wer bezahlt, schafft an!“, Mentalität enden.**

# ERFOLGSFAKTOR #4

## **DAS UMFELD**



# ERFOLGSFAKTOR #4

## DAS UMFELD

Das interne und externe Unternehmensumfeld spielt eine wesentliche Rolle für die Entwicklung von Innovation und dem Umgang mit Venture Projekten.

### INTERN – MIND SET

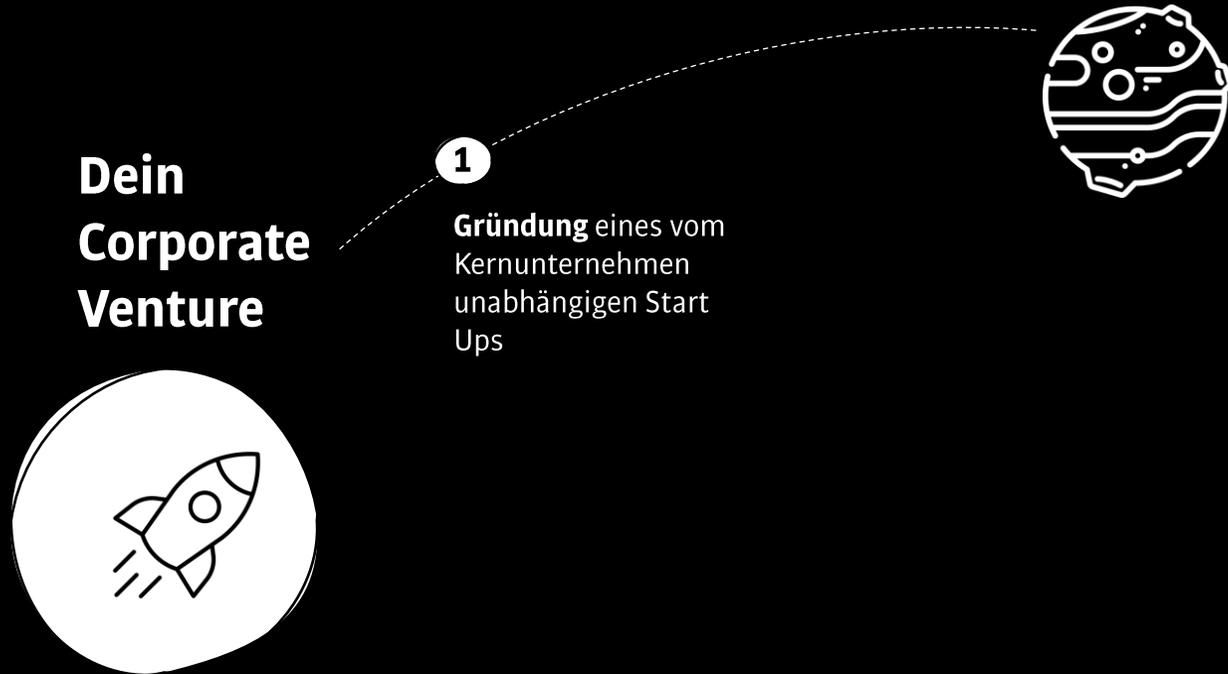
Innovation entsteht dort, wo diese gefördert wird. Die Kultur eines Unternehmens spielt deshalb eine zentrale Rolle. Eine positive Unternehmenskultur kann ein Umfeld fördern, das Kreativität, Risikobereitschaft und Innovation ermutigt und unterstützt - um das Wachstum des Unternehmens und das Entstehen von Ventures voranzutreiben.



### EXTERN - STAKEHOLDER

Stakeholder haben einen erheblichen Einfluss auf Corporate Venturing. So können einige Stakeholder eher auf kurzfristige Gewinne bedacht sein und das Corporate Venture als Ablenkung vom Kerngeschäft betrachten. Andere wiederum interessieren sich eher für das langfristige Potenzial des Unternehmens und sind möglicherweise bereit, risikoreichere Unternehmungen zu unterstützen. Der Austausch mit den Stakeholdern und das Verstehen ihrer Perspektiven kann dem Unternehmen helfen, diese konkurrierenden Interessen zu bewältigen und Unterstützer zu gewinnen.

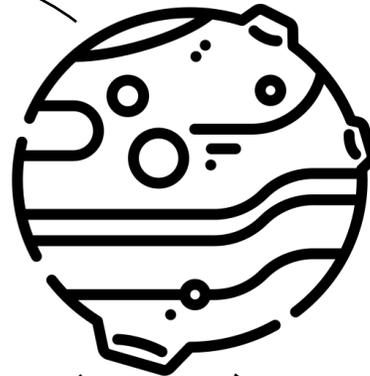
# VENTURING START UP GRÜNDEN



# WERDE WIEDER UNTERNEHMER. DU HAST GUTE GRÜNDE DAFÜR.

DU HAST MITARBEITER, DIE  
VERANTWORTUNG UND  
FREIHEIT BRAUCHEN?

ES GIBT IM UNTERNEHMEN  
BUSINESS IDEEN DIE ZU WEIT  
WEG VOM KENRGESCHÄFT SIND?



DU HAST SELBST  
GENUG IDEEN?

DU MÖCHTEST DIVERSIFIZIEREN,  
HAST ABER NICHT DAS RICHTIGE  
STARTUP ZUR KOOPERATION ODER  
INVESTITION GEFUNDEN?

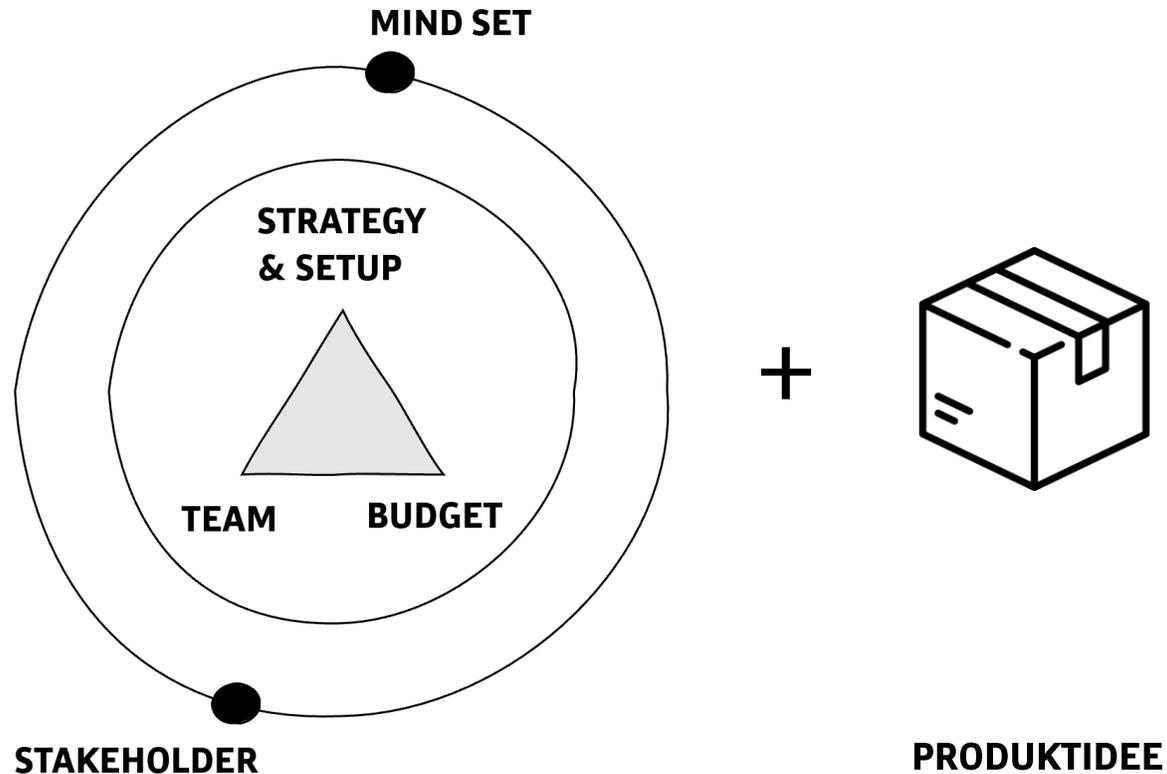
# WERDE WIEDER UNTERNEHMER.

## RAHMENBEDINGUNGEN: CHECK.

Die Erfolgsfaktoren sind geklärt und die Rahmenbedingungen fixiert:

Du hast dich entschieden, dass es zur Erreichung deiner Ziele besser ist, zu gründen. Und das unabhängig von deinem bestehenden Unternehmen. Weil du großes internes Know-How, unfaire Vorteile und die nötigen Ideen hast. Das Team steht und du bist bereit die nötigen Budgets für die Umsetzung deines Corporate Start Ups auszugeben, das alles in einem venturfrendlichen Umfeld.

Was noch fehlt? Klar: Eine gute Produktidee.



# WERDE WIEDER UNTERNEHMER.

## PRODUCT IS KING!

Die Rahmenbedingungen zur Gründung eines erfolgreichen Corporate Ventures sind wichtig. Mindestens ebenso wichtig ist aber das Produkt oder die angebotene Dienstleistung. Diese sollte folgende Anforderungen erfüllen:

### **DESIRABILITY – Will der Markt die Idee?**

Viele Ideen sind gut, wenige verkaufen sich. Eine Zielgruppen- und Marktanalyse ist deshalb unabdingbar.

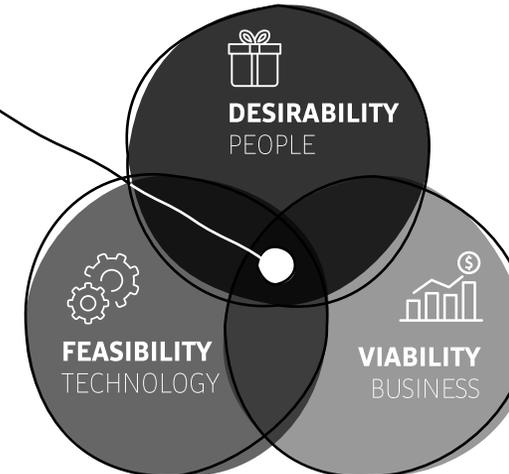
- Wer ist die potenzielle Zielgruppe?
- Will und braucht die Zielgruppe das Produkt?
- Wird ein Nutzen für die potenzielle Zielgruppe geschaffen, erkennt diese den Mehrwert?

### **FEASIBILITY – Kann die Idee umgesetzt werden?**

Es gilt zu klären ob die Voraussetzungen vorhanden sind, die angestrebte Lösung umzusetzen.

- Ist die angestrebte Lösung realisierbar?
- Gibt es "Showstopper"? (technisch, regulatorisch, Marktzugang etc.?)
- Können wir unsere Unternehmensressourcen so einsetzen, dass wir einen Wettbewerbsvorteil erhalten?

### **DIE PERFECTE PRODUKTIDEE**



### **VIABILITY – Ist die Idee profitabel?**

Nicht nur die Umsetzbarkeit ist wichtig, sondern vor allem auch: ergibt sich daraus ein lohnenswerter Business-Case.

- Ist die Idee profitabel genug?
- Kann sich ein nachhaltiges Geschäftsmodell aus der Idee entwickeln?

# WERDE WIEDER UNTERNEHMER. SO WIRD'S WAS.

## YOUR CHECKLIST

---

### UNTERNEHMENSEBENE

- Strategie & Setup - Sind klare Ziele definiert?
- Team - Steht dein Team aus Unternehmern?
- Budget - Werden die nötigen Mittel bereitgestellt?
- Umfeld - Ist das Mindset intern wie extern für Venturing vorhanden?

### PRODUKTEBENE

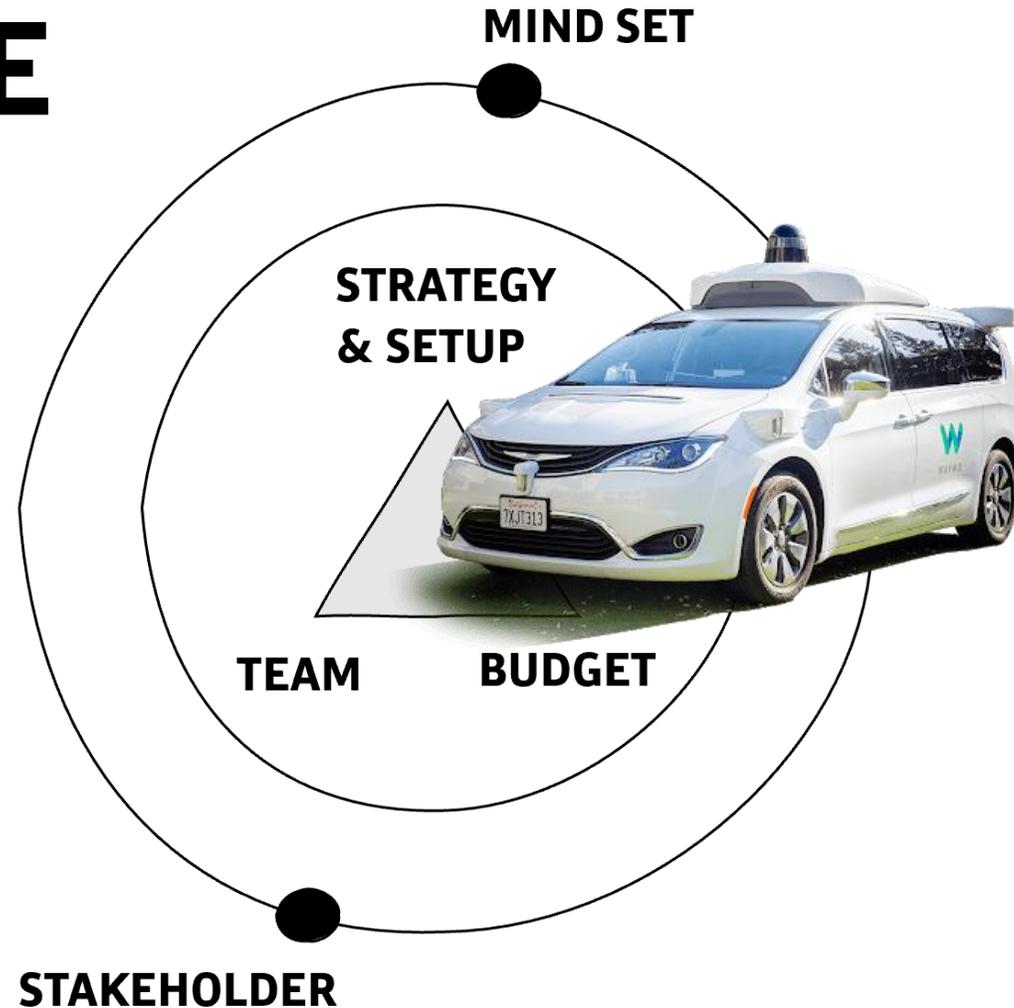
- Desirability - Will der Markt das Produkt?
- Feasibility - Kann die Idee umgesetzt werden?
- Viability - Ist die Idee profitabel genug?

# BEST PRACTICE WAYMO GOOGLE

Das Unternehmen wurde von Alphabet, der Muttergesellschaft von Google 2016 als eigenständige Marke gegründet und ging aus einem Projekt aus Googles Forschungsabteilung Google X hervor.

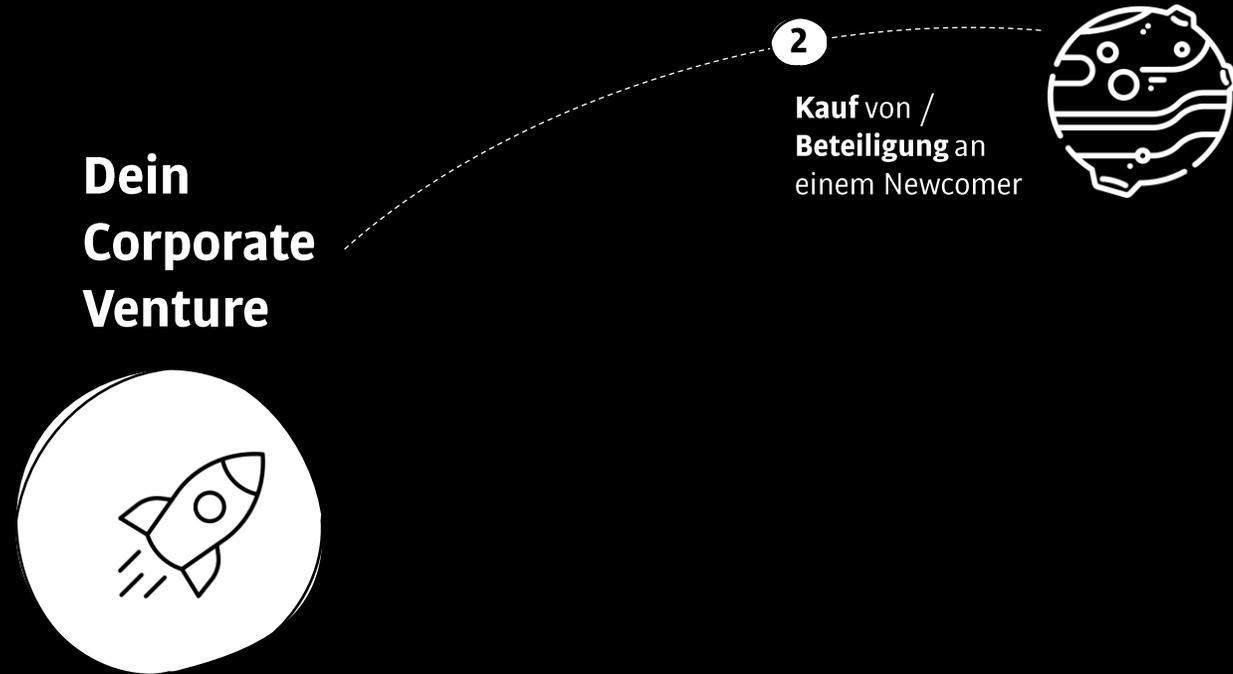
Waymo entwickelt selbstfahrende Autos und hat bereits Tausende von Testfahrten auf öffentlichen Straßen absolviert, darunter auch einige kommerzielle Testprogramme, die in Zusammenarbeit mit Unternehmen wie Lyft und Fiat Chrysler stattfanden.

Waymo hat sich zum Ziel gesetzt, die Technologie für selbstfahrende Autos sicherer und alltäglicher zu machen, um den Menschen mehr Freiheit und Mobilität zu geben.



# VENTURING

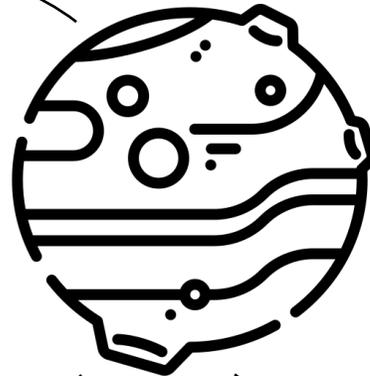
## START UP KAUFEN/BETEILIGEN



# MACH GEMEINSAME SACHE.

## BETEILIGE DICH AN EINEM NEWCOMER.

DU MÖCHTEST NEUE  
MÄRKTE ERSCHLIESSEN?



DU HAST KEINE ZEIT BZW.  
NICHT DIE PASSENDEN  
RESSOURCEN ZUM AUFBAU  
EINES EIGENEN STARTUPS?

DU MÖCHTEST DIR WERTVOLLE  
INTELLEKTUELLE EIGENTUMSRECHTE ODER  
PATENTE SOWIE NEUE TECHNOLOGIEN ZUR  
NEU- BZW. WEITERENTWICKLUNG VON  
PRODUKTEN SICHERN?

WERTVOLLER INPUT VON AUSSEN SOLL IN  
DAS UNTERNEHMEN EINFLIESSEN -  
DURCH KNOW-HOW DER START-UP-  
MITARBEITER BZW. GRÜNDER?

# MACH GEMEINSAME SACHE.

## FINDE NEWCOMER MIT POTENZIAL.

1

### ZIELE DEFINIEREN

Es ist wichtig zu definieren, welche Ausprägung die Beteiligung haben soll, denn auch beim Corporate Venturing gibt es verschiedene Ansätze:

- Finanzinvestor: die Beteiligung bzw. Übernahme soll Rendite erzielen und der Fokus liegt auf einem Exit.
- Strategische Beteiligung: Übernahme eines Startups um um Wettbewerbsvorteile zu realisieren (Technologie, Marktzugang etc.).

Da Unternehmen im Wettbewerb um gute Start Ups stehen, gilt es hier ein klares Profil zu haben, um Start Ups von einer Zusammenarbeit zu überzeugen.

2

### AUF SICH SELBST AUFMERKSAM MACHEN

Es geht nicht nur ums Finden, sondern auch um das „gefunden werden“. Am Markt sollte klar sein, dass und in welchen Bereichen du investierst. Dazu gilt es die richtigen Kanäle zu bespielen, die eigenen Türen zu öffnen (interessante Start Ups über Veranstaltungen und Workshops ins Haus zu holen), Online-Präsenz zu haben und auch auf Start-Up-Messen aktiv in Erscheinung treten.

3

### AUSTAUSCH MIT DER SZENE

Wichtig ist, dass das Scouting Team schnell einen guten Draht zu r passende Gründerszene aufbaut und auch die Führungsriege so oft wie möglich bei den maßgeblichen Veranstaltungen der Szene vor Ort sind. Corporate Venturing ist letztlich ein People Business, das jener gewinnt, der keine Berührungängste hat – erst recht mit der jüngeren Generation.

4

### AUSTAUSCH MIT ANDEREN INVESTOREN

Passt ein Gründer, der das Potential für ein erfolgreiches Startup hat, nicht zur eigenen Venturing-Strategie, dann sollte er an ein befreundetes Corporate weitervermittelt werden. So festigt man das eigene Netzwerk und profitiert in Zukunft wechselseitig. Nach dem Motto: „So wie du mir, so ich dir!“

# MACH GEMEINSAME SACHE.

## IT'S A MATCH.

Hat man ein interessantes Start Up gefunden, gilt es zu überprüfen ob es zum Unternehmen passt. Wertevorstellungen, Ziele und Visionen sollten geteilt werden. Aber Achtung – it's more than this: das Team, das hinter dem Start-up steht, das Marktpotenzial für das Produkt oder die Dienstleistung, die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells und das Potenzial für eine Kapitalrendite.

### YOUR CHECKLIST



#### TEAM

Um das Team zu bewerten, ist es wichtig, seine Erfahrung, seine Erfolgsbilanz und sein Engagement für das Projekt zu kennen.

#### SKALIERBARKEIT

Der Grad der Skalierbarkeit wird bestimmt, indem untersucht wird, ob das Geschäftsmodell auf anderen Märkten mit potenziell höheren Gewinnspannen repliziert werden kann.

#### MARKTPOTENZIAL

Das Marktpotenzial kann durch die Analyse der Wachstumsraten des Zielmarktes und der Wettbewerbslandschaft beurteilt werden.

#### KAPITALRENDITE

Die potenzielle Kapitalrendite lässt sich abschätzen, indem die Ausstiegsoptionen, wie Börsengang oder Übernahme, in Zukunft realistisch sind.

# MACH GEMEINSAME SACHE.

## VORSICHT: START UPS TICKEN ANDERS

Start Ups müssen innovativ und schnell sein. Das funktioniert in den etablierten Strukturen und Prozessen des Mutterunternehmens nicht. Hier kommt es oft zum Kulturkampf.

Es gilt den Unterschieden Rechnung zu tragen und die Logik des Startups mit den etablierten Prozessen und der Kultur des größeren Unternehmens in Einklang bringen – ohne die Innovationskraft zu beschneiden. Sonst gelingt die Integration eines Start Ups nicht.

### **Challenge #1**

#### **CULTURE CLASH**

Wenn die Kultur des Start Ups und des Mutterunternehmens grundverschieden sind - und das Start Up in die Logik des Mutterunternehmens eingegliedert werden soll, ist dies eine große Herausforderung. Fehlende Kompatibilität ist einer der häufigsten Gründe für das Scheitern von vielversprechenden Ventures.

### **Challenge #2**

#### **FEHLENDE VISIONS- UND ZIELKONGRUENZ**

Sind Erwartungen, Ziele und Vision nicht aufeinander abgestimmt, können Schwierigkeiten bei der Integration und Zusammenarbeit entstehen. Start Ups denken schneller, sind risikoaffiner und agiler. Das sollte akzeptiert werden, denn darin liegt der Vorteil.

### **Challenge #3**

#### **BÜROKRATIE**

Die bürokratischen Prozesse von etablierten Unternehmen behindern das Venture und schränken Geschwindigkeit und Flexibilität ein, welche für eine erfolgreiche Führung des Start-ups erforderlich sind. Daher gilt: Synergien nutzen, aber nicht um jeden Preis.

# MACH GEMEINSAME SACHE.

## STEP BY STEP.

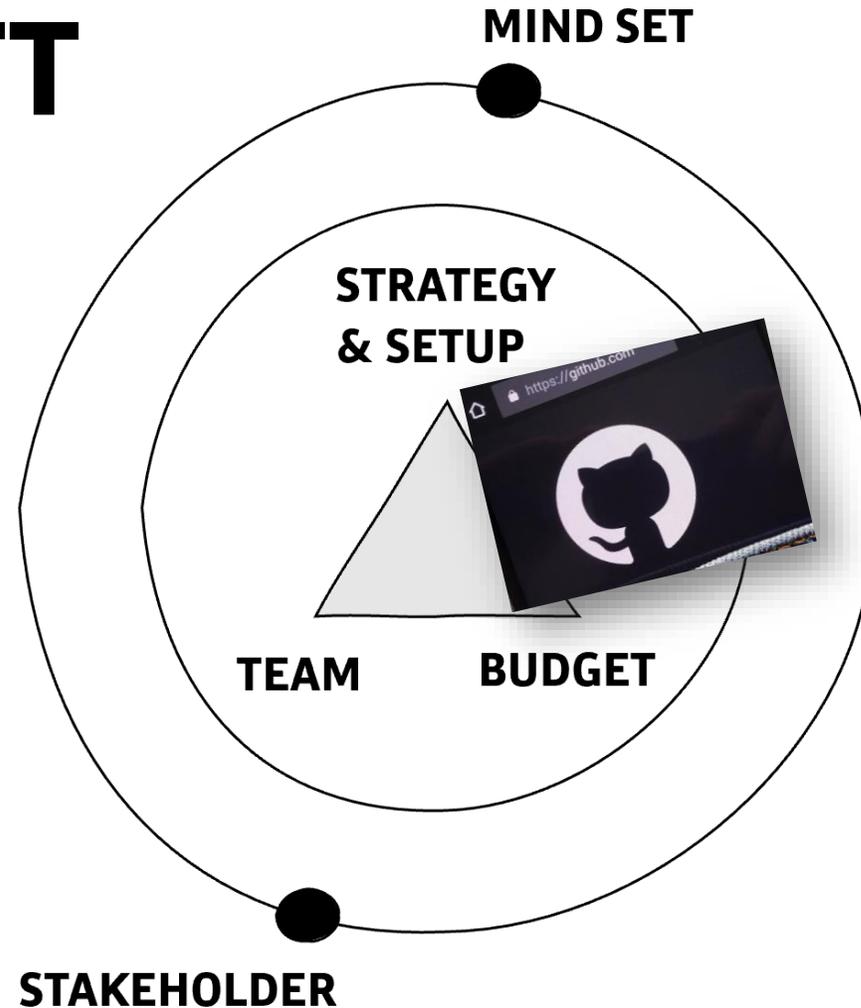


# BEST PRACTICE GITHUB MICROSOFT

GitHub ist ein webbasierter Hosting-Service für Software-Entwicklungsprojekte, das 2008 gegründet wurde.

Im Oktober 2018 hat Microsoft GitHub für 7,5 Milliarden US-Dollar übernommen mit dem Ziel, GitHub zur führenden Plattform für Entwickler zu machen, auf der sie zusammenarbeiten und sich über ihre Arbeit austauschen können.

Seit der Übernahme hat Microsoft verschiedene Funktionen und Tools hinzugefügt, um die Nutzerfreundlichkeit zu verbessern, darunter die nahtlose Integration mit Visual Studio Code und Microsoft Teams. GitHub ist auch weiterhin ein bevorzugtes Tool für viele Open-Source-Projekte und Entwicklergemeinschaften auf der ganzen Welt.



**FYNN**

IN A

NUTSHELL

# FYNN

**Hey you! This is FYNN.** Wir entwickeln und vermarkten neue Geschäftsmodelle, Produkte und Services im Food & Tech Bereich. Und richten bestehende auf die Zukunft aus.

Unser Ziel: Zukünftige Wettbewerbsvorteile aufbauen und sichern.

**15 +**

JAHRE ERFAHRUNG MIT GESCHÄFTSMODELLEN, PRODUKTEN UND MARKEN

**2**

GESCHÄFTSBEREICHE: CONSULTING & VENTURING

**2**

BRANCHEN, DIE WIR KENNEN WIE UNSER HOSENTASCHE

**2**

BÜROS IN ÖSTERREICH UND ITALIEN

**250 +**

ERFOLGREICHE BERATUNGS PROJEKTE

**20 +**

STARTUPS AUF- UND WEITERGEBAUT

## Unsere Beratungskunden

NEWCOMER, VENTURES, SPIN OFFS

WALTZ 7

HERMANN

CAMiD the workflow experts

KMUS & HIDDEN CHAMPIONS

ZINGERLE GROUP

THEURL AUSTRIAN PREMIUM TIMBER®

Loacker

CORPORATES & KONZERNE

ÖBB

Red Bull®

## Unsere Ventures

  
SQLOS

*taglia!*  
PIZZA ROMANA TO GO

FREDZ

 REVERSE CARBON MINING

  
MERGEPORT

[www.fynn-strategy.com](http://www.fynn-strategy.com)

[www.fynn.consulting](http://www.fynn.consulting)

[www.fynn.ventures](http://www.fynn.ventures)



**David Unterholzner**  
Founding Partner  
david@fynn-strategy.com

**Tel. +43 650 3284 411**



**Manuel Saxl**  
Business Developer  
manuel@fynn-strategy.com

**Tel. +43 660 6946605**

## **BEREIT FÜR DEIN ZUKUNFTSPROJEKT?**

Buche einen **kostenlosen 15 Minuten Zoom-Call** mit einem unserer Business Developer. Hol Dir **wertvolles Expertenfeedback**, neue **Impulse** und einen **Vorschlag für Deine nächsten Schritte!**



*Scannen &  
Termin  
auswählen*

[www.calendly.com/meet-fynn >>>>](https://www.calendly.com/meet-fynn)

# MEHR PROJEKTE & INFOS?

ABER IMMER DOCH.



[fynn-strategy.com](https://fynn-strategy.com)



[linkedin.com/company/fynn-strategy](https://linkedin.com/company/fynn-strategy)

## TO PREVENT MISUNDERSTANDINGS, PLEASE NOTE

All contents used in this document - texts, images, models and processes, layout and design elements - are protected by copyright. Editing, commercial use, transfer to third parties, inclusion in other works or publications by means of print or electronic media as well as any other use constitutes a copyright infringement and is only permitted with the express consent of FYNN Strategy GmbH.