



### KOOPERATIONEN ZWISCHEN STARTUPS UND ETABLIERTEN UNTERNEHMEN

Wie können StartUps und etablierte Unternehmen zusammenarbeiten?

Neugegründete StartUps und etablierte Unternehmen gehen im Unternehmensalltag häufig Kooperationen ein. Dies bietet Vorteile für beide Seiten. StartUps sind kleine, junge Unternehmen, mit innovativen Geschäftsideen, die sich oft durch flache Hierarchien und eine sehr agile Arbeitsweise auszeichnen. Demgegenüber verfügen am Markt etablierte Unternehmen über einen reichen Erfahrungsschatz sowie gefestigte Strukturen und Abläufe. Und so ergänzen sich beide Parteien bei einer Kooperation hervorragend – das StartUp bringt frischen Wind und neue Ideen, wohingegen das etablierte Unternehmen seine Erfahrungswerte gewinnbringend einsetzen kann. Eine solche Kooperation kann verschiedenartig ausgestaltet sein von der Ausgründung, über die Finanzierung bis hin zur Kundenbeziehung. Zudem gibt es projektbezogene Kooperationen, bei denen beide Parteien als gleichberechtigte Partner zusammenarbeiten. Im Folgen-

den werden die verschiedenen Kooperationsformen näher betrachtet. Eine klassische und häufige Kooperationsform ergibt sich durch die sogenannte Ausgründung. In der Regel sind StartUp-Unternehmen Neugründungen von einer oder mehreren Personen, die eigenständig agieren und die Gewinne aber auch die Verlustrisiken tragen. Manchmal ergibt sich jedoch eine StartUp-Gründung aus einem bestehenden, etablierten Unternehmen heraus. Dies geschieht häufig, wenn ein Unternehmen ein neues Geschäftsfeld erschließt oder eine innovative Geschäftsidee das bisherige Produktportfolio ergänzen soll. Durch die Ausgründung als neues StartUp kann diese Geschäftsidee unabhängig von bestehenden Unternehmensstrukturen mit mehr Flexibilität – aber in Kooperation mit dem Mutterkonzern, der Rückhalt und Sicherheiten bietet – entwickelt werden. Eine Kooperation zwischen Unterneh-

men und StartUp kann auch finanzieller Natur sein. Wie in der letzten Ausgabe berichtet, haben StartUps verschiedene Möglichkeiten zur Finanzierung, zum Beispiel durch Investorengelder, die unter anderem von Unternehmen bereitgestellt werden. Diese Art der Zusammenarbeit von StartUp und Unternehmen ist zunächst auf das Investment beschränkt, geht jedoch oft darüber hinaus, da Unternehmen dann in Start-Ups investieren, wenn sie einen Bezug zum StartUp-Unternehmen haben. So ergeben sich neben Mentoring und Vernetzung auch oft Kooperationsprojekte oder andere langfristige Geschäftsbeziehungen. Des Weiteren ergeben sich Kooperationen aus dem klassischen „B2B-Geschäft“, also den Geschäftsbeziehungen zwischen zwei oder mehreren Unternehmen – oder eben einem StartUp-Unternehmen, das etablierte Unternehmen als Kunden gewinnt. Dabei sind die ersten, namhaften Kunden für das StartUp be-

sonders wichtig, da sie eine Signalwirkung für andere Kunden haben und die Integrität des StartUps unterstreichen. Gleichzeitig sind die ersten Kunden besonders schwierig zu gewinnen, da gerade zu Beginn das Risiko eines Scheiterns des StartUps noch besonders hoch ist. Zudem sind die Produkte von StartUps neuartig und meist sehr technologiegelastig und so fällt es den Gründern und Gründerinnen oft nicht leicht Aufmerksamkeit und ein Problembewusstsein beim Kunden zu schaffen und Unternehmen von ihrer Lösung und ihrem Produkt zu überzeugen. Wie es StartUps dennoch gelingen kann und wie sich eine bedarfs- und kundenorientierte Kommunikation gut umsetzen lässt, wird im TRANSFERleben-Workshop von Bayern innovativ und dem INN.KUBATOR am 25. Januar im Gründerzentrum gemeinsam diskutiert und erarbeitet. Die Teilnahme steht allen Interessierten offen.

Damit sich etablierte Unternehmen über neue, digitale Lösungen informieren und von StartUps inspirieren lassen können, organisiert der INN.KUBATOR gemeinsam mit dem Wirtschaftsforum die Veranstaltungsreihe „Innovation.einfach.machen“. Bei dieser und ähnlichen Veranstaltungen werden etablierte Unternehmen inspiriert, wie sie neue Lösungen in ihr Unternehmen aufnehmen und sich zukunftsfähig aufstellen können. Eine andere Kooperationsform ist die gleichberechtigte Kooperation zwischen jungen und etablierten Unternehmen, bei denen beide Partner gemeinsam eine Herausforderung angehen und zusammen etwas Neues entwickeln. Diese Kooperation ist oft projektbezogen und findet in einem eng abgesteckten Rahmen statt. Dabei kann das Projekt entweder von einem der Projektpartner, StartUp oder etabliertes Unternehmen, oder aber von

einer externen Stelle definiert werden. Viele Förderprojekte beruhen auf aktuellen, wirtschaftlichen oder technologischen Herausforderungen, die im Rahmen von Projekten mit öffentlichen Fördergeldern finanziert werden.



**KONTAKT:**  
INN.KUBATOR  
Passau · Innstraße 69b  
94032 Passau  
0851/396 670 · info@innkubator.de  
[www.innkubator.de](http://www.innkubator.de)  
[www.facebook.com/innkubator](https://www.facebook.com/innkubator)  
[www.linkedin.de/company/gzdn](https://www.linkedin.de/company/gzdn)  
[www.instagram.com/gzdn\\_gruenderzentrum](https://www.instagram.com/gzdn_gruenderzentrum)

### Wie unterstützt der INN.KUBATOR die Zusammenarbeit von StartUps und etablierten Unternehmen?



Eine Veranstaltungsreihe des INN.KUBATOR mit dem Wirtschaftsforum Passau  
Foto: INN.KUBATOR

Als Gründerzentrum der Region Passau unterstützt der INN.KUBATOR StartUps auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmen. „Die Zusammenarbeit zwischen StartUps und Unternehmen sehen wir dabei als wichtigen Baustein für die Entwicklung des StartUps, aber auch für die Verankerung hier in der Region“ berichtet Mara Schneider vom INN.KUBATOR. Wie wichtig dies für die Unternehmen der Region ist, sieht man an der steigenden Zahl an Beiratsunternehmen, die das Gründerzentrum finanziell und ideell unterstützen. „Unser breites Netzwerk bildet eine großartige Grundlage, um StartUps und etablierte Unternehmen zusammenzubringen.

Dabei ist die Vernetzung von StartUps mit Branchenfachleuten genauso wichtig, wie die thematische Vernetzung, wenn ein Unternehmen mit einer Herausforderung zum INN.KUBATOR kommt, bei der ein StartUp unterstützen kann.“ Zusätzlich zur direkten Vernetzung bietet das Gründerzentrum bei verschiedenen Veranstaltungsformaten die Möglichkeit zum Austausch zwischen etablierten Unternehmen und StartUps. Bei Pitch Nights und der Innovation.einfach.machen-Reihe können StartUps ihre innovativen Lösungen vorstellen, wohingegen bei Hackathons gemeinsam an Herausforderungen aus Unternehmen getüftelt wird. Aktuelle Termine und Anmeldung finden Sie auf [www.innkubator.de/events](http://www.innkubator.de/events)



Mara Schneider, INN.KUBATOR Passau  
Foto: INN.KUBATOR

### Produktweiterentwicklung durch die Zusammenarbeit mit Kunden/Unternehmen

Die Geschäftsidee eines StartUps entsteht meist aus einem Problem, welchem der Gründer oder die Gründerin in ihrem Alltag begegnet. Von diesem Problem ausgehend wird die Idee entwickelt und um ein Geschäftsmodell zur Monetarisierung der Lösung ergänzt. Die Produkte vieler StartUps beruhen auf innovativen, neuen Technologien oder unterscheiden sich von bisherigen Produkten am Markt. Dabei ist das Geschäftsmodell und damit das Produkt des StartUps nicht von Anfang an genau definiert, sondern entwickelt sich weiter. Dies geschieht oft im Zusammenspiel mit denjenigen, die das Produkt in Zukunft nutzen wollen bzw. sollen.



Die Gründer der Tech Leaders Academy  
Foto: Tech Leaders Academy

Die Tech Leaders Academy beispielsweise ist noch ein sehr junges Unternehmen, das aktuell seine ersten Produkte auf den Markt gebracht hat. Bis es so weit war hat sich das Geschäftsmodell einige Male verändert. „Wir entwickeln unser Produkt am Markt. Das bedeutet, dass wir

uns regelmäßig und umfangreich Feedback unserer zukünftigen Nutzer und Nutzerinnen einholen.“ erläutert Sarah Stemmler, Mit-Gründerin von Tech Leaders Academy. „Unser Gründungsteam kommt aus dem Data Science Bereich, in dem wir nun mit unserem StartUp aktiv sind. So haben wir schnell eine breite Community aufbauen können, mit der wir nun in enger Abstimmung unser Produkt entwickelt haben und täglich weiter optimieren.“ Tech Leaders Academy bietet verschiedene Weiterbildungsangebote, z.B. Masterclasses und Coachings für Tech-Experten, die aus einer technischen Rolle in eine Führungsposition aufsteigen. „Speziell zu Beginn haben wir viele strukturierte Interviews geführt, um die Bedarfe und auch die Herausforderungen unserer Zielgruppe besser zu verstehen. Während der Produktentwicklung holen wir uns für einzelne Teilbereiche, wie Schulungsthemen, Produkt-Startseiten etc. Feedback im direkten Gespräch oder über Social Media. Auch aus unseren ersten Produkten konnten wir bereits viel für die weiteren Produkte lernen. Zu den Themen, die unsere Zielgruppe beschäftigen, organisieren wir Themenabende. Von den Gesprächen und Diskussionen



an diesen Abenden profitieren wir, ebenso wie unsere potenziellen Nutzerinnen und Nutzer.“ geht Stemmler weiter ins Detail.

gen. Unternehmen haben drei Ziele: Sie wollen für ihren Beruf begeistern, die relevante Zielgruppe erreichen und Bewerbun-



Das Team von Oabat; Foto: Oabat

Bei Oabat war die Entwicklung eine ähnliche. Am Anfang stand das Ziel, Einblicke in Berufe zu gewähren „und dieses Ziel steht bis heute bei Oabat im Vordergrund“ betont Veit Heller, einer der Gründer. Wie sie es schaffen möchten, dass Schüler und Schülerinnen, aber auch Studierende und Angestellte ein besseres Verständnis für



verschiedene Berufe bekommen, das hat sich im Laufe der Zeit verändert. „Zunächst wollten wir eine Social Plattform aufbauen, auf der Firmen Beiträge posten können. Haben aber zusammen mit den Nutzenden, aber auch den Unternehmen, die sich dort vorstellen sollten bemerkt, dass Schüler die Aktivitäten der Firmen zu wenig mitverfol-

gen erhalten. Und das am liebsten in einem Tool. Daran arbeiten wir seitdem. Das Tool ist fertig und viele Unternehmen nutzen Oabat bereits. Auch heute ergeben sich immer wieder neue Ideen für und Funktionen innerhalb des Tools. Während Corona hat Oabat zum Beispiel digitale Ausbildungsbörsen mit Livestream und Berufsvorstellung angeboten. Seit neuestem gibt es für Unternehmen verschiedene Channels, in denen sie ihre Jobs ausspielen können. Zum Beispiel als regionales StartUp-Unternehmen im INN.KUBATOR-Channel und damit auf der Seite des INN.KUBATOR, aber auch als regionales Unternehmen im Channel und auf der Seite des Landkreis Passau. Wir werden uns immer weiter verändern, aber immer unserem Ziel Einblicke in verschiedene Berufe zu gewähren, treu bleiben.“ fasst Heller zusammen.

### INN.KUBATOR BEIRÄTE

Die INN.KUBATOR-Beiräte profitieren von der Nähe zum Gründungsgeschehen und zu neuen Technologien, Innovationen und Trends, die auch für das eigene Unternehmen Vorteile bringen. Gleichzeitig bereichert die jahrelange Erfahrung der Beiräte

die Startups im INN.KUBATOR. Die finanzielle Unterstützung ermöglicht es dem Gründerzentrum Gründer:innen zu fördern und die Gründungsszene in der Region zu vernetzen und voranzubringen.



**4process AG**  
Dr.-Emil-Brichta-Str. 3a, 94036 Passau  
+49/851/49061-0, info@4process.de



**IHK Niederbayern**  
Nibelungenstr. 15, 94032 Passau  
+49/851/507-0, ihk@passau.ihk.de



**Kapfingerg-Gruppe**  
Kapuziner Str. 4, 94032 Passau  
+49/851/966 99-0  
passau@kapfing-immobilien.de



**KNORR-Bremse AG**  
Moosacher Str. 80, 80809 München  
+49/89/3547-0  
info@knorr-bremse.com



**Stadt Passau**  
Rathausplatz 2, 94032 Passau  
+49/851/396-0, info@passau.de



**Landkreis Passau**  
Domplatz 11, 94032 Passau  
+49/851/397-1, info@landkreis-passau.de



**Universität Passau**  
Innstr. 41, 94032 Passau  
+49/851/509-0, info@uni-passau.de



**msg systems ag**  
Dr.-Hans-Kapfing-Str. 30, 94032 Passau  
+49/851/560 690, msgpassau@msg.group



**Passauer Neue Presse GmbH**  
Medienstraße 5, 94036 Passau  
+49/851/802-0, info@pnp.de



**Sparkasse Passau**  
Nikolastraße 1, 94032 Passau  
+49/851/398-0  
info@sparkasse-passau.de



**SUMIDA AG**  
Dr. Hans-Vogt-Platz 1, 94130 Obernzell  
+49/8591/937-0  
contact@eu.sumida.com



**ZF Friedrichshafen AG**  
Patriching 1, 94034 Passau  
+49/851/494-0, postfach@zf.com



**Brauerei Hacklberg**  
Bräuhausplatz 3, 94034 Passau  
+49/851/5015-0, servus@hacklberg.de



**One Data**  
Kapuzinerstr. 2c, 94032 Passau  
+49/851/225 906-0  
contact@onedata.de



<https://www.vr-bank-passau.de/wir-fuer-sie/ueber-uns/Kreisverband.html>



**Pfaffinger Unternehmensgruppe**  
Wiener Straße 35, 94032 Passau  
+49/851/390-0, info@pfaffinger.com