

Annika Ehlers | Harald Rau

Startup-Finanzierung in der Medienbranche

Gründer zwischen Bootstrapping und Bankkredit,
Crowdfunding und Venture Capital



Nomos

Inhaltsverzeichnis

1. „Geld ist momentan nicht das Problem!“ – zur Einführung	13
2. Business und Kreativität – Grundlagen betrieblicher Finanzwirtschaft	23
2.1. Zur Annäherung – die betriebliche Finanzwirtschaft	23
2.2. Kapital generieren – Finanzierung als Basisfrage	24
2.3. Grundlagen – praktische Unternehmensfinanzierung	25
2.4. Am Anfang – Gründungsfinanzierung als Aufgabe	35
2.5. Ziele und Konflikte – unterschiedliche Interessen	36
2.5.1. Ziele der Kapitalnehmer	42
2.5.2. Empirie: Unabhängigkeit als Finanzierungsziel in der Praxis	48
2.5.3. Ziele der Kapitalgeber	50
3. Jung und dynamisch – Finanzierung als Herausforderung für Startups	53
3.1. Der Unternehmenstypus – Startups und ihre Spezifik	53
3.2. Entwicklung der Startup-Szene – New Economy 2.0	57
3.3. Innovation und Selbständigkeit – Eigenschaftsprofile	60
3.4. Der Lebenszyklus – Profile und Entwicklungspfade	64
3.4.1. Die Early Stage-Phase	66
3.4.2. Die Expansion Stage-Phase	68
3.4.3. Die Later Stage-Phase	69
3.4.4. Empirie: Gewinnentnahme und ihre Rolle für die Praxis	70
4. Ideen und Gestaltung – die Medienbranche als spezifisches Aktionsfeld	73
4.1. Medien – die Branche und ihre Regeln	73
4.2. Eigenschaften – Erfahrungs-, Vertrauens- und Kulturgut	78
4.3. Empirie: Eintritt in die digitale Medienbranche	86

4.4.	Marktversagen, Skaleneffekte und First Copy Costs	88
4.4.1.	Empirie: Die Praxis der Unternehmensgründung in der Medienbranche	93
4.4.2.	Empirie: Fehlendes Branchenwissen der Stakeholder als Finanzierungshürde	100
5.	Finanzierung konkret – Modelle für Startups in der Medienpraxis	103
5.1.	Die Tradition – konventionelle Finanzierungsformen	103
5.1.1.	Interne Eigenfinanzierung	103
5.1.1.1.	Selbstfinanzierung	104
5.1.1.2.	Finanzierung aus Abschreibungen	106
5.1.1.3.	Finanzierung aus Vermögensumschichtung	106
5.1.1.4.	Empirie: Konzepte der Innenfinanzierung in der Praxis	107
5.1.2.	Interne Fremdfinanzierung	109
5.1.3.	Externe Eigenfinanzierung	110
5.1.4.	Empirie: Finanzierung über Eigenkapital in der Praxis	110
5.1.4.1.	Beteiligungsfinanzierung	113
5.1.4.1.	Einlagenfinanzierung aus dem privaten Vermögen	114
5.1.4.2.	„Family and Friends“-Kapital	116
5.1.4.3.	Empirie: Eigenkapitalfinanzierung durch die Gründer und deren Familien	118
5.1.5.	Externe Fremdfinanzierung	121
5.1.5.1.	Banken: Kredit- und Darlehensfinanzierung	123
5.1.5.2.	Crowdlending	126
5.1.5.3.	Empirie: Kreditfinanzierung in der Praxis	127
5.1.5.4.	Unternehmensanleihen	130
5.1.5.5.	Lieferantenkredite und Kundenanzahlungen	131
5.1.6.	Mezzanine-Kapital	133
5.1.7.	Staatliche Förderung	136
5.1.7.1.	Fördermöglichkeiten für Medienstartups	137
5.1.7.2.	Staatliches Eigenkapital	139
5.1.7.3.	Staatliches Fremdkapital	141

5.1.7.4.	Empirie: Die Rolle staatlicher Förderung in der Praxis	143
5.2.	Gründungen – spezielle Modelle für Startups	147
5.2.1.	Bootstrapping	148
5.2.2.	Business Angels	150
5.2.3.	Inkubatoren	154
5.2.4.	Venture Capital	158
5.2.4.1.	Corporate Venture Capital	167
5.2.4.2.	Corporate Venture Capital von Medienunternehmen	169
5.2.4.3.	Empirie: Venture Capital, Business Angels und Inkubatoren in der Praxis	171
5.2.4.4.	Empirie: Kritik des Venture Capital und Probleme mit Investoren	175
5.2.5.	Crowdinvestment und Crowdfunding	180
5.2.5.1.	Deals, Daten und Fakten: Crowdfunding für Medien-Startups	187
5.2.5.2.	Empirie: Die Bedeutung von Crowdfunding in der Praxis	191
5.2.6.	Gründer-Wettbewerbe	199
5.3.	Konkurrierende Finanzierungsquellen – Relevanz und Einschätzung	201
5.3.1.	Empirie: Die unterschiedlichen Finanzierungsquellen in der Praxis	201
5.3.2.	Empirie: Die Quellen der Finanzierung im Zeitverlauf	204
5.4.	Konkurrenz um finanzielle Mittel	206
5.4.1.	Empirie: Das Konkurrenzverhalten in der Praxis	209
6.	Zur Methode – Hinweise zu Stichprobe, Design und Auswertung	215
6.1.	Expertenwissen für Gründer – das Methodendesign	215
6.1.1.	Leitfadeninterviews mit Startup-Gründern	215
6.1.2.	Herleitung der Thesen	217
6.2.	Die Interviews – zur konkreten Auswertung der Daten	218
6.3.	Wer ist dabei – zur Auswahl der Experten	220
6.4.	Hintergrund – Daten und Fakten zu den Unternehmen	221

Inhaltsverzeichnis

7. Die „Media Startup Finance“-Guidelines – ein Fazit für die Praxis	225
7.1. „Media Startup Finance“-Guidelines	225
7.2. Konsequenzen – Erkenntnisse zur Praxis der Startup-Finanzierung	230
Literaturverzeichnis	233