



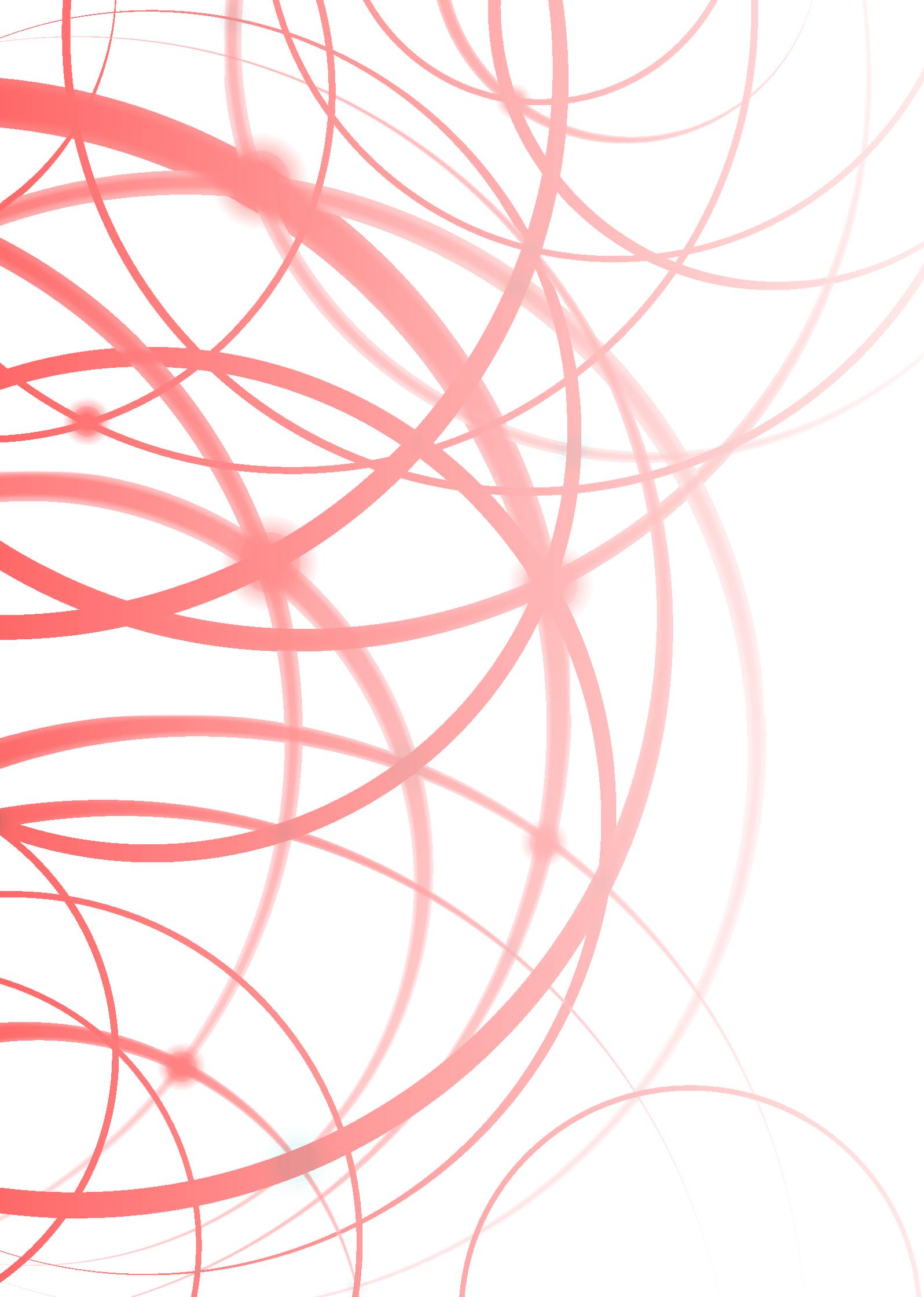
# Start-up meets Mittelstand

## Whitepaper

Was junge und  
etablierte Unternehmen  
voneinander lernen  
können.



Stadtparkasse  
Düsseldorf



# Gemeinsam stark

Liebe Leserinnen und Leser,

das Rheinland zählt zu den wichtigsten Wirtschaftszentren in Deutschland und ist auch international von Bedeutung. Die Metropolregion überzeugt durch eine Kombination aus weltweit erfolgreichen Mittelständlern, etablierten Familienunternehmen, innovativen Start-ups und führenden Hochschulen. Durch die Verbindung der jeweiligen kulturellen, fachlichen und technologischen Kompetenzen kann ein wertschaffendes Business-Ökosystem entstehen, das allen Beteiligten Mehrwerte bietet.

Start-ups beispielsweise können Unternehmen neue Türen zu innovativen Produkten und Geschäftsmodellen öffnen oder beim Aufbau von digitalem Know-how unterstützen. Umgekehrt profitieren sie von den Erfahrungen, Kontakten und Vertriebsnetzwerken der markterprobten Unternehmen.

Wenn Gründer und etablierte Unternehmen zusammenarbeiten, beflügelt das auch unsere heimische Wirtschaft und treibt die digitale Transformation voran. In der Förderung von strategischen Partnerschaften liegt also eine große Chance für unsere Region.

Doch dafür sind entsprechende Vernetzungsmöglichkeiten unabdingbar. Nur wenn sich beide Seiten kennenlernen, füreinander Verständnis entwickeln und sich gegenseitig aktiv unterstützen, können daraus nachhaltige Synergieeffekte erwachsen.

Die Stadtsparkasse Düsseldorf versteht sich als Partner sowohl für die Start-ups und Unternehmen in der Region als auch für die Menschen, die dahinterstehen. Deshalb sehen wir uns in der Verantwortung, die nötigen Voraussetzungen für Innovationspartnerschaften zu schaffen.

Mit unserem Whitepaper möchten wir dazu beitragen, Start-ups und mittelständische Unternehmen einander anzunähern und stärker miteinander zu vernetzen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Spaß bei der Lektüre, neue Impulse für Ihr Geschäft und zahlreiche Erfolgsversprechende Kontakte.

Ihre



Karin-Brigitte Göbel  
Vorstandsvorsitzende der Stadtsparkasse Düsseldorf



Karin-Brigitte Göbel,  
Vorstandsvorsitzende der Stadtsparkasse Düsseldorf

## In einer lebendigen Start-up-Region wie dem Rheinland gibt es viel zu tun für Institutionen und Menschen, die Mittelstand und Start-ups zusammenbringen.

Liebe Leserinnen und Leser,

hat der Mittelstand den Digitalisierungsweckruf der Coronapandemie gehört? „Jain!“, antwortete Fritz Köhler-Geib, Chef-Volkswirtin der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), jüngst in einer Pressekonferenz zur Betroffenheit von mittelständischen Unternehmen durch die Krise. Der Grund: Vieles akut Notwendige sei geschehen, aber eine tiefgreifende Transformation habe nicht stattgefunden. Digitalisierung und Innovation sind aber wichtige Voraussetzungen dafür, dass Unternehmen in zukünftigen Krisen resilient bleiben und ihre Wettbewerbsfähigkeit trotz sich rasant verändernder Märkte, Technologien und Nutzeransprüche erhalten. Nach wie vor gibt es da einen riesigen Nachholbedarf im Mittelstand.

Ein Weg für etablierte Unternehmen, den Digitalisierungsgrad und die Innovationskompetenz voranzutreiben, ist die Zusammenarbeit mit Start-ups. Denn häufig eröffnet sich dadurch für sie der Zugang zu Technologien und auch zu Einstellungswelten, die sie eigenständig nicht hätten entwickeln können.

In einer lebendigen Start-up-Region wie dem Rheinland gibt es also jede Menge zu tun für Institutionen und Menschen, die junge und alteingesessene Unternehmen zusammenführen wollen. Mit 19,1 Prozent aller Start-ups führt NRW das Ranking der Bundesländer noch vor Berlin an. Mehr noch: 53 Prozent der Befragten einer PwC-Umfrage glauben, dass Düsseldorf als Start-up-Hub zukünftig an Bedeutung gewinnen wird. Aktuell verzeichnet die Düsseldorfer Wirtschaftsförderung bereits beachtliche 420 derartige potenzialträchtige „Newcomer“-Unternehmen in unserer Rheinmetropole.

Wie können wir unsere Kund\*innen auch in diesem Aspekt bestmöglich unterstützen? Das fragen wir uns bei der Stadtparkasse Düsseldorf jeden Tag. Für uns ist selbstverständlich: Als 360°-Lösungsanbieter stehen wir nicht nur in Finanzfragen an Ihrer Seite. Wir möchten Sie entlang Ihrer gesamten Wertschöpfungskette voranbringen, Impulse geben und Sie mit den richtigen Partnern vernetzen. Die Betonung liegt hier auf „richtig“ – denn beide Seiten haben keine Zeit zu verlieren und wünschen sich ein sehr gezieltes Matchmaking, das gleichermaßen State-of-the-Art-Lösungen sowie auf kleine und mittlere Unternehmen zugeschnittene Angebote bietet.

Die Stadtparkasse Düsseldorf bringt deshalb ihr Wissen über ihre Firmenkunden in den Prozess mit ein: In individuellen Workshops kommen so einzelne Start-ups mit ausgesuchten Unternehmen auch traditioneller Branchen ins Gespräch. Zusätzlich fördern wir die Zusammenarbeit, den Austausch und die Vernetzung mit verschiedenen Formaten, wie zum Beispiel Informationsveranstaltungen, Pitchrunden oder unserer Netzwerkarbeit.

Die Vielfalt der damit verbundenen Aspekte spiegelt sich auch in diesem Whitepaper wider. Lassen Sie sich inspirieren und nutzen Sie die zahlreichen Impulse für die Weiterentwicklung Ihres Unternehmens!

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Ihr

Uwe Baust



Uwe Baust,  
Vorstandsmitglied der Stadtparkasse Düsseldorf



# Inhalt

Was verbindet? Was trennt?	7
Venture-Capital ist ein Beschleuniger	10
Start-up-Radar	12
Der Matchmaker	14
Hand in Hand für den Mittelstand und Start-ups	16
Umfrage: Wie digital ist Düsseldorf?	18
Fördermöglichkeiten für die Digitalisierung	20
Speeddating mit klarem Ziel	22



## Doppelinterview

# Was verbindet? Was trennt?

**Was bewegt Gründer\*innen und etablierte Unternehmen, wenn sie miteinander kooperieren? Stellvertretend für Start-ups und Mittelstand diskutieren Peter Hornik vom digihub Düsseldorf/Rheinland und Christian Wewezow, Mitglied des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft, über Erfolg versprechende Strategien, Ziele, Bedürfnisse und Fehlannahmen auf beiden Seiten.**

**Was Start-ups und Mittelständler verbindet, ist unter anderem der Unternehmergeist. Wie ist Ihr ganz persönlicher Blick auf das Thema Unternehmertum?**

**Peter Hornik:**

Ich habe mit 25 Jahren mein erstes Unternehmen gegründet – und hatte dafür scheinbar die schlechtesten Voraussetzungen: Ich kam aus dem Münsterland, hatte keinerlei familiäre Berührungspunkte zum Karriereweg Unternehmertum. Aber: Ich hatte mich mit einem Partner zusammengetan, der genau das mitbrachte, und so haben wir uns bestens ergänzt. Was mich von jeher antrieb, waren meine Neugierde und die Ziele, die ich mir setzte. Da orientiere ich mich an den „big, hairy, audacious goals“<sup>1</sup>, die der Managementberater Jim Collins für Unternehmen empfiehlt, die überdauern sollen. Sein Tipp: Konzentriere dich nach dem „Igelprinzip“<sup>2</sup> auf das Feld, für das du wahre Leidenschaft empfindest, auf dem du besser als alle anderen bist und das dich gleichzeitig wirtschaftlich voranbringt.

**„Innovationsarbeit braucht Entlastung vom Kerngeschäft: Wer zwei Hasen fangen will, fängt keinen.“**

**Christian Wewezow**

**Christian Wewezow:**

Ich komme tatsächlich aus einer Unternehmerfamilie und konnte mir nie vorstellen, in einem Konzern zu arbeiten. Deswegen habe ich schon aus der Uni heraus ein Unternehmen gegründet. Damals, mit Mitte 20, hätte man mir noch nicht einmal einen Laptop geleast. Wir waren halt rund 30 Jahre jünger als die durchschnittlichen Geschäftsführer und sind noch auf jede Menge Klischees getroffen. Ich halte mich in solchen Situationen an ein Motto von Rocky Balboa: „The world ain't all sunshine and rainbows.“ Ich möchte damit unterstreichen, dass es beim Unternehmertum auch darum geht, wie man einstecken kann und dennoch vorankommt.



Christian Wewezow, Bundesverband mittelständische Wirtschaft

**Sie beide wollen Unternehmer\*innen für Kooperationen begeistern. Ist dieses Mindset etwas, an das Sie dabei anknüpfen können?**

**Christian Wewezow:**

Mittelständler sind aus gutem Grund eher konservativ. Wenn eine Unternehmerin oder ein Unternehmer sich auf eine Kooperation oder gar eine Beteiligung einlässt, steht der Wunsch nach Sicherheit ganz oben. Die ist natürlich bei den ganz jungen Start-up-Pflänzchen nicht garantiert, insbesondere wenn diese ihr Geschäft per „Bootstrapping“<sup>3</sup>, also komplett aus eigener finanzieller Kraft, aufbauen. Gerade weil das wiederum die Entwicklungsmöglichkeiten einschränkt. Aber es verbindet beide Seiten, wenn sie feststellen: Wir leben die gleichen Werte, das Gegenüber kämpft genauso wie ich selbst. Ich verstehe mich deswegen auch als Brückenbauer zwischen den beiden Welten. Und ich habe bei meinen Beteiligungen an jungen Unternehmen selbst erfahren, wie sehr es zusammenschweißt, wenn das Verhältnis sich zu gelebtem Vertrauen entwickelt.

**Peter Hornik:**

Ich kann das nur unterstreichen und noch einen Aspekt ergänzen: Man gründet häufig vor dem 35. oder nach dem 45. Lebensjahr – einfach, weil dazwischen meist Sicherheit eine große Rolle spielt. Genauso wichtig ist allerdings der Faktor Zeit: Sie ist für Unternehmer\*innen und Gründer\*innen ein knappes Gut. Dementsprechend steht der Mittelstand nicht bei mir Schlange, um über den digihub sein Netzwerk auszubauen. Ich fahre zu den Unternehmen raus, spreche mit den Entscheider\*innen und bringe neben guten Argumenten meist auch eine Empfehlung der IHK mit. Kaltakquisen sind so gut wie nicht möglich.

**Mit welchen Argumenten überzeugen Sie?**

**Peter Hornik:**

Insbesondere die eher bodenständigen Unternehmer\*innen lassen sich für technologische Lösungen begeistern – gerade, weil diese umso einsatzfähiger sind. Oft sind die Start-ups zudem universitäre Gründungen, hinter denen bereits Business-Angels<sup>4</sup> stehen.

**Christian Wewezow:**

Das ist genau die richtige Richtung! Wir brauchen nicht den nächsten Bringdienst, sondern Technologie-Start-ups, die sich beispielsweise mit Intralogistik oder Quantencomputing beschäftigen. Das Problem ist: Gründer\*innen haben zwar oft das technische Know-how, kennen aber nicht die passenden Marktanwendungen oder Prozesse, die sie mit ihrer digitalen Kompetenz



Peter Hornik, digihub Düsseldorf/Rheinland

**„Wir müssen die Kirchturmpolitik überwinden und uns gemeinsam starkmachen für unsere Start-up-Landschaft.“**

**Peter Hornik**

**Peter Hornik**

ist gemeinsam mit Dr. Klemens Gaida Geschäftsführer des Digital Innovation Hub Düsseldorf/Rheinland GmbH – kurz „digihub“. Ihr Ziel: Städte und Gemeinden, IHKs, Mittelstand und Corporates, Co-Working-Spaces, Finanzinstitute, Hochschulen und Business-Angels zu vernetzen und so die Wirtschaftsregion weiterzubringen.

**Christian Wewezow**

ist seit 15 Jahren Unternehmer und Founding Partner der Startify GmbH, Clockwise Consulting GmbH und fabforce GmbH & Co KG. Beim Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW) ist der Sohn einer Unternehmerfamilie Mitglied der Bundesfachkommission Start-ups und Unternehmensgründung.

unterstützen könnten. Erst wenn sie Technologien, Erfahrungen und Kompetenzen mit den Mittelständlern austauschen, finden sie die richtige Lösung. Dafür müssen sich die Expert\*innen im Mittelstand allerdings zeitweise zugunsten der Innovation aus dem Kerngeschäft rausziehen. Forschung und Entwicklung braucht Zeit. Wer zwei Hasen fangen will, fängt keinen.

### Was charakterisiert Düsseldorf als Start-up-Standort – und was können wir von anderen Standorten lernen?

#### Peter Hornik:

Düsseldorf war in den vergangenen 20 Jahren noch kein Hotspot für Start-ups. Berlin und München haben da genau diesen Entwicklungsvorsprung. Dahinter stecken auch Familienunternehmen, die etwas in ihr Business-Ökosystem zurückgeben – sei es die Familie Klatten oder Bertelsmann. Prägend sind auch Unternehmen wie Rocket Internet in Berlin oder die Intershop AG in Jena. Seit etwa fünf Jahren gibt es auch in Düsseldorf enorm viel Bewegung. Dazu beigetragen hat das Erfolgsbeispiel Trivago, aber auch durch die zunehmende institutionelle Förderung, wie zum Beispiel durch die Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Düsseldorf, wurde die Entwicklung zusätzlich befeuert.

#### Christian Wewezow:

Das beleuchtet wiederum eine andere Seite der deutschen Start-up-Landschaft, denn auch hier gilt in gewissem Maße Kirchturmpolitik. Im internationalen Wettbewerb belegen wir mittlerweile hintere Plätze bei der Entwicklung von Gründer\*innen und jungen Unternehmer\*innen. Wenn nicht bald ein großes Umdenken stattfindet, dann verlieren wir viel Potenzial, um auch in Zukunft den deutschen Mittelstand zu erneuern. Für die Gründer\*innen wäre es sicher hilfreich, wenn der Mittelstand mit seinem Prozess-Know-how, der Finanzierungskraft und den Marktkontakten jungen Start-ups stärker

unter die Arme greifen würde, zum Beispiel bei der Early-Stage-Finanzierung.

### Was könnten wir besser machen?

#### Christian Wewezow:

Bürokratieabbau ist sicherlich ein sehr wichtiges Thema: Laut einer aktuellen Handelsblatt-Umfrage sehen 80 Prozent der Unternehmer\*innen zu viel Bürokratie als Toprisiko für ihr Geschäft. Das Thema beschäftigt sie mehr als der Fachkräftemangel und die Coronafolgen. Es kann beispielsweise nicht sein, dass manche neu gegründeten Unternehmen mehrere Monate auf eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer warten müssen und in diesem Zeitraum keine Rechnungen stellen können. Es müsste auch zum Beispiel sehr viel einfacher sein, eine Finanzierung aufzusetzen und Förderhilfen zu beantragen. Denn in der staatlichen Technologieförderung liegt eine weitere Baustelle, zumindest wenn es um die Nachfinanzierung von Hochschulgründungen geht.

#### Peter Hornik:

Den Brain-Drain sehen wir ja schon innerhalb Deutschlands. Wir haben eine ausgezeichnete Hochschullandschaft in NRW und sehen immer wieder, dass Talente an die Standorte der Automobilhersteller und Maschinenbauer abwandern. Dabei gibt es äußerst leistungsfähige Mittelständler hier in unserem Bundesland. Wir müssten den Anspruch haben, zu den EU-Top-Ten der Start-up-Ökosysteme zu gehören. Aber generell ist die angesprochene Kirchturmpolitik ein Problem. Deswegen sage ich: Ihr müsst gemeinsam auftreten und euch für das stark wachsende Fundament engagieren! Landes- oder sogar bundesweit sehe ich da zwei riesige Hebel – schon in der Bildung: Erstens sollte Entrepreneurship in der Schule ein Thema sein und zweitens müssen wir nach wie vor mehr Frauen für die MINT-Berufe begeistern.

## Glossar

1) **Big, hairy, audacious goals**, Jim Collins, Managementberater: „Ein echtes BHAG (sprich „Beehag“) ist klar und überzeugend, dient als einheitlicher Fokus der Bemühungen und wirkt als klarer Katalysator für den Teamgeist. Es hat eine klare Ziellinie, sodass die Organisation wissen kann, wann sie das Ziel erreicht hat; Menschen streben gerne zu Ziellinien hin.“

2) **Igelprinzip**: Das Erfolgsprinzip des Igels: Reduktion auf seine Kernziele. Damit setzt er sich selbst gegen den schlaunen Fuchs durch.

3) **Bootstrapping**: Gründer\*innen verzichten auf externe Kapitalgeber und stützen sich auf eigenes Kapital, das von Familie oder Freunden stammt, auf Fördermittel und/oder einen kleinen Bankkredit. Sie müssen daher versuchen, möglichst schnell in die Umsatz- und Gewinnzone zu kommen.

4) **Business-Angels**: Im Tausch gegen Unternehmensanteile unterstützen meist erfahrene Unternehmer\*innen oder Manager\*innen junge Unternehmen finanziell sowie mit ihrem Wissen und neuen Kontakten.



## Interview

# Venture-Capital ist ein Beschleuniger

## Gründen mit Venture-Capital sei die Formel 1 der Start-up-Szene, so Christian Knott. Er ist Managing Partner bei Capnamic Ventures und gibt Tipps zur Frage: Wer ist fit für den Fahrersitz?

**Sie investieren Geld von Banken, privaten Investoren und Unternehmen. Welche Rechnung machen Sie dabei auf?**

Venture-Capital beschleunigt die Entwicklung eines Start-ups: Wir setzen auf ein Minimum von einer dreifachen Rendite in zehn Jahren. Das bedeutet: Bei einer Normalverteilung über zehn Investments muss man davon ausgehen, dass fünf keine Rendite abwerfen. Etwa drei werden genau das investierte Kapital abwerfen und die restlichen beiden müssen umso mehr liefern. Unsere Rechnung geht dann auf, wenn diese für jeden eingesetzten Euro eine mehr als zehnfache Rendite bringen. Dabei handelt es sich oft um sehr schnell wachsende und expandierende Start-ups – und das birgt natürlich die Gefahr, dass man bei dieser schnellen Taktung und Geschwindigkeit aus der Kurve fliegt.

**Wie gehen Sie mit diesem Risiko um?**

Wir suchen die Gründer\*innen-Teams sehr genau aus und arbeiten da nicht nur mit Kennzahlen, sondern entwickeln über mehrere Wochen intensiver Gespräche ein „wissendes Bauchgefühl“. Doch kein Gründungsteam ist von vornherein perfekt. Wir unterstützen die Teams mit unserem Netzwerk und bieten an, mit Coachings in Sachen Finanzen, Sales oder Persönlichkeitsentwicklung den nächsten Entwicklungsschritt zu gehen. Abgesehen davon geben die Gründer\*innen gewisse Businessgarantien, die dann auch ihr eigenes Geld betreffen. Zuletzt haben wir bei wichtigen Entscheidungen personeller oder finanzieller Art ein Mitsprache- beziehungsweise Entscheidungsrecht. Ich vermeide es aber möglichst, so tief in das Geschäft einzugreifen.

**Strategische Zurückhaltung empfehlen Sie auch Ihren Investoren. Warum?**

Man sollte finanziellen nicht mit strategischem Erfolg verwechseln. Das hat zwei Gründe: Wenn ich erstens in ein Start-up investiere, damit es sein Produkt auf meine Bedürfnisse hin entwickelt, funktioniert es nicht mehr für andere Unternehmen. Das heißt, das Start-up kann nicht skalieren. Zweitens führt das zu einer adversen Selektion, das heißt, es bieten sich nur Gründer\*innen für eine Partnerschaft an, die sonst keine andere Wahl hätten – gute Gründer lassen sich nicht darauf ein, an der kurzen Leine geführt zu werden.

**Können Existenzgründer\*innen denn zwischen verschiedenen Kapitalgebern auswählen? Wie sieht der Markt für Start-up-Investitionen aus?**

Der Markt ist heute sehr gereift. Das heißt, dass man sich als Investor als wirklich guter Partner erweisen muss. Die Ausnahme ist vermutlich noch die Pre-Seed-Phase, in der Ideen erst entwickelt werden. Da ist das Angebot an institutionellen Investoren vergleichsweise noch nicht so groß. Wir als Capnamic Ventures bauen unser Engagement da gerade sehr aus. In der Seed- und Series-A-Phase sind wir in Deutschland gut ausgestattet. Und in der Series-B-Phase, in der eine Internationalisierung vorbereitet wird, haben wir einen starken Kapitalzustrom aus dem Ausland von renommierten Investoren, vor allem aus den USA, UK und zunehmend auch aus den asiatischen Ländern.

## Tipps für Kapitalgeber

**Portfoliotheorie:** Verteilen Sie Ihre Investments klug.

**Scheitern ist möglich:** Stellen Sie sich darauf ein, dass es Insolvenzen im Portfolio geben wird.

**Freiraum lassen:** Die Gründer\*innen sitzen auf dem Fahrersitz. Greifen Sie ihnen nicht ins Steuer.

**Agenda:** Es geht um gemeinsame finanzielle Interessen, nicht darum, das Produkt auf das eigene Geschäftsmodell zuzuschneiden.

**Bei strategischem Interesse:** Wählen Sie einen anderen Weg – beispielsweise eine Partnerschaft.



Christian Knott, Managing Partner bei Capnamic Ventures

## Start-up-Check Venture-Capital

Diese Fragen stellen VCs Gründer\*innen ...

### ... in der Seed-Phase:

**Gründerteam:** Ergänzen sich die Teammitglieder fachlich? Können sie gut zusammenarbeiten? Sind sie flexibel genug, auf neue Möglichkeiten zu reagieren?

**Fachkräfte:** Ist das Start-up attraktiv für gute Mitarbeitende und gibt es diese im Arbeitsmarkt?

**Produkt:** Lässt sich die Idee tatsächlich umsetzen? Gibt es einen Product-Market-Fit?

**Skalierbarkeit:** Sind die Grenzkosten gering und gibt es ein nahezu unendliches Marktpotenzial?

**Marktrelevanz:** Könnte das Start-up das nächste Unicorn werden, also einen Wert von einer Milliarde US-Dollar annehmen?

**Marktumfeld:** Gibt es im Wettbewerb weiteres Potenzial für einen Umsatz von 100 Millionen Euro?

**Portfolio:** Passt die Idee zum Investitionsschwerpunkt des Geldgebers? Stimmt die Chemie?

### ... in der Series-A-Phase:

**Wachstum:** Lässt sich die Organisation ausbauen? Sind Prozesse standardisiert?

**Kundentreue:** Lassen sich bestehende Kund\*innen halten und gibt es Kanäle (Marketing) für die Gewinnung neuer Kund\*innen?

**Neue Märkte:** Lässt sich die Organisation dezentralisieren und internationalisieren?

## Capnamic Ventures

Der Frühphaseninvestor mit Standorten in Köln und Berlin ist ein Kapitalgeber für Technologie-Start-ups aus dem deutschsprachigen Raum und unterstützt Start-ups durch sein Wissen im Company-Building sowie mit einem Netzwerk aus Unternehmensinvestoren.

## Digitales Ökosystem

# Start-up-Radar

**Die Stadtparkasse kooperiert mit mehreren Start-ups – sowohl als Kundin als auch als Kapitalgeberin über die neoteq ventures und Capnamic.**

Beide Experten für digitale Gründungsideen bereichern das digitale Ökosystem der Stadtparkasse durch neue Impulse aus der Start-up-Szene. Von dieser engen Vernetzung profitieren nicht nur die Existenzgründer\*innen, erklärt Robin Nehring, Leiter der strategischen Unternehmensentwicklung der Stadtparkasse: „Wir sind stets auf der Suche nach Geschäftsmodellen, die für unsere mittelständischen Firmenkund\*innen interessant sind.“ Heute auf dem Radar: drei junge Unternehmen, die Zusammenarbeit und Kommunikation durch digitale Tools einfacher und menschlicher machen.



### **Was macht das Start-up?**

cofenster ist eine webbasierte Software, mit der Mitarbeitende eines Unternehmens sehr einfach Videos erstellen können – ohne besondere Kenntnisse von Schnitttools. Vorstellung neuer Kolleg\*innen, News-Updates aus den Abteilungen, mitarbeitergenerierter Videocontent zum Beispiel für Social Intranets können so für interne Zwecke im Bewegtbild dargestellt werden. Die Videos können auch für externe Stellenbeschreibungen oder Teamvorstellungen eingesetzt werden, um ein modernes und digitales Employer-Branding auszubauen.

### **Wie machen Sie das? Was ist das Besondere?**

Vom Drehbuch über die Produktion bis zur Anpassung im Corporate-Design sind dort alle notwendigen Schritte im Prozess vorgegeben. Das ist einfach nachzuvollziehen und dient gleichzeitig der Qualitätssicherung. Alle Beteiligten können jederzeit auf die Software zugreifen und zusammenarbeiten. Ergänzt werden die Funktionen durch Videodesigns und eine automatische Untertitelung.

### **Welchen Nutzen bringt diese Lösung KMUs?**

Vieles lässt sich per Video einfacher, verständlicher und emotionaler transportieren als über andere Formate. Doch häufig ist die Hürde eines professionellen Videodrehs für KMUs zu hoch. Mit der Software können Videos schnell und hochwertig realisiert werden – auch ohne ein großes Budget für ein Filmteam. Die interne und externe Kommunikation wird dadurch lebendiger, authentischer und rückt näher an die Nutzungsgewohnheiten der Zielgruppe heran.

### **Was sollten KMUs für eine Kooperation mitbringen?**

Voraussetzung ist die Offenheit für eine authentische Kommunikation, an der möglichst viele Mitarbeitende beteiligt sind.

# Circula

## Was macht das Start-up?

In der App von Circula können Mitarbeitende Reisekosten, Spesen, Auslagen beziehungsweise Verpflegungsmehraufwände und Zuschüsse eintragen und von ihren Führungskräften bewilligen lassen. Die Einträge werden per Schnittstelle an gängige Buchhaltungssysteme, Reisebuchungsplattformen und HR-Systeme übertragen – zum Beispiel an DATEV, einen Partner von Circula.

## Wie machen Sie das? Was ist das Besondere?

Die Erfassung von Kosten funktioniert vollständig digital: Mitarbeitende müssen dafür einfach den Beleg fotografieren und hochladen. Durch einen OCR-Scanner kann dieser im System erfasst werden. Die Ausgabe wird daraufhin einfach und schnell von der Führungskraft via Mobile App oder Web App freigegeben und im Anschluss von der Buchhaltung geprüft. Gleichzeitig trägt die App rechtlichen Anforderungen Rechnung, ist revisionssicher und GoDB-konform.

## Welchen Nutzen bringt diese Lösung KMUs?

Die App entlastet Mitarbeitende, Führungskräfte und die Buchhaltung. Das fördert nicht nur die Arbeitszufriedenheit, sondern kann auch dafür sorgen, dass Belege schneller bearbeitet und Kosten schneller beglichen werden. Das schafft Transparenz und verhindert, dass Mitarbeitende unnötig lange auf die Begleichung ihrer Auslagen warten müssen. Zudem muss die Buchhaltung nicht mehr auf die zeitfressende Suche nach Papierbelegen gehen.

## Was sollten KMUs für eine Kooperation mitbringen?

Den Wunsch mit veralteten Spesenauslagen und Buchhaltungssystemen aufzuräumen. Die Hürden sind denkbar niedrig: Die mobile App kann via Smartphone installiert werden, die Web App wird über den Browser gesteuert.

# getbaff

## Was macht das Start-up?

getbaff ist ein junges Düsseldorfer Technologieunternehmen. Die Augmented-Reality-Experten vereinen die analoge mit der digitalen Welt, indem sie analoge Oberflächen, wie zum Beispiel Produktverpackungen, durch Augmented Reality erlebbar machen.

## Wie machen Sie das? Was ist das Besondere?

Augmented Reality ist mehr als Spielerei: Durch die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten und die verschiedensten Inhalte, die auf den Oberflächen abgespielt werden können, bietet die Technologie einen echten Mehrwert – sowohl für Unternehmen als auch für Nutzer\*innen. Eine Technologie mit Wow-Effekt!

## Welchen Nutzen bringt diese Lösung KMUs?

Augmented Reality kann in den verschiedensten Branchen und Bereichen angewendet werden. Je nach Einsatzbereich hat das unterschiedliche Vorteile: KMUs können ihre Kund\*innen auch auf Distanz persönlich erreichen und präsentieren sich als modernes Unternehmen. Sie bestärken die Kaufentscheidung, weil sich ihre Kund\*innen am Point of Sale länger mit ihrem Produkt beschäftigen. Durch Datenanalyse können sie zudem die Zielgruppenansprache optimieren.

## Was sollten KMUs für eine Kooperation mitbringen?

Spannende und attraktive Inhalte sowie Hingucker, die dazu einladen, mehr erfahren zu wollen. Und Interesse an den Kund\*innen – zum Beispiel dahin gehend: Wie lange haben sie sich mit dem Produkt beschäftigt und gab es eine Conversion?

## Ambivation

# Der Matchmaker

**Christoph Baier begleitet mit seiner Innovationsberatung Ambivation Kooperationen zwischen Unternehmen und Start-ups. Im Interview erläutert er, worauf es dabei ankommt, und gibt Tipps für die Zusammenarbeit.**

### **Wie kam es zu der Idee, das Matchmaking von Start-ups und Corporates zu Ihrem Geschäftsmodell zu machen?**

Wir haben uns bereits zuvor mit founderio.com um das Matchmaking von Gründer\*innen und Mitgründer\*innen gekümmert. Dort haben wir gelernt, dass das Matchmaking von Start-ups und Unternehmen eine noch größere Herausforderung darstellt. Kooperationen auf Augenhöhe helfen Unternehmen dabei, Innovationen schneller umzusetzen – Start-ups profitieren von Kundenkontakten und Netzwerkpartner\*innen.

### **Welche Formen der Zusammenarbeit gibt es?**

Mögliche Kooperationsformen sind sehr vielfältig und überlappen sich oftmals. Eine Zusammenarbeit kann zum Beispiel mit einem persönlichen Erfahrungsaustausch beginnen, über eine Kunden- oder Lieferantenbeziehung vertieft werden und manchmal bis hin zu einer Investition oder Übernahme des Start-ups führen. Am Ende ist es wichtig, Win-win-Potenziale für beide Seiten zu identifizieren. Zudem raten wir unseren Kund\*innen, die Zusammenarbeit mit kleinen Schritten zu starten – und wenn sich die Beziehung gut entwickelt, die Kooperation zu vertiefen.

### **Wie genau gehen Sie beim Matchmaking vor?**

Methodisch ist uns zu Beginn wichtig, den konkreten Bedarf des Unternehmens zu verstehen: Möchte es beispielsweise einen vertiefenden Einblick in aktuelle Trends und Technologien erhalten? Sollen neue Lösungen für Kund\*innen entwickelt werden? Auf dieser Grundlage erarbeiten wir dann einen Steckbrief, der für die Recherche und Vorbewertung passender Start-ups dient (Start-up-Scouting). Im nächsten Schritt bewerten wir gemeinsam mit unserem Kund\*innen, welche Start-ups am relevantesten sind und mit welchen Start-ups welche Schritte geplant werden. Hierbei begleiten wir unsere Kund\*innen und agieren oft als Sparringspartner für die Geschäftsführung und das Innovationsmanagement.



### Was sollten Mittelständler\*innen beachten, wenn sie eine Zusammenarbeit mit einem Start-up anstreben?

Zunächst sollten Mittelständler\*innen sich intensiv mit ihrem eigenen Markt beschäftigen und sich einen Überblick über relevante Start-ups und deren Lösungen verschaffen. Ein Verständnis für die Arbeitsweise und die Methoden von Start-ups ist ebenso hilfreich. Dieses Wissen unterstützt die Unternehmen dabei, Potenziale und eventuelle neue Ertragsquellen zu erkennen. Im nächsten Schritt kann dann bewertet werden, ob eine Kooperation grundsätzlich sinnvoll ist, und wenn ja, in welchem Rahmen.

### Welche Tipps geben Sie mittelständischen Unternehmen mit auf den Weg, damit die Zusammenarbeit dann auch in der Praxis gelingt?

Wenn sich Mittelständler\*innen für eine Zusammenarbeit entscheiden, empfehlen wir, dass sich die beteiligten Personen zunächst persönlich kennenlernen. Derartige Gespräche sollten immer auf Augenhöhe geführt werden. Beide Seiten müssen wissen, dass Start-ups gewisse Stärken und Schwächen haben – genauso wie Unternehmen auch. Haben sich beide Seiten kennengelernt, können dann gemeinsam Ziele sowie Werte definiert und eine Win-win-Strategie entwickelt werden.

Christoph Baier, Ambivation

## Unternehmenssteckbrief

**Name:** Ambivation

**Geschäftsführung:** Christoph Baier

**Standort:** Berlin

**Kunden:** Bosch, Verein Deutscher Werkzeugmaschinenfabriken, Siemens, Deutsche Leasing, Nassauische Heimstätte u.v.m.

**Website:** [www.ambivation.com](http://www.ambivation.com)

Start-up-tour mit der Deutsche Leasing  
(Use Case) – Ambivation

## Bewusstsein schaffen

# Hand in Hand für den Mittelstand und Start-ups

## Unternehmensentwicklung, Presse und Kundenkommunikation gemeinsam für Ihr Netzwerk

Für Robin Nehring, den Leiter der strategischen Unternehmensentwicklung der Stadtsparkasse Düsseldorf, ist die Vernetzung von Mittelstand und Start-up-Ökosystem eine der Topprioritäten: „Je früher Unternehmen Zugang zu neuen Technologien erhalten, desto besser können sie sich mit innovativen Lösungen positionieren – und das stärkt unseren Wirtschaftsstandort“, begründet er das Engagement. Nehring arbeitet eng mit Jeannine Malcherek-Wirtz aus der Kundenkommunikation und Fabian Haag aus der Unternehmenskommunikation zusammen. Das kollaborativ agierende Team kann so eine breite Aufmerksamkeit für das Thema schaffen: Wie profitieren Mittelstand und Start-ups von einer Zusammenarbeit? Welche Hürden gilt es zu nehmen? Welche Unternehmen passen am besten zusammen?

Das Team geht aber noch einen Schritt weiter: Es schafft und vertieft stetig das Netzwerk für seine Unternehmenskund\*innen. Die Zusammenarbeit mit weiteren Institutionen wie dem [digihub](#) oder dem [Vodafone-Uplift](#)-Programm stehen dafür. Zudem laden sie sehr gezielt zu Veranstaltungen wie der „Digital Learning Journey“ ein. Wer nicht dabei sein kann, findet die wichtigsten Informationen dazu auf sämtlichen Kanälen der Stadtsparkasse: zum Beispiel in Veröffentlichungen

von Blogs, Fachpublikationen und der regionalen Presse. Oder auf der [LinkedIn-Seite](#) der Stadtsparkasse Düsseldorf. Hier präsentieren sich unter anderem Start-ups mit ihren Ideen im 60-Sekunden-Pitch. Im Podcast #DigiDUS kommen Unternehmer\*innen und Expert\*innen zu Wort und teilen ihre Erfahrung. Im Kund\*innenmagazin „DialogImpuls“ sind es die Erfolgsgeschichten aus dem Netzwerk, die inspirieren sollen. „Am Thema ‚Start-up meets Mittelstand‘ kommt niemand mehr vorbei, der unsere Kommunikation verfolgt“, sagt Robin Nehring, „und das ist gut so.“



v.l.n.r.: **Fabian Haag**, Unternehmenskommunikation; **Robin Nehring**, Unternehmensentwicklung; **Jeannine Malcherek-Wirtz**, Kundenkommunikation

DONE

DONE

DONE



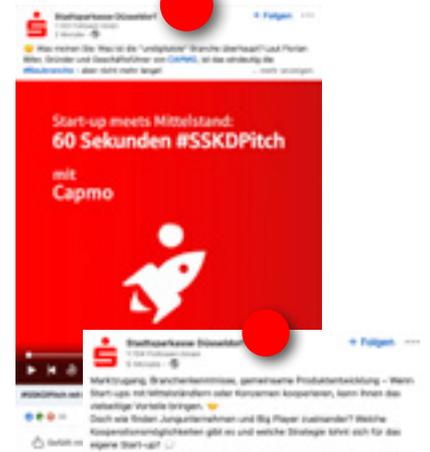
**Firmenkund\*innenmagazin DialogImpuls**, u. a. mit Beiträgen über spannende Start-ups und erfolgreiche Kooperationen



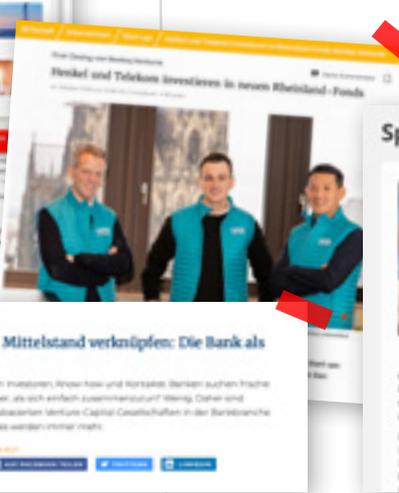
**Podcastserie** mit interessanten Playern der Düsseldorfer Wirtschaftsregion, Blick über den Tellerrand



**Digital Learning Journey** zum Start-up-Hotspot Berlin – 15 Mittelständler\*innen und 25 Einzelgespräche mit einem Ziel: mehr übereinander lernen



**Wöchentliche Updates auf LinkedIn** mit neuem Content zu Start-ups



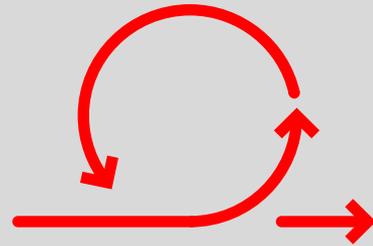
**Agendasetting** in regionalen und überregionalen Fachmedien

## Firmenkund\*innenumfrage

# Wie digital ist Düsseldorf?

**Düsseldorfer Unternehmen investieren verstärkt in Digitalisierung. Sechs von zehn Unternehmen in der Region planen konkrete Investitionen in Digitalisierungsprojekte.**

Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage, die die Stadtparkasse Düsseldorf unter mehr als 160 Unternehmenskund\*innen verschiedener Branchen durchgeführt hat. Wir wollten wissen: Wo steht der Mittelstand in Düsseldorf und der Region in Sachen Digitalisierung? Welche Investitionen planen die Unternehmen und was stellt sie vor Herausforderungen? Unsere Onlineumfrage gibt deutliche Hinweise darauf. Ein erstes Fazit: Das Thema birgt noch viel Potenzial und der Bedarf an Beratung sowie fachlicher Umsetzungsexpertise ist hoch.



Zu den **meistgenannten Vorteilen**

der Digitalisierung zählen:

- › höhere Flexibilität und Agilität
- › bessere Kommunikation und Zusammenarbeit mit Unternehmen
- › Senkung der Kosten



**8 von 10 Kunden** erachten das Thema Digitalisierung als wichtig.



Folgende **Digitalisierungsthemen** haben für die befragten Unternehmen **Priorität:**

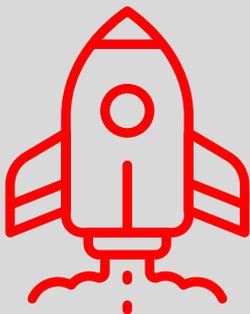
- › digitales Projektmanagement
- › CRM und digitaler Kundenservice
- › Onlinemarketing



**6 von 10 Kunden** planen konkrete Investitionen in Digitalisierungsprojekte, vor allem in den Bereichen Buchhaltung, Backoffice, Marketing, Personal und Vertrieb.



**Jedes zweite Unternehmen** sieht die fehlende Qualifizierung von Mitarbeitenden als größte Herausforderung in der Umsetzung von Digitalisierungsvorhaben an. Dahinter folgen technische Kompatibilitätsprobleme und finanzielle Aspekte.



**4 von 10 Unternehmen** arbeiten bereits mit Start-ups zusammen, um digitale Prozesse voranzutreiben.



**Rund die Hälfte der Unternehmen** benötigt Unterstützung durch externe Experten. 4 von 10 der Befragten wünschen sich zudem eine persönliche Beratung.

## Finanzierung

# Fördermöglichkeiten für die Digitalisierung

**Unternehmen, Handwerksbetriebe und Freiberufler\*innen können auf eine Vielzahl an öffentlichen Förderungen für die Digitalisierung zurückgreifen. Sowohl das Land Nordrhein-Westfalen als auch der Bund unterstützen finanziell bei Digitalisierungsvorhaben. Wir haben eine Auswahl der wichtigsten Fördermöglichkeiten für Sie zusammengefasst.**

## Digitalisierung

### **NRW.BANK.Digitalisierungskredit**

Kann eingesetzt werden für Digitalisierungsmaßnahmen in den Bereichen digitale Produktion und Verfahren, digitale Produkte sowie digitale Strategie und Organisation.

### **ERP-Digitalisierungs- und Innovationskredit**

Mit diesem Programm fördert die KfW Unternehmen, die im Zusammenhang mit einem Digitalisierungs- und Innovationsvorhaben einen Finanzierungsbedarf haben, beispielsweise für Investitionen oder Betriebsmittel.

## Innovation

### **NRW.BANK.Innovationskredit**

Fördert Innovationsvorhaben, mit denen neue, technologisch fortschrittliche Produkte in das Produktionsprogramm aufgenommen beziehungsweise entsprechende Produktionsverfahren eingeführt werden sollen.

### **NRW.BANK.Innovative Unternehmen**

Darlehen können für Betriebsmittel, Innovation, Wachstums- und Erweiterungsinvestitionen beantragt werden.





## Drei Fragen an Haitham Ibrahim

Leiter Vertriebsmanagement Firmenkunden der Stadtsparkasse Düsseldorf

### Welche Fördermittel gibt es?

Grundsätzlich stehen Unternehmen unterschiedliche Fördermöglichkeiten zur Verfügung. Die häufigste Form der Förderung sind zinsgünstige Kredite für Investitionen. Daneben werden Unternehmen bei einigen Digitalisierungsprogrammen auch mit Zuschüssen unterstützt, die nicht zurückgezahlt werden müssen. Die Höhe der Förderquote ist dabei abhängig vom jeweiligen Programm und der Größe des Unternehmens.

### Wie können Unternehmen Fördermittel beantragen?

Um Förderungen zu erhalten, müssen Unternehmen in der Regel einen Antrag stellen. Wichtig: Die Förderungen müssen meistens frühzeitig vor Beginn des Digitalisierungsvorhabens beantragt werden. Zudem ist eine ausführliche und persönliche Fördermittelberatung empfehlenswert. Anträge können dann entweder bei den zuständigen Projektträgern oder der zuständigen Sparkasse beziehungsweise Landesbank eingereicht werden. Bis die Bewilligung der Förderung erfolgt, kann es je nach Bundesland und Projektträger wenige Wochen bis drei Monate dauern.

### Was wird im Bereich Digitalisierung gefördert?

Wer genau wie gefördert wird, hängt vom jeweiligen Förderprogramm und der Größe des Unternehmens in Bezug auf die Belegschaft ab. Förderfähig sind beispielsweise Ausgaben für Hard- und Software, die Digitalisierung von Produktion und Verfahren, Investitionen in Cybersicherheit und Projekte rund um Industrie 4.0. Gefördert werden aber auch Leistungen von IT-Spezialist\*innen, Personalausgaben sowie Qualifikationen von Mitarbeiter\*innen im Bereich Digitalisierung. Einen guten Überblick über die einzelnen Fördermaßnahmen gibt die [Förderdatenbank](#) des Bundes.

**Haitham Ibrahim,**  
Leiter Vertriebsmanagement Firmenkunden  
der Stadtsparkasse Düsseldorf

## Best Practice

# Speeddating mit klarem Ziel

**Was bringen Netzwerkveranstaltungen, bei denen sich Start-ups und Mittelständler\*innen kennenlernen? Damit sich der zeitliche und manchmal auch finanzielle Aufwand lohnt, müssen einige Voraussetzungen stimmen. So wie bei unserem Best-Practice-Beispiel.**

Im Jahr 2019 – bei der „Digital Learning Journey“ der Stadtparkasse Düsseldorf und Capnamic – knüpften das Start-up Circula und Aengevelt erste Kontakte. Die Lösungen von Circula überzeugten Chiara Aengevelt, eine der geschäftsführenden Gesellschafter\*innen des Immobilienunternehmens. Heute erledigen ihre Mitarbeitenden sämtliche Reisekostenabrechnungen über die neue App von Circula – und das sogar gerne. Welche Hürden es zu überwinden galt, was die Beteiligten voneinander lernten und welche persönlichen Tipps sie für Sie haben: Juliette Kronauer, Partnerschaftsmanagerin bei Circula, und Chiara Aengevelt berichten.



Chiara Aengevelt, geschäftsführende Gesellschafterin Aengevelt

### Netzwerkveranstaltungen: Top oder Flop?

#### Chiara Aengevelt:

Ich beschäftige mich jeden Tag mit Immobilien für Gewerbe, Investoren und Privatkunden. Deswegen ist der Blick über den Tellerrand enorm wichtig. Denn auch wenn wir ein Unternehmen mit Tradition sind, sind wir für Innovationen sehr offen. Was mich besonders interessiert: Wie gehen andere Unternehmen neue Herausforderungen an? Auf Netzwerkveranstaltungen mit Start-ups trifft man auf Menschen, die etwas bewegen wollen. Gerade in Berlin ist das geprägt von Unbeschwertheit, guten Vibes und vielen guten Ideen.

#### Juliette Kronauer:

Als es für Konzerne modern wurde, Kontakt zu Start-ups aufzunehmen, war das oft wie ein Zoobesuch: Da fuhren Topmanager mit siebenstelligem Gehalt im Autokorso durch Berlin und ließen sich eine Idee nach der anderen präsentieren. Das war für viele Start-ups nicht nur aufwendig, sondern brachte auch keinen richtigen Austausch. Deswegen suchen wir uns Netzwerkveranstaltungen sehr gezielt aus – wie zum Beispiel die „Digital Learning Journey“. Wenn wir an so etwas teilnehmen, machen wir das auch richtig und mit einem klaren Ziel.

### Was war unser Need?

#### Chiara Aengevelt:

Reisekostenabrechnungen sind ein Horror. Man kann es nicht anders sagen. Ich kenne das noch aus meiner Zeit als Unternehmensberaterin: Da bin ich manchmal sonntags ins Büro gekommen, um sie noch zu erledigen – meist hatte sich da innerhalb kürzester Zeit eine gute Summe angesammelt. Und oft stellte man nach sechs Wochen Bearbeitungszeit fest, dass irgendwo ein Häkchen gefehlt hat. Das war kein cooles Erlebnis. Deswegen war ich gespannt, was Circula uns zu bieten hat.

#### Juliette Kronauer:

Wir sind ein wachsendes Unternehmen und arbeiten sehr konzentriert an unseren Lösungen. Zeit ist für uns ein sehr relevanter Faktor. Auf guten Netzwerkveranstaltungen bekommen wir viel auf einmal: zum Beispiel Denkanstöße von potenziellen Kund\*innen aus ganz unterschiedlichen Branchen und Kontakte über die gesamte Wertschöpfungskette. So nehmen wir die Erfahrungen aller Beteiligten mit, die in einem Prozess involviert sind.

Das hilft uns wiederum, unsere Lösungen zu verbessern. Abgesehen davon sind die persönlichen Kontakte, die wir dort knüpfen können, wahnsinnig viel wert, vielleicht erst nach zwei Jahren, aber sie sind eben relevant.

### Was hat die Zusammenarbeit erleichtert?

#### Chiara Aengevelt:

Wir haben nach der Veranstaltung eine super Demo von Circula bekommen sowie einen Testaccount. Bei der Implementierung war uns wichtig, dass die Schnittstellen zum bestehenden System funktionieren, alles steuerkonform ist und Aspekte wie Aufbewahrungspflichten mitgedacht waren. Was die Einführung außerdem erleichtert hat: Es gab für alle eine kurze, knackige Online-schulung. Die hat auch ausgereicht, denn die Bedienung ist sehr intuitiv. Reisekostenabrechnungen machen jetzt tatsächlich Spaß, man kann sie mit dem Smartphone und dadurch einfach mal zwischendurch erledigen.

#### Juliette Kronauer:

Das Interesse und die Offenheit für unsere Lösung sind schon wichtig gewesen. So kann man voneinander lernen. Oft stellt man fest: Wenn man miteinander spricht, kann man auch eine Lösung finden.

### Ihre Tipps für unsere Leser\*innen?

#### Chiara Aengevelt:

Ich würde allen mittelständischen Unternehmen raten: Guckt euch um, vertraut und hört auf die Nachfolger\*innen. Denn auch Unternehmen mit Tradition brauchen Innovation und digitale Tools – nicht zuletzt, weil ihre Kund\*innen das von ihnen erwarten.

Mein Rat an Start-ups: Hören Sie sehr genau auf die Needs Ihrer Kund\*innen. Verstehen Sie ihre DNA. Denn wir sind seit 110 Jahren erfolgreich im Geschäft – immer mit der Anpassung an die aktuellen Gegebenheiten. Aber das gilt eigentlich für jeden, der mit Kunden zu tun hat: dass man einander zuhören muss.

Und nutzen Sie das Netzwerk. Denn natürlich bin ich bereit zu einem Gespräch, wenn mir jemand aus meinem Umfeld ein Start-up empfiehlt – sicherlich eher, als wenn ich den siebzigsten Cold Call bekomme.

#### Juliette Kronauer:

Nutzen Sie Netzwerke und Partnerschaften! Circula konnte beispielsweise in der Partnerschaft mit DATEV sehr viele Kund\*innen überzeugen. In jedem Unternehmen gibt es Menschen, die gut kommunizieren können und ohne Salesdruck das Ökosystem ausweiten. Immer mehr Unternehmen suchen gezielt nach guten Leuten für das Partnermanagement – eben, weil es sich lohnt.



Juliette Kronauer, Head of Partnerships

#### Circula

Mit einer App ganz einfach und intuitiv Barauslagen, Spesen und Benefits von Mitarbeitenden abrechnen – damit hat das 2017 gegründete Start-up sowohl Wagniskapitalgeber\*innen als auch Kund\*innen überzeugt. Sein Versprechen: Mit der digitalen Erfassung können 70 Prozent mehr Zeit eingespart werden im Vergleich zu einem manuellen Prozess.

#### Aengevelt

Das Familienunternehmen in vierter Generation bietet seit 110 Jahren Immobiliendienstleistungen für Gewerbe- und Privatkunden an. Genauso wie diese Tradition gehört die Offenheit für Veränderung und Innovation zu der DNA des Unternehmens.

Weitere Informationen finden Sie hier:  
[Digital Learning Journey](#)

# Sie sind Mittelständler\*in oder Gründer\*in?

Nutzen Sie unser Netzwerk und sprechen Sie uns an! Wir sind gerne für Sie da.  
Kontaktieren Sie uns unter: [digidus@sskduesseldorf.de](mailto:digidus@sskduesseldorf.de)

## Impressum

### Autoren

**Robin Nehring,**  
Leiter der strategischen  
Unternehmensentwicklung der  
Stadtsparkasse Düsseldorf



**Jeannine Malcherek-Wirtz,**  
Markenmanagerin,  
Kundenkommunikation der  
Stadtsparkasse Düsseldorf



**Fabian Haag,**  
Unternehmenskommunikation der  
Stadtsparkasse Düsseldorf



**Stadtsparkasse Düsseldorf**  
Berliner Allee 33  
40212 Düsseldorf

Telefon: 0211 878-2211  
Telefax: 0211 878-3656  
[service@sskduesseldorf.de](mailto:service@sskduesseldorf.de)  
[www.sskduesseldorf.de](http://www.sskduesseldorf.de)

### Redaktion und Layout

K12 Agentur für Kommunikation  
und Innovation GmbH  
Schirmerstraße 76  
D-40211 Düsseldorf  
[www.k-zwoelf.com](http://www.k-zwoelf.com)

### Bildnachweise

Christian Wewezow, Peter Hornik, Capnamic Ventures,  
Ambivation, Circula, Aengevelt, Michael Lübke,  
Heike Katthagen, Bildkraftwerk GbR

Die Angaben im Text sowie die Interpretation der  
Ergebnisse aus anonymisierten Umfragen unter  
Unternehmer\*innen in Deutschland sind unverbindlich  
und dienen lediglich zu Informationszwecken;  
Haftungsansprüche gegen die Stadtsparkasse  
Düsseldorf sind ausgeschlossen.

**November 2021**





# Lust auf mehr Start-up-Geist?

**In der aktuellen Podcast-  
folge von #DigiDUS erleben  
Sie einige unserer Interview-  
partner\*innen im Gespräch  
über die Zusammenarbeit von  
Mittelstand und Start-ups.**



Erfahren Sie in unserem Podcast #DigiDUS, welche Chancen die Digitalisierung für den Mittelstand bietet und welche Herausforderungen sie mit sich bringt.



**Stadtparkasse  
Düsseldorf**