

# 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](mailto: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	
	<b>Mittelstand</b>	<b>Startups, Studierende und erweiterte Gesellschaft</b>
<b>Geschäftsmodell und Finanzplanung</b>	Finanzanalyse und finanzielle Steuerung 19.02.+ 27.08.25	Geschäftsmodell und Business Plan 05.03.+ 17.09.25
<b>Unternehmensbewertungen</b>	Unternehmensbewertung – Anlässe und Methoden 26.03.+ 24.09.25	Unternehmensbewertung in der frühen Phase 02.04.+ 08.10.25
<b>Finanzierungsmöglichkeiten und Investorenakquise</b>	Investorentypen und Motivationen 23.04.+ 22.10.25	3F, Angels oder VC – Wie finanziere ich mein Startup 14.05.+ 05.11.25
<b>PAC</b>	Strukturierte Problemlösung und Ergebniskommunikation   Komplexe Problemstellungen erfolgreich meistern (beruflich wie privat) 29.05.+ 19.11.25	
<b>Nutzerzentrierte Produktinnovationen</b>	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](mailto: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](mailto: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](mailto:alexander.lahmann@hhl.de)



Unternehmensbewertungen



**Paulin Ostrowski**

Senior Project Manager HHL DIGITAL SPACE  
@Innovationscampus Görlitz

M: [p.ostrowski@hhl.de](mailto:p.ostrowski@hhl.de)



Organisation/Administration