

Workshop zum Gründer 1 mal 1

CAVALRY

V E N T U R E S

AGENDA

I. Intro - Venture Capital & Cavalry Ventures

II. Interaktives Fallbeispiel - Ihr werdet zum Gründer

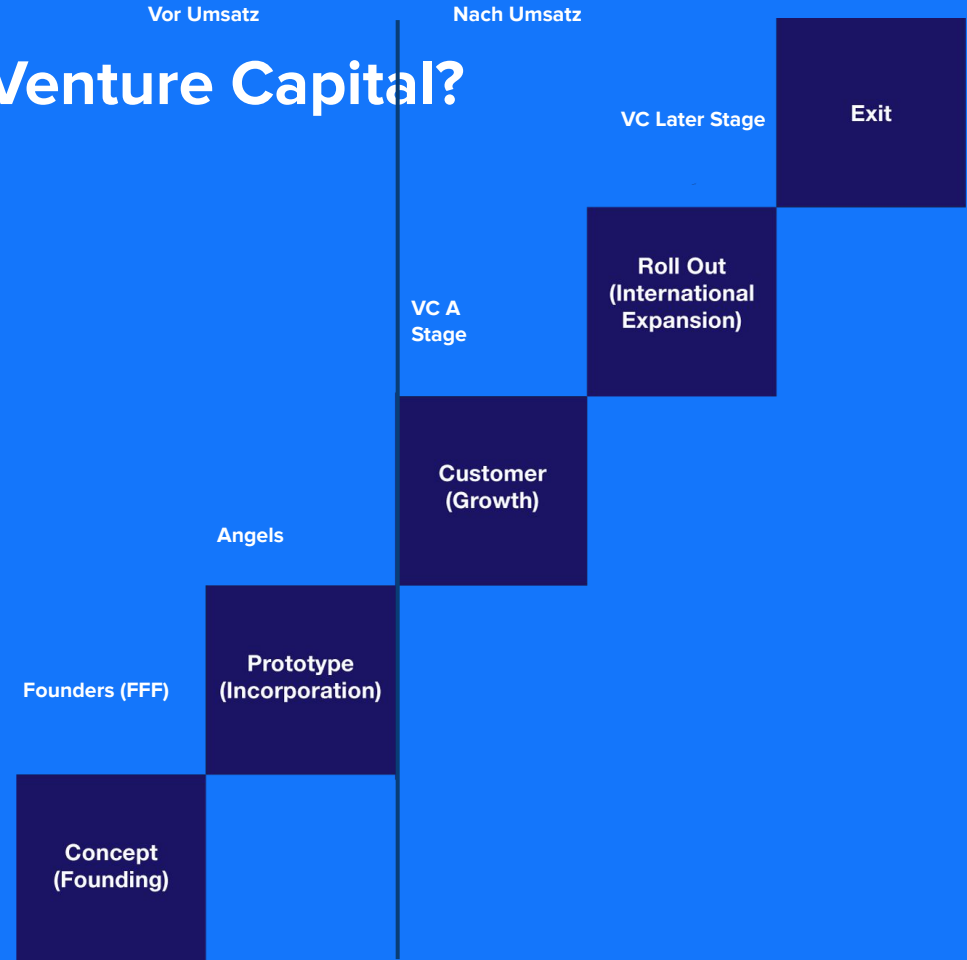
III. Q & A

AGENDA

I. Intro - Venture Capital und Cavalry Ventures

Was ist Venture Capital?

Alles über Startup
Finanzierungsrunden,
Unicorns, verschiedene
Geschäftsmodelle, Deal
Sourcing, Netzwerk-Effekte,
Investoren und
viel mehr!





MEET THE CAVALRY

The Cavalry combines 70+ years of experience as founders and investors



Morten Sondergaard



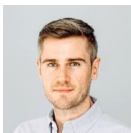
Rouven Dresselhaus (MSc, MA)



MONTREDO



Stefan Walter (Dipl., BBA)



tiger. FACILITY SERVICES

PICO VENTURES

Claude Ritter (BSc)



DM EXCO 18 WPP



Dr. Dominik Matyka (PhD)

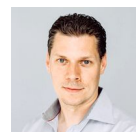


Productsup



STRÖER

Marcel Hollerbach (BSc)



DOJO MADNESS



Markus Fuhrmann

Track record

Portfolio



Investing

Invested in
80+ companies

Of which already
9 exits (2 IPOs)

Funding raised by portfolio
€2bn+

Shareholder value created
€10bn+

Co-investors include



➡ 44% net IRR over the past 10 years

AGENDA

II. Interaktives Fallbeispiel - Ihr werdet zum Gründer

CASE STUDY

Wir möchten eine Plattform bauen, die es Nutzern ermöglicht, sich sozial zu engagieren (bspw. zum Thema Klimawandel, Umweltverschmutzung, etc.)

1. Produkt

3. Konsument

2. Markt

4. Team

1. DAS PRODUKT

Welches Problem löst euer Produkt?

Weshalb kauft der Kunde euer Produkt?

Was macht euer Produkt besonders?

1. DAS PRODUKT

Kunden Feedback ist heilig, nehmt es an.

Der Nutzen sollte für den Kunden klar zu verstehen sein.

Hebt euch von euren Wettbewerbern ab (Produkt, Service, etc).

2. DER MARKT

Wie groß ist der Markt?

Welche Wettbewerber gibt es im Markt?

Warum ist der Markt reif für eure Lösung?

2. DER MARKT

Der Markt sollte sich im Wachstum befinden.

Eine klare Positionierung im Markt ermöglicht das Ausspielen eures USPs.

Der Markt muss das adressierte Problem erkennen, um eure Lösung anzunehmen.

3. DER KONSUMENT

Wer ist euer durchschnittlicher Kunde?

Wie bzw. wo erreicht ihr ihn am besten?

In welcher Situation konsumiert euer Kunde euer Produkt?

3. DER KONSUMENT

Besseres Kundenverständnis fördert nachhaltigeres wirtschaften.

Macht euren Kunden zum König und er wird es euch danken.

Quantifiziert euren Kunden.

4. DAS TEAM

Welche Positionen müsst ihr besetzen?

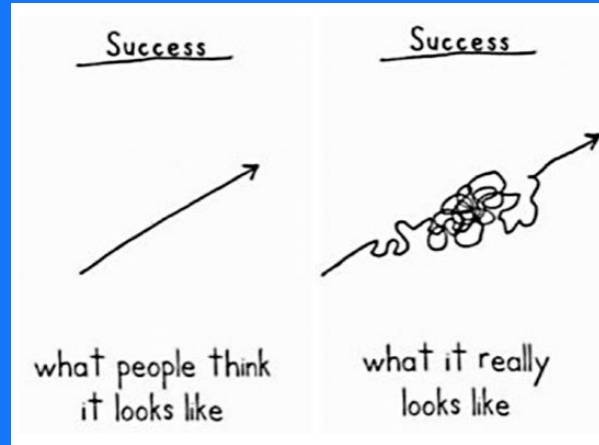
Welche Persönlichkeiten wollt ihr in eurem Team haben?

Was sind eure Erfahrungen (akademisch / professionell / andere)?

4. DAS TEAM

**Jedes Startup steht und fällt mit dem Team, das es aufbaut.
Branchenexpertise, komplementäre Fähigkeiten und ein
breites Netzwerk sind daher klare Voraussetzungen.**

Debrief



Sei bei deiner Firma

Präsenz kann nicht delegiert werden

Du bist die Marke

Stelle Leute ein, die klüger sind als Du

Hart aber clever arbeiten

Es gibt Zeit für beides

Priorisieren

Kenne deine Grenzen

AGENDA

III. Q & A

Q&A

CAVALRY

V E N T U R E S

Svenja Böttcher

Visiting Analyst

Kai Klasen

Analyst

kai@cavalry.vc
www.cavalry.vc