

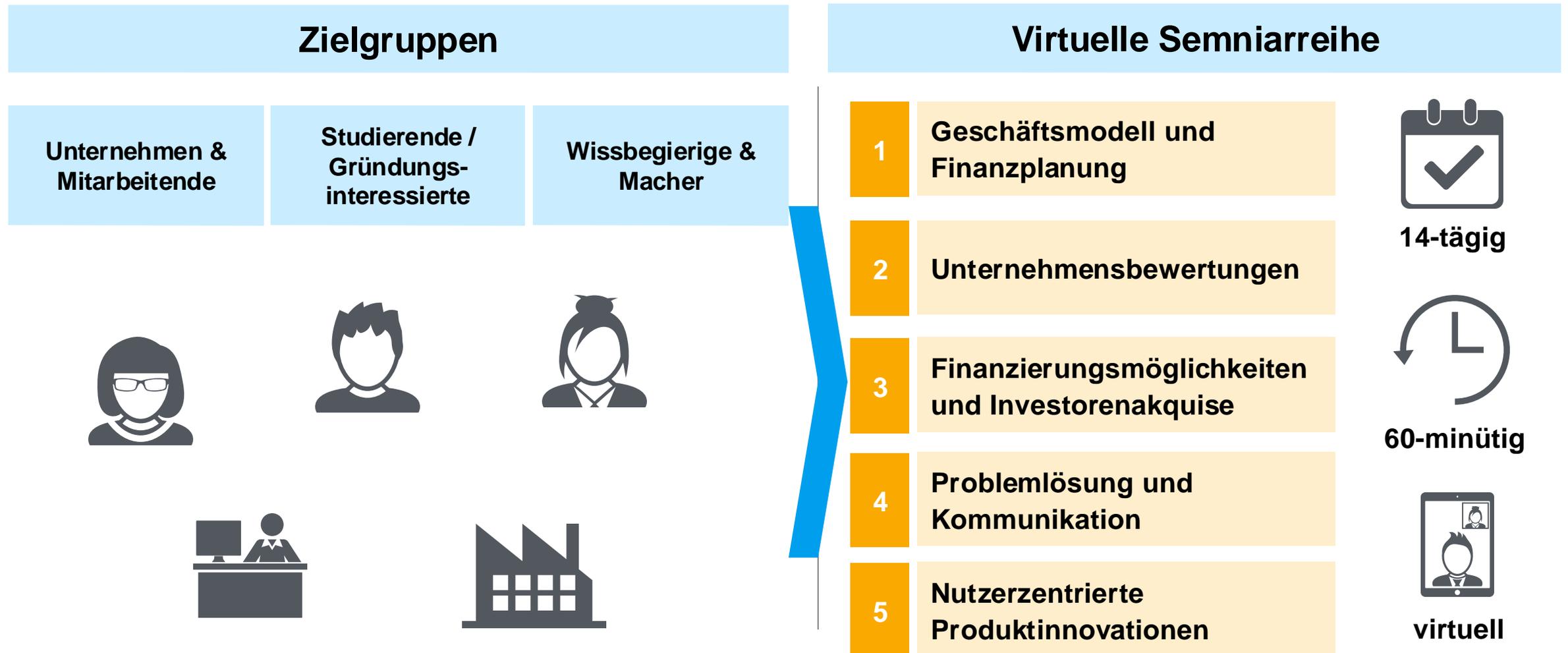
HHL DIGITAL SPACE – Seminarreihe Unternehmertum

Vorstellung unserer neuen Seminarreihe
zum Thema Unternehmertum



Mit der virtuellen Seminarreihe “Unternehmertum” bietet der HHL DIGITAL SPACE ein Programm für die Weiterentwicklung unternehmerischen Denkens und Handelns

Überblick



Mit unserer Seminarreihe vermitteln wir praxisnahes Wissen und Werkzeuge, um unternehmerischen Herausforderungen souverän zu begegnen

So profitieren Sie vom Angebot des HHL DIGITAL SPACE @Innovationscampus Görlitz

+ Unser Vorgehen:

- Schritt für Schritt leiten wir Sie durch die wesentlichen Themen des Unternehmertums.
- Dabei gehen wir die fünf zentralsten Aspekte und machen die Inhalte in acht Modulen greifbar

+ Ihre Vorteile / Ihr Nutzen:

- Wenig Zeitaufwand – das Wesentliche in nur 60 Minuten und ortsunabhängig
- Experten als Ansprechpartner - profitieren Sie von unserer langjährigen Erfahrung

+ Zielgruppen:

- Mittelstand, Startups, Gründungsinteressierte, Studierende sowie die Gesellschaft
- Praktiker mit hoher Motivation Unternehmen zu steuern und neu aufzubauen

Anmeldung via Eventbrite



Bei Rückfragen oder dem Wunsch nach einem Teilnahmezertifikat wenden Sie sich bitte an Paulin Ostrowski (p.ostrowski@hhl.de)

Die Inhalte und Module der Seminarreihe Unternehmertum adressieren zentrale Zielgruppen der Lausitz

Terminübersicht Q1/2 + 3/4 2025 via Zoom jeweils 17:00-18:30 Uhr

Programminhalte und Bausteine	Zielgruppen und Module	
	Mittelstand	Startups, Studierende und erweiterte Gesellschaft
Geschäftsmodell und Finanzplanung	Finanzanalyse und finanzielle Steuerung 19.02.+ 27.08.25	Geschäftsmodell und Business Plan 05.03.+ 17.09.25
Unternehmensbewertungen	Unternehmensbewertung – Anlässe und Methoden 26.03.+ 24.09.25	Unternehmensbewertung in der frühen Phase 02.04.+ 08.10.25
Finanzierungsmöglichkeiten und Investorenakquise	Investorentypen und Motivationen 23.04.+ 22.10.25	3F, Angels oder VC – Wie finanziere ich mein Startup 14.05.+ 05.11.25
PAC	Strukturierte Problemlösung und Ergebniskommunikation Komplexe Problemstellungen erfolgreich meistern (beruflich wie privat) 29.05.+ 19.11.25	
Nutzerzentrierte Produktinnovationen	Produktideen nutzerzentriert finden und effektiv entwickeln 16.06.+ 09.12.25	

Finanzanalyse und finanzielle Steuerung | Zielgruppe Mittelstand

Modulübersicht: Geschäftsmodell und Finanzplanung



Wissen und Werkzeuge

- Aufbau eines Finanzabschlusses
- Finanzkennzahlen und ihre Interpretation
- Excel-basierte Finanzplanung



Agenda in Kurzform

- a. **Ziele/ Motivation von Finanzanalyse & -planung**
- b. **Kernelemente eines Finanzabschlusses**
- c. **Finanzanalyse am Beispiel eines Mittelständlers**
 - Profitabilität
 - Liquidität
 - Rentabilität
- d. **Schneller Ausblick: Finanzplanung am Beispiel eines Mittelständlers**
 - Planung des operativen Erfolgs
 - Planung des Investitionsbedarfs
 - Planung der Finanzierung
 - Liquiditätsverlauf und Validierung



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Verstehen und interpretieren eines Finanzabschlusses
- Berechnen und analysieren von Finanzkennzahlen
- Beispielhaftes ableiten von Maßnahmen aus der Analyse
- Verstehen einer Finanzplanungslogik

Geschäftsmodell und Business Plan | Zielgruppe Startups, Studierende und erweiterte Gesellschaft

Modulübersicht: Geschäftsmodell und Finanzplanung



Wissen und Werkzeuge

- Umsatzgenerierungsmodelle
- Bestandteile einer finanziellen Businessplanung
- Finanzierungsformen junger Unternehmen
- Excel-basierte Businessplanung am Beispiel



Agenda in Kurzform

- a. **Ziele einer finanziellen Businessplanung bei jungen Unternehmen**
- b. **Vorgehen und Elemente einer finanziellen Businessplanung**
 - Umsatzgenerierung
 - Direkte und indirekte operative Kosten
 - „Customer Acquisition Costs“
 - Investitionsplanung
 - Liquiditätsverlauf und Finanzierungsbedarf
 - „Customer Lifetime Value“ und „Unit Economics“
- c. **Fallstudie: Finanzielle Businessplanung für „Rapid Retail“, z.B. Flink, Gorillas...**



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Erstellen einer finanziellen Businessplanung
- Analysieren und interpretieren der langfristigen Erfolgsfähigkeit eines Geschäftsmodells
- Verstehen kritischer Treiber des Erfolgs
- Beispielhaftes ableiten von Maßnahmen aus der Analyse

Unternehmensbewertung – Anlässe und Methoden | Zielgruppe Mittelstand

Modulübersicht: Unternehmensbewertungen



Wissen und Werkzeuge

- Unternehmensbewertungsverfahren
- Fallstricke und Lösungen bei Unternehmenstransaktionen
- Excel-basierte Beispiele



Agenda in Kurzform

- a. **Anlässe der Unternehmensbewertung im Mittelstand**
- b. **Grundprinzipien der Unternehmensbewertung**
- c. **Die gängigsten Bewertungsverfahren erklärt**
 - Multiplikatorverfahren mit Beispiel
 - Discounted Cashflow Methode
- d. **Wert vs. Preis: Fallstricke und Lösungsansätze bei Unternehmenstransaktionen**
- e. **Fallstudie am Beispiel eines Mittelständlers**



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Verstehen von Bewertungsanlässen
- Verstehen und anwenden von Bewertungsmethoden
- Transferieren von Bewertungen auf Transaktionssituationen
- Erlernen von Lösungsansätzen bei Unternehmenstransaktionen

Unternehmensbewertung in der frühen Phase | Zielgruppe Startups, Studierende und erweiterte Gesellschaft

Modulübersicht: Unternehmensbewertungen



Wissen und Werkzeuge

- Unternehmensbewertungsverfahren bei jungen Wachstumsunternehmen
- Fallstricke und Ansätze in der frühen Phase
- Excel-basiertes Beispiel



Agenda in Kurzform

- a. **Motivation für Unternehmensbewertung bei jungen Wachstumsunternehmen**
- b. **Herausforderungen bei der Bewertung von jungen Wachstumsunternehmen**
- c. **Die gängigsten Bewertungsverfahren erklärt**
 - Multiplikatorverfahren mit Beispiel
 - Venture Capital Methode mit Beispiel
 - Kurze Diskussion zur populären Discounted Cashflow Methode
- d. **Fallstudie am Beispiel eines jungen Wachstumsunternehmens**



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Verstehen von Bewertungsanlässen
- Verstehen und anwenden von Bewertungsmethoden
- Transferieren von Ansätzen auf den eigenen Fall
- Kritisches Hinterfragen von Prämissen

Investorentypen und Motivationen | Zielgruppe Mittelstand

Modulübersicht: Finanzierungsmöglichkeiten und Investorenakquise



Wissen und Werkzeuge

- Überblick zu externen Finanzierungsquellen im Mittelstand
- Anwendungsbeispiele



Agenda in Kurzform

- a. **Motivation/ Anlässe externer Finanzierung im Mittelstand**
- b. **Formen externer Finanzierung im Mittelstand**
 - Eigenkapital von bspw. „Private Equity“ Investoren
 - Wandeldarlehen/ Mezzanine von bspw. bankennahen Beteiligungsgesellschaften
 - Formen klassischen Fremdkapitals von Banken
 - Anleihen und Genussscheine
- c. **Praxisbeispiele**



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Verstehen der Strukturen sowie der Vor- und Nachteile externer Finanzierungsformen
- Verstehen der Motivation/ Bedürfnisse verschiedener externer Geldgeber
- Erkennen von Anwendungsmöglichkeiten für die eigene Praxis

3F, Angels oder VC – Wie finanziere ich mein Startup | Zielgruppe Startups, Studierende und erweiterte Gesellschaft

Modulübersicht: Finanzierungsmöglichkeiten und Investorenakquise



Wissen und Werkzeuge

- Lebensphasen von Wachstumsunternehmen
- Überblick zu den Arten von Investoren und deren Struktur/ Motivation
- Erfolgsfaktoren bei der Investorensuche



Agenda in Kurzform

- a. **Definition eines Wachstumsunternehmens (“Start Ups)**
- b. **Lebenszyklus und Finanzierungsbedarf von Wachstumsunternehmen**
- c. **Arten von Investoren bei Wachstumsunternehmen**
- d. **Vertiefung: Venture Capital**
 - Aufbau eines Venture Capital Fonds
 - Vorgehen eines Venture Capital Fonds
 - Renditeerwartung und Risikostruktur eines Venture Capital Fonds
- e. **Was macht ein Wachstumsunternehmen attraktiv für Investoren?**
- f. **Ausblick: Wie kommuniziere ich mit potentiellen Investoren?**



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Verstehen des Bedarfs externer Finanzierung bei Wachstumsunternehmen
- Verstehen der Motivation/ Bedürfnisse verschiedener externer Geldgeber
- Verstehen und Anwenden von Erfolgsfaktoren bei Investorensuche/ -ansprache

Strukturierte Problemlösung und Ergebniskommunikation – Komplexe Problemstellungen erfolgreich meistern, beruflich wie privat | alle Zielgruppen

Modulübersicht: Problemlösung und Ergebniskommunikation



Wissen und Werkzeuge

- Eigenschaften komplexer Probleme
- Methoden der strukturierten Lösung
- Vorbereitung und Durchführung der Ergebniskommunikation an diverse Zielgruppen



Agenda in Kurzform

- a. **Komplexe Probleme und die unerwarteten Herausforderungen**
- b. **Vorbereitung eines Problemlösungsprozesses**
- c. **Identifikation von Problemen**
- d. **Strukturierung von Problemen**
- e. **Analyse und Lösung von Problemen**
- f. **Kommunikation von Ergebnissen**
 - Kommunikationsstrukturen
 - Erstellung von Unterlagen für den Kommunikationsprozess



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Verstehen der Natur von und Herausforderung im Umgang mit komplexen Problemen
- Verstehen der Problemlösung als strukturierten Prozess
- Anwendung der Methodiken für die strukturierte Problemlösung
- Anwendung der Methodiken für die effektive Ergebniskommunikation
- Steuerung eines Projektteams um Kontext der Problemlösung

Produktideen nutzerzentriert finden und effektiv entwickeln | alle Zielgruppen

Modulübersicht: Nutzerzentrierte Produktinnovationen



Wissen und Werkzeuge

- Nutzerzentrierung und -verständnis
- Hypothesenentwicklung und –validierung
- Steuerung eines Entwicklungsprozesses



Agenda in Kurzform

- a. **Übersicht über den strukturierten Gesamtprozess**
- b. **Produktideen richtig formulieren und testen**
- c. **Hypothesenentwicklung und –validierung**
- d. **Agile Produktentwicklung**
 - Iterative Vorgehenswesen
 - Entwicklung "guter" Prototypen
 - Strukturierte Weiterentwicklung
- e. **Markteinführung von Produkten**



Die wichtigsten Erkenntnisse

- Verstehen der Herausforderungen der Entwicklung neuer Produktideen
- Entwicklung der zentralen Problem- und Lösungshypothesen sowie deren Validierung am Markt
- Anwendung der Methodiken für Nutzerverständnis und Entwicklung von Personas
- Verstehen des Produktentwicklungsprozesses
- Anwendung der Methoden und Arbeit in agilen Projekten

Zögern Sie bitte nicht, uns bei thematischen oder organisatorischen Anliegen zu kontaktieren

Wir sind für Sie da!



Dr. Maurice Steinhoff

Head of Entrepreneurial Ecosystems at HHL,
Co-Founder & Managing Director HHL DIGITAL
SPACE,
Assistant Professor for Entrepreneurial Management

M: m.steinhoff@hhl.de



Problemlösung und
Kommunikation, nutzerzentrierte
Produktinnovation



Jun.-Prof. Maximilian Schreiter

Juniorprofessur für Entrepreneurship & Technology
Transfer; Executive Director des IFU

M: m.schreiter@hhl.de



Geschäftsmodell und Finanzplanung,
Finanzierungsmöglichkeiten und
Investorenakquise



Prof. Alexander Lahmann

Professur für Mergers & Acquisitions; Leiter des IFU

M: alexander.lahmann@hhl.de



Unternehmensbewertungen



Paulin Ostrowski

Senior Project Manager HHL DIGITAL SPACE
@Innovationscampus Görlitz

M: p.ostrowski@hhl.de



Organisation/Administration