

Objektprofil Print



Deutschlands großes Magazin für Gründer und Entrepreneurere

REDAKTIONELLES KONZEPT



15.
Jahrgang



REDAKTIONELLES KONZEPT

StartingUp ist **das** Magazin für Unternehmensgründer und Entrepreneurere in Deutschland. Wie keine andere Publikation verkörpert StartingUp den Start-Up-Spirit unserer Zeit. StartingUp fördert Innovation, liefert Inspiration und atmet Pioniergeist.

Aber StartingUp ist auch ganz praktischer Wegbegleiter und Berater auf dem Weg von der ersten Planung über die Implementierung bis zur erfolgreichen Etablierung eines neuen Unternehmens.

In den vergangenen 14 Jahren hat StartingUp Tausende Gründer begleitet und einen Beitrag zu vielen erfolgreichen Gründungen geleistet.

→ **StartingUp ist ein Stück Gründungskultur in Deutschland.**



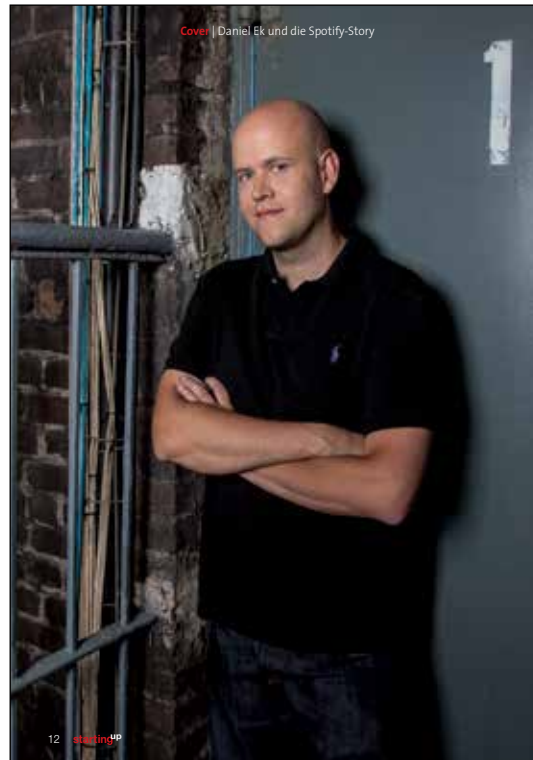
Inhalt		Inhalt				
6	 <p><i>Ultra-leicht, mega-spißlich und technisch up-innovativ ist der Lilium Jet.</i></p>	<p>InnoSpiration</p> <p>6 Senkrechtstarter Der Lilium Jet wird das weltweit erste elektrisch betriebene, senkrecht startende Ultraleicht-Flugzeug sein</p> <p>Gründerstory</p> <p>8 Gründer-Talk Interview mit Sebastian Siemiatkowski, Gründer der schwedischen Klarna Group, die PayPal Konkurrenz machen will</p> <p>10 Nix wie raus! Wie Frank Stermann im Juni 2015 seinen Outdoor-Erlebnispark Kisspark eröffnet hat</p> <p>Cover</p> <p>12 Paulus, der Restarter Paulus Neef: Porträt des ersten deutschen Internet-Milliardärs, seines Mega-Erfolgs mit FreePark, seines Scheiterns und seines aktuellen Comebacks als Yoga-Entrepreneur</p> <p>Marketing</p> <p>20 Give-aways Welche Werbeartikel als Marketing-Instrument für Start-ups interessant sind und welche rechtlichen Aspekte dabei zu beachten sind</p> <p>24 12 Tipps für Ihr E-Mail-Marketing Sieben Branchen-Insider verraten wertvolle Praxis-Tipps und Tricks rund um Newsletter und Mailings</p> <p>Unternehmenspraxis I</p> <p>30 Hof sucht Gründer Eiliche Landwirte suchen händleringend Nachfolger – wir zeigen die Hürden und Chancen für Hofgründer auf</p> <p>34 Die neuen Online-Makler Immo-Report: Sieben Start-ups, die den Mietmarkt revolutionieren wollen</p> <p>40 Mitarbeiter-Recruiting Was spezielle Jobbörsen für den Start-up-Bereich zu bieten haben und was sie kosten</p> <p>42 Schein oder Sein? So schützen Sie sich vor dem juristischen Damoklesschwert der Scheinselbstständigkeit</p> <p>44 Raus aus der Preisfalle! Wie Sie im Kundengespräch noch bessere Preise für Ihre Angebote aushandeln</p>	<p>Ideen</p> <p>46 Die coolsten neuen Geschäftsideen Frische und unverbrauchte Top-Ideen aus aller Welt</p> <p>Spezial</p> <p>52 Dossier: Die App-Economy Der Markt ist heiß umkämpft, die Anwendungsmöglichkeiten sind enorm. Wir zeigen, welche App-Themen Zukunft haben</p> <p>Finanzen & Förderung</p> <p>60 Erfolg als Nachfolger Taja Habibshaw ist Chef einer exklusiven Teppichmanufaktur. Erfolgreich durchgestartet ist er als Unternehmensnachfolger</p> <p>62 Boni in Start-ups Wie Sie Ihre besten Mitarbeiter rechtssicher und ohne große Kosten durch geldwerte Incentives an sich binden können</p> <p>Magazin</p> <p>64 Tipps, Termine und Top-News Wissenswertes und aktuelle Kurzmeldungen aus der Start-up-Szene</p> <p>Unternehmenspraxis II</p> <p>68 Design Thinking Design Thinking vernetzt das Wissen im Team, sorgt für schnellere Lernschleifen und führt zu marktrelevanten Produkten</p> <p>71 Schluss mit „Brockhaus-Thinking“ Experten-Interview mit dem Design-Thinking-Pionier Prof. Ulrich Weinberg</p> <p>Franchising</p> <p>72 Franchise-Ideen zum Durchstarten Anbieter präsentieren sich</p> <p>Wettbewerbe & Initiativen</p> <p>74 Beratung, Bares, Businesspläne News und Termine aus der Wettbewerbs-Szene</p> <p>Workshop</p> <p>78 Keine Maskerade! Workshop: Selbst-Marketing. Warum Selbstreflexion für Gründer so wichtig ist</p> <p>Rubriken</p> <p>82 Vorschau, Impressum</p> <p><i>Russ Seitenzahl = Titelthema</i></p>	<p>42</p>  <p><i>Scheitern ist ein Muss für Gründer, aber es muss ein schlechtes Scheitern sein, eine Falle.</i></p> <p>52</p>  <p><i>Die App-Economy ist kein Selbstläufer, hat Gründern aber viel zu bieten.</i></p> <p>66</p>  <p>Mit Online-Workshop</p> <p><i>Design Thinking ist ein Top-Tool für Teams, um schneller durchzusauern</i></p> <p>Alle Links starting-up.de/ linksammlung03-2015 Hier finden Sie alle Links aus dieser Heft sowie weitere wertvolle Online-Adressen</p>		
4	starting ^{up}				5	starting ^{up}

Inhalts-Doppelseite mit den festen Rubriken

- Gründerstory
- Finanzen & Förderung
- Marketing
- Unternehmenspraxis
- Ideen
- Workshop



REDAKTIONELLES KONZEPT



Cover | Daniel Ek und die Spotify-Story

Cover | Daniel Ek und die Spotify-Story

KING OF MUSIC

Wie Daniel Ek Spotify aufbaute und die Angriffe von Apple und der Musikindustrie kontert.

Text: Cornelius Büchner

Eigentlich habe ich mich nie als Entrepreneur gesehen, sondern als jemand, der viele interessante Probleme in der Welt erkennt, und fortwährend davon genervt ist, dass es hierfür noch keine Lösung gibt. Und dann habe ich festgestellt, dass es noch mehr Leute gibt, die diese Defizite als störend empfunden haben. Ok, habe ich gesagt, was machen wir also? Und nachdem sonst niemand diese Dinge angepackt hat, dachte ich: Dann muss ich das eben selbst angehen.“ So äußerte sich Daniel Ek in einem Gespräch mit KPCB-Venture-Capitalist Chih-Hua Chen an der Stanford University im Mai 2012.

Im Jahr 1997, Daniel war 14 Jahre, und hatte gerade seine erste Firma in Ragved, einem Stockholmer Arbeiterviertel, gestartet, verlangten Beratungsfirmen in Europa bis zu 50.000 Dollar, um eine Webseite zu programmieren. Daniel dachte sich: Das ist nun wirklich nicht so schwer, und begann Webseiten für seine ersten Kunden zu bauen. Seinen Mitschülern, die gut in Mathe waren, beachte er HTML bei und jenen, die gut zeichnen konnten, Photoshop. Am Ende war fast die ganze Klasse nach

Unterrichtsschluss damit beschäftigt, Webseiten für Daniels Kunden zu entwickeln. Ich habe das gar nicht so sehr als Firma betrachtet, ich wollte nur gute Ergebnisse erzielen“, sagt Daniel heute. Gleichzeitig hatte er das erste Mal in seinem Unterricht erleben das gute alte Tom-Sawyer-Prinzip angewandt: Das Anstreichen von Gartenzäunen nicht mehr als Arbeit darzustellen, sondern als Privileg. Man könnte auch sagen: Daniel hat auf höchstem Niveau delegiert.

Daniels Gründermarathon
Eks Eckdaten genügen für eine leibendlange Unternehmer-Biographie, aber das erste große Kapitel spielt sich in weniger als zehn Jahren ab: Nach seiner ersten Firmengründung mit 14 Jahren, verkaufte er seine Webagentur mit 19 und stieg – bereits Millionär – mit 21 als CTO bei StartUpLabs ein, einem heute noch verbreiteten Dress-Up-Game für Teenies, die hier ihre virtuellen Puppen ankleiden. Im Alter von 22 übernahm Daniel uTorrent, eine Fileshar-

ring- und Streaming-Technologie, die auch von Piratenportalen genutzt wurde. Dazwischen bekam er noch die Gründung und den Verkauf von Advertigo, einer Online-Marketing-Firma. Für rund 1,2 Millionen Dollar ging das Unternehmen an TradeSohler, dessen CEO Martin Lorentzon später Daniels Co-Founder bei Spotify wurde. Nicht zu vergessen, da gab es noch Tradera, eine Auktionsplattform, die später von Ebay übernommen wurde.

Tech-Veteran mit 23 Jahren
Als Daniel sich mit 23 Jahren, das war 2006, an Spotify machte, war er bereits Multimillionär – und quasi ein Tech-Veteran mit knapp zehn Berufsjahren auf dem Buckel. Dem US-Marketingmagazin Billboard erzählte er: „Ich war eigentlich noch ein Kind, ließ den Champagner fließen, fuhr schnelle Sportwagen und machte ersten Haufen unanstößige Dinge. Eines Morgens wachte ich auf, neben mir eine Frau – ich wusste nicht, wer sie war – und ich hatte nicht die geringste Erinnerung an die letzten drei Tage. Ich fühle mich völlig leer.“ Daniel musste wieder rumtelefonieren, fokussieren und zog in ein klei-

» Die Leute teilen ihre Musik gern. Mit zwei Ausnahmen: Lady Gaga und Britney Spears. «

starting^{up} 13

Porträt und Gründerstory in StartingUp



REDAKTIONELLES KONZEPT

Das Spektrum der Wirtschafts- und Unternehmergezeitschriften im deutschen Zeitschriftenmarkt ist groß. Doch egal, welche Ausrichtung sie haben, die meisten Publikationen wenden sich an etablierte Unternehmer. Hier spielen ganz andere Themen als der Aufbau eines Unternehmens eine Rolle, etwa Fragen nach geeigneten Kapitalanlagen.

- **Als einzige periodisch erscheinende überregionale Zeitschrift adressiert StartingUp schwerpunktmäßig die Zielgruppe der Gründer und jungen Unternehmer (lt. IVW-Übersicht „Wirtschaftspresse“).**

POSITIONIERUNG

Insofern besitzt StartingUp sowohl was die inhaltliche Ausrichtung betrifft als auch was die Ansprache des Lesers betrifft eine Einzelstellung innerhalb der Wirtschaftspresse.

Durch die konsequente Umsetzung des redaktionellen Konzepts hat sich StartingUp, das nunmehr im dreizehnten Jahrgang erscheint, eine besondere Vertrauensstellung bei der Zielgruppe der Gründer und jungen Unternehmen erarbeiten können.

- **Dies gilt insbesondere auch für die Berater und Multiplikatoren im Gründungs-Umfeld, die oft genug StartingUp selbst regelmäßig lesen und weiterempfehlen.**



VERBREITUNG & AUFLAGE

StartingUp hat eine Verbreitung von rund 30.000 Exemplaren.

Die verbreitete Auflage setzt sich lt. IVW 01/2017 wie folgt zusammen:

- Verkauf: 4.369 Ex.
- davon sonstige Verkäufe: 954 Ex.
- davon Abonnement: 2.666 Ex.
- davon Einzelverkauf: 749 Ex.
- Kooperationen/Freistücke: 25.456 Ex.

→ **Gesamt Verbreitung: 29.825 Ex.**

StartingUp ist auch als ePaper für Desktop, Tablet und Smartphone (sowohl Apple als auch Android-Hardware) erhältlich. Die Verkäufe der digitalen Ausgaben sind Teil der „Sonstige Verkäufe“ in der IVW-Meldung.

→ **Erläuterung nächste Folie**

Neben den Positionen Einzelverkauf, Abonnement und sonstiger Verkauf



VERBREITUNG & AUFLAGE

gehören auch Sonderverkäufe und Controlled Circulation in folgende Vertriebskanäle zum Vertriebsmix von StartingUp:

- Kooperationen mit Gründungsinitiativen
- Namhafte Kongresse und Events im Start-up-Sektor
- Zielgruppen-affine Messen
- Gründer- und Innovationszentren
- IHK Gründerberatungen
- HWK Gründerberatungen
- Wirtschaftsförderer
- Gründungsnetzwerke
- Entrepreneurship-Institute der wichtigen deutschen Universitäten
- Arbeitsagenturen



LESERSCHAFTSDATEN

StartingUp erreicht Gründer in allen Phasen des Gründungsprozesses:

- In der Phase der Ideenfindung
 - In der Phase der Konkretisierung und Planung
 - In der Phase der operativen Umsetzung
 - In der early-stage-Phase bis zum Erreichen einer Etablierung (ca. 3 bis 5 Jahre)
- **StartingUp wird von den verantwortlichen Gründerakteuren und -entscheidern selbst gelesen.**



LESERSCHAFTSDATEN

Zum Gründungsgeschehen allgemein:

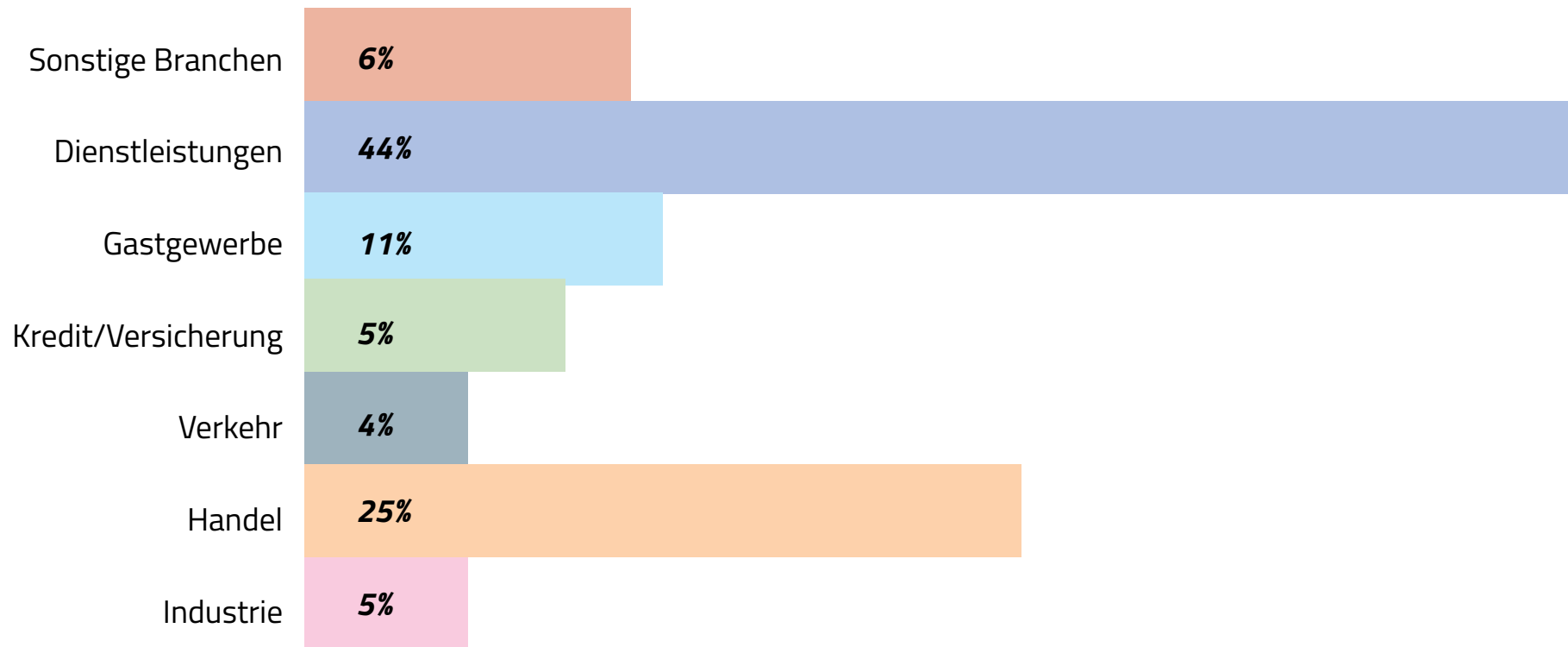
„Qualität statt Quantität“ kennzeichnet das aktuelle Gründungsgeschehen. Wichtige Daten aus dem DIHK Gründerreport 2017:

- 8% der Gründer kamen aus dem Bereich der stark wachstumsorientierten Startups
- Weibliche Gründer haben aufgeholt: So sind 2016 Frauen und Männer fast gleichauf
- Stärkerer Zulauf zu Gründertagen
- Online gestützte Gründungsberatung erfährt stärkere Nachfrage

➔ **Insgesamt lässt sich die Zielgruppe so beschreiben:**



LESERSCHAFTSDATEN

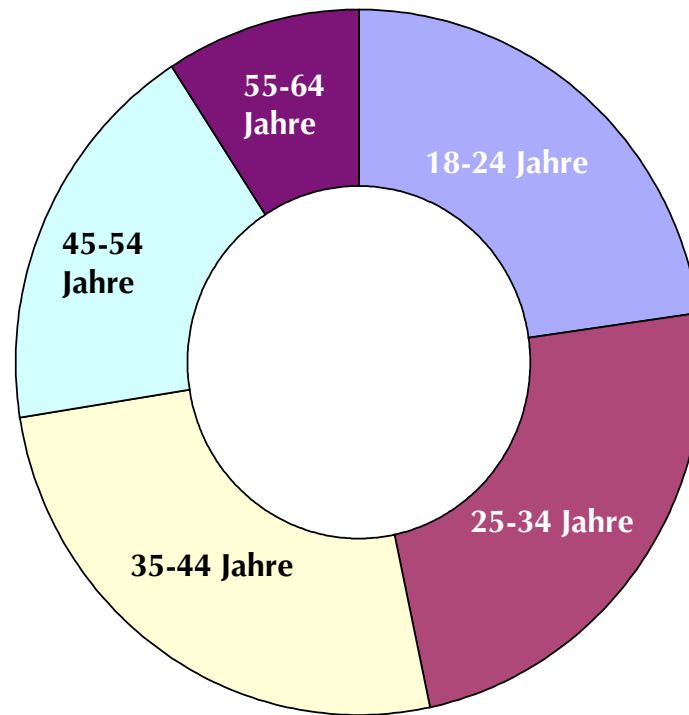


Verbreitung nach Branchen: Dienstleistungen liegen vorn

Quelle: Leserbefragung



LESERSCHAFTSDATEN

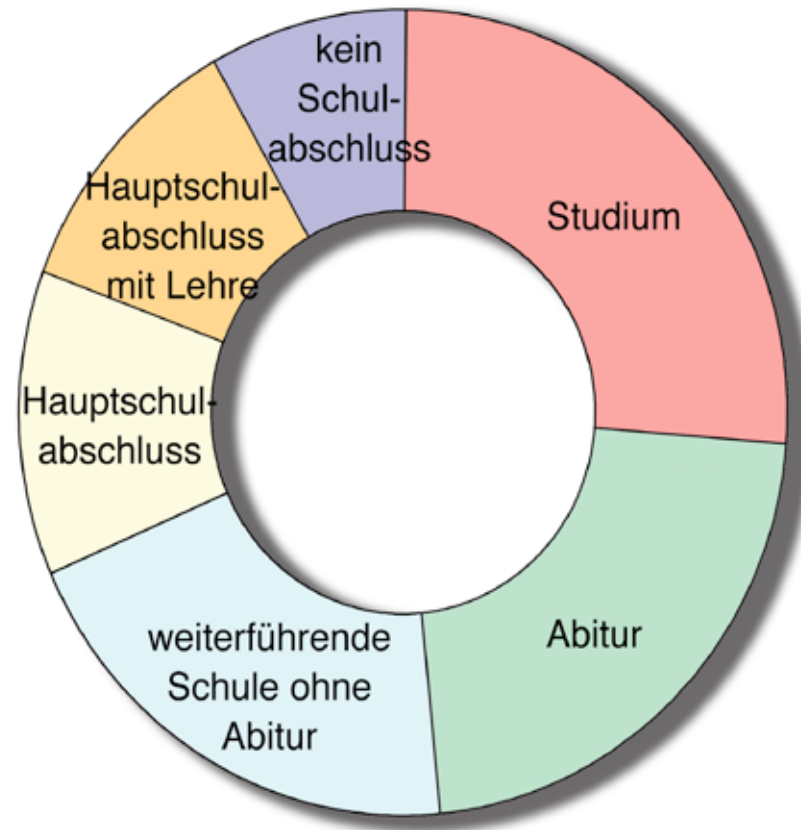


Die Mehrzahl der StartingUp-Leser ist jung

Quelle: Leserbefragung



LESERSCHAFTSDATEN



Quelle: Leserbefragung

StartingUp-Leser sind überwiegend gut gebildet: Die Mehrzahl verfügt über einen Hochschulabschluss



MEDIA-VORTEILE IM ÜBERBLICK

Aus folgenden Gründen ist **StartingUp** eine wichtige Ergänzung für die Mediaplanung im Mittelstands-Sektor:

- Gründer und junge Unternehmen haben einen sehr beachtlichen Investitionsbedarf.
- Gründer und junge Unternehmen sind die innovative, junge Zielgruppe mit Zukunft.
- Die klassischen Wirtschaftsmedien erreichen die Gründer kaum, sie sprechen vielmehr die etablierten Unternehmen an.
- Gründer haben einen spezifischen Infobedarf, für den sie kompakt nur in **StartingUp** entsprechende Angebote finden.
- Daher hat **StartingUp** vor allem Bedeutung in der wichtigen Phase der Meinungsbildung über Produkte und Dienstleistungen.
- **StartingUp** bietet eine überzeugende Heftqualität und somit die Voraussetzung für eine erstklassige Akzeptanz der Anzeigen.
- **StartingUp** bietet eine seriöse Verbreitung durch einen Mix aus Einzelverkauf und Distribution via Verbände und personalisiertem Einzelversand.



OBJEKTDATEN UND TERMINE

- StartingUp erscheint 4-mal im Jahr
 - Heftformat: 210 x 280 mm
 - Druckverfahren: Rollenoffset
 - Bindung: Klebebindung
- **Anzeigenpreise: 1/1 Seite 4c kostet 5.900 EUR
(weitere Formate s. gültige Preisliste Nr. 14)**



KONTAKT

Im Verlag

Verlagsleitung:

Cornelius Büchner
Tel.: 089-7415300
Fax: 089-741530-19
E-Mail: cbuechner@realis.de

Anzeigendisposition und -verwaltung:

Ingrid Drechsler
Tel.: 089-7415300
Fax: 089-741530-19
E-Mail: idrechsler@realis.de

Verlagsvertretungen

Nielsen I, V, VII:

Dirk Struwe Medienvermarktung e.K.
Poelchaukamp 8
22301 Hamburg
d.struwe@struwe-media.de
Tel.: 040-280 580 80
Fax: 040-280 580 89

Nielsen IV:

MMS Marrenbach Medien-Service
Bruno Marrenbach
Tucherpark 6
85622 Feldkirchen / München
info@mms-marrenbach.de
Tel.: 089-4308855-5
Fax: 089-4308855-6

Nielsen II:

Nicole Haubner
medienservice + beratung
Vereinsstraße 20
41472 Neuss
nhaubner@medienservice-und-beratung.de
Tel.: 02131-40637-0
Fax: 02131-40637-10

Nielsen VI:

Bitte anfragen beim Verlag

Nielsen IIIa & IIIb:

Uwe Stolte
Gartenstraße 13
65343 Eltville
Uwe.Stolte@medienberatung-stolte.de
Tel.: 06123-7016884
Fax: 06123-73910



The screenshot shows the homepage of startingup.de. At the top left is the logo 'startingup' in red and black. To the right are navigation links: 'ABO', 'SERVICE', and 'LOGIN'. Below these are social media icons for Facebook, Twitter, Pinterest, and RSS. A black navigation bar contains the following categories: 'GRÜNDER-NAVI', 'GRÜNDEN', 'IDEEN', 'RECHT', 'GELD', 'PRAXIS', 'MARKETING', 'WACHSEN', 'FRANCHISE', and 'NEWS'. The main content area features a large article titled 'Gründer der Woche: Sensape' with a photo of three men and a red circular badge that says 'GRÜNDER DER WOCHE'. Below this are four smaller article thumbnails: 'Gründer der Woche: Sensape', 'Führen mit Sinn, Motivation und D...', 'Schutz vor Scheinselbständigkeit...', and 'KfW-Fördermittel im Überblick'. To the right is a 'startingup' magazine preview for 'Ausgabe 03/2015' with a list of links: 'Heftvorschau', 'Link-Sammlung', 'Abo / Service', 'Alle Ausgaben', 'Archiv', and 'ePaper'. Below the magazine is a 'NEWSLETTER' sign-up form with the text 'Erhalten Sie kostenlos den StartingUp-Newsletter mit exklusiven Inhalten für Gründer und Entrepreneurere.' and an 'eintragen' button. At the bottom left is a section titled 'Tipps aus der Löwenhöhle, Teil 8' with a sub-header 'Survival-Tipps für Gründer | Soft Skills' and a sub-article 'Was Gründer aus der TV-Serie "Die Höhle der Löwen" für ihr junges Business lernen können.' with a 'zum Artikel' link. At the bottom right is a red box with the text 'IN WACHSENDEN UNTERNEHMEN SIND SIE CEO, CFO, CIO'.

---> Separate Präsentation für **www.starting-up.de**
Download siehe Fußbereich starting-up.de, Menüpunkt Media, Objektprofil online

VIELEN DANK
FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT