

## 5 Eigenschaften, mit denen Du einen VC überzeugst

Auflistung potenzieller Fragen eines VC an ein Unternehmen vor einer Investition

---

23.10.2020



# Agenda

<b>1</b>	Executive Summary	3
<b>2</b>	Produktdifferenzierung	4
<b>3</b>	Absatzmarkt	5
<b>4</b>	Finanzdaten	6
<b>5</b>	Management und Team	7
<b>6</b>	Marketing und Vertrieb	8

# Um den Wert ihrer Investition zu steigern, achten VCs vor allem auf 5 Attribute

## Ziele eines VC

Ein VC ist als institutioneller Investor an Unternehmen interessiert, die ein einzigartiges Produkt anbieten, welches auf einem riesigen Markt platziert und möglichst skalierbar ist. Dabei sind ihre Kernziele die Erreichung einer **hohen Wertsteigerung der getätigten Investition** und ein **Exit aus dem Unternehmen** zu einem geeigneten Zeitpunkt. Um diese Ziele zu erreichen, achten VCs bei Gründern v.a. auf die folgenden 5 Attribute und stellen eine Reihe an Fragen, um zu prüfen, ob diese Attribute vorliegen.



- VCs verfolgen die Ziele, eine hohe Wertsteigerung ihrer Investition zu erreichen sowie zu einem geeigneten Zeitpunkt aus dem Unternehmen auszusteigen.
- Hierfür achten sie v.a. auf die Produktdifferenzierung, den Absatzmarkt, die Finanzdaten und das Geschäftsmodell, das Team sowie Marketing und Vertrieb.

## Das Produkt ist einzigartig und viel besser als bisherige Lösungen

Ein VC ist an Unternehmen interessiert, die ein einzigartiges Produkt anbieten, welches sich deutlich von bestehenden Lösungen unterscheidet, und deren Geschäft daher skalierbar ist. Dies begünstigt ein exponentielles Wachstum, welches eines der Haupttreiber in der Investitionsentscheidung eines VCs ist.

- Wie funktioniert das Produkt genau? Kannst Du das Produkt demonstrieren?
- Was ist neu an dem Produkt? Was genau unterscheidet das Produkt von bereits bestehenden Angeboten am Markt?
- Wieso wird das Produkt nicht bereits von einem anderen Unternehmen produziert bzw. wieso ist vorher niemand auf die Idee gekommen?
- Wie verdient das Unternehmen Geld?
- Ist die Geschäftsführung offen, die Idee anzupassen oder abzuändern? Hat sich das Unternehmen bereits mit verschiedenen Versionen der Idee beschäftigt?
- Uns wurde eben eine ähnliche Idee gezeigt, die uns nicht gefallen hat. Was macht Ihr anders?
- Was ist der nächste Schritt in der Produktentwicklung?
- Was sind die Hauptmeilensteine in der Produktentwicklung?
- Was hast Du aus früheren Produktphasen gelernt? Was hast Du am Produkt verbessert und wieso?
- Welche zwei oder drei Features sollen dem Produkt hinzugefügt werden?
- Was ist der nächste Schritt in der Unternehmensentwicklung?
- Was wird in sechs Monaten voraussichtlich das größte Problem darstellen?
- Ist das Unternehmen bereits gesetzeskonform firmiert worden und wenn ja, welche Rechtsform ist gewählt worden?
- Wie sind die Anteile am Unternehmen aufgeteilt auf Geschäftsführer, Gesellschafter und Mitarbeiter?



- **Fragen zum Produkt (v.a. seiner Funktionalität, Technologie und Differenzierung von bestehenden Lösungen), zum Geschäftsmodell sowie zur Produkt- und Unternehmensentwicklung unterstützen den Investor dabei, skalierbare Geschäfte mit exponentiellem Wachstum zu identifizieren.**

## Das Produkt erschließt einen riesigen Markt, in dem hohe Geldsummen fließen

Um eine mögliche Unternehmensbewertung von über € 1 Mrd. zu erreichen, muss vorausgesetzt sein, dass der adressierbare Markt entsprechendes Potenzial birgt. Ein VC sucht daher nach Unternehmen, die sich in riesigen Märkten mit hohen Absatzvolumina bewegen.

- Wer benötigt das Produkt?
- Wer ist bereit, dafür zu zahlen?
- Was verstehst Du über Deine Kunden, was andere nicht verstehen?
- Woher weißt Du, dass es Kunden gibt, die Dein Produkt benötigen und bereit sind, dafür zu zahlen?
- Aus welchem Grund probieren potenzielle Kunden das Produkt aus?
- Welche Hindernisse könnten Kunden davon abhalten, das Produkt zu erwerben und wie gedenkst Du, diese zu überwinden?
- Wenn das Unternehmen erfolgreich sein wird, in welche anderen Segmente könnte es expandieren?
- Wie hoch ist die Bewertung des Gesamtmarkts?
- Welche Barrieren bestehen zum Eintritt in den Markt?
- Welches Marktsegment kommt zur Platzierung des Produkts in Frage?
- Wie hoch ist die Bewertung des adressierbaren Markts?
- Welche Unternehmen zählt die Geschäftsführung zur unmittelbaren Konkurrenz?
- Vor welchem Konkurrenten hat das Unternehmen den größten Respekt?
- Welche Unternehmen könnten zu Konkurrenten werden?



- **Um das Potenzial und die Skalierbarkeit am Markt festzustellen, interessieren sich VCs insbesondere für Marktvolumen, –bewertung sowie -eintrittsbarrieren, den möglichen Kundenkreis (v.a. Bedarf und Verhalten potenzieller Kunden), den Wettbewerb sowie kompetitiven Vorteil des Unternehmens gegenüber der Konkurrenz.**

## Plausible Prämissen bilden die Basis für eine nachvollziehbare Planung

Um beurteilen zu können, ob sich eine Investition in ein Unternehmen lohnt, evaluiert der VC die finanzielle Situation sowie die unternehmensinterne Planung. Dabei müssen insbesondere die wesentlichen werttreibenden Prämissen plausibel dargelegt werden.

- Wie viel Geld könnte das Unternehmen pro Jahr umsetzen?
- Was ist die Cash Burn Rate des Unternehmens?
- Wie sieht die Dreijahresplanung des Unternehmens aus? Auf welchen Hauptannahmen basiert die Planung des Unternehmens?
- Welche Finanzierungen werden in Zukunft benötigt?
- An welchem Punkt wird das Unternehmen profitabel? Wie viel Zeit wird voraussichtlich bis dahin vergehen?
- Welche Faktoren behindern ein schnelleres Wachstum?
- Auf welche Hauptmetriken legt die Geschäftsführung ihr Augenmerk?
- Hat das Unternehmen bereits Finanzierungsrunden durchlaufen? Wie hoch war die Finanzierung und zu welchem Zeitpunkt ist diese erfolgt?
- Wie ist die Kapitalstruktur des Unternehmens? Aus wie viel Eigen- und Fremdkapital besteht das Gesamtkapital anteilig?
- Wie lang hält das Unternehmen noch ohne (Anschluss)finanzierung aus?
- Wie hoch ist die Unternehmensbewertung? Wo liegt die präferierte Pre-Money-Bewertung?
- Planen Investoren aus früheren Finanzierungsrunden an der aktuellen Runde teilzunehmen?
- Für welchen Zweck soll das Geld aus der Finanzierungsrunde größtenteils verwendet werden?
- Welche Meilensteine wird das Unternehmen in der Lage sein, mit Hilfe der (Anschluss)finanzierung zu erreichen?



- **Mithilfe von Fragen zur möglichen Performance (u.a. Umsatz, Gewinn), zur mittel- und langfristigen Planung, zur Unternehmensbewertung und der Kapitalstruktur sowie zu bereits erfolgten Finanzierungsrunden und dem aktuellen Finanzierungsbedarf ermittelt der VC, ob es Annahme zu exponentiellem Wachstum gibt.**

## Das Management ist optimal für die Führung des Unternehmens geeignet

Bevor das VC einem Unternehmen Geld zur Verfügung stellt, überprüft es, ob die Geschäftsführung optimal zur Führung des Unternehmens geeignet ist und zwar nicht nur jetzt, sondern auch zukünftig unter der Annahme einer hohen Wachstumsrate.

- Wer ist der Chef / die Chefin?
- Welchen akademischen und beruflichen Hintergrund bringen die Geschäftsführer mit?
- Wie haben sich die Geschäftsführer kennengelernt und auf welche Weise haben sie die weiteren Teammitglieder rekrutiert?
- Wie viele Mitarbeiter sind Teil des Teams?
- Wer im Team ist für welche Aufgaben verantwortlich?
- Soll das Team in seiner aktuellen Besetzung bestehen bleiben? Wer fehlt im Team?
- Welche Kompetenzen muss die nächste Festanstellung für das Team mitbringen?
- In welcher Hinsicht ist das Team erfinderisch?
- Was benötigt das Team, um erfinderisch zu sein?
- Was hält das Team zusammen?
- Was war die bisher schwerste Aufgabe und wie hat das Team diese bewältigt?
- Was ist das Beeindruckendste, was das Team gemeinsam erreicht hat?
- Welchen Hindernissen wird das Team voraussichtlich begegnen und wie gedenkt es, diese zu überwinden?
- Würdet Ihr Euren Hauptstandort verlegen?



- **Damit ein Investor in der Lage ist, die Kompetenzen des Teams zu bewerten, interessiert er sich für den Werdegang der Geschäftsführung sowie der anderen Teammitglieder, stellt Fragen zu den Errungenschaften und Rückschlägen des Teams und prüft den Rekrutierungsprozess.**

## Das Unternehmen verfügt über eine adäquate Markteintrittsstrategie

Einem VC ist es wichtig, das einzigartige Produkt auf dem riesigen Markt optimal zu platzieren. Daher sollte das Unternehmen darlegen, welche Vertriebswege und Marketingkanäle gewählt werden, um eine möglichst breite Masse anzusprechen und viele Absätze zu realisieren.

- Wie kommt das Unternehmen an neue Kunden?
- Wie viel kostet die Neukundengewinnung?
- Wie viele Kunden gibt es aktuell und wie viele davon zahlen für das Produkt?
- Auf welchem Weg erreicht das Unternehmen potenzielle Kunden?
- Wie werden potenzielle Kunden auf das Produkt und das Unternehmen aufmerksam?
- Wie ist die Vertriebsstrategie des Unternehmens?
- Welchem Vertriebsweg wird wie viel Erfolgspotenzial beigemessen?
- Welche Marketingmaßnahmen plant das Unternehmen?
- Wie setzt sich die Allokation des Marketingbudgets auf die diversen Marketingkanäle zusammen?
- Wie ist der typische Zyklus einer initialen Neukundenbegegnung bis zum Vertragsabschluss mit eben jenem Kunden?
- Wie hoch ist der durchschnittliche prognostizierte Wert einer Kundenbeziehung?
- Wo liegt die Conversion Rate?
- Wie äußert sich Wachstum im Unternehmen?
- Wie definiert das Unternehmen Erfolg? Wann ist das Unternehmen in der Introspektive erfolgreich?



- **Informationen zu Akquise, der Vertriebsstrategie sowie möglichen Marketingmaßnahmen (insbesondere Allokation des Marketingbudgets auf diverse Kanäle) interessieren einen VC ebenso wie die Wachstumsstrategie des Unternehmens, um das Produkt so präsent wie möglich zu platzieren.**



**Trustventure GmbH**

CFO-As-A-Service  
Salierring 32, 50677 Köln  
[www.trustventure.de](http://www.trustventure.de)  
[office@trustventure.de](mailto:office@trustventure.de)