

A person wearing a headset is seen from the back, working on a laptop. The scene is dimly lit, with the laptop screen providing the main source of light. The person is wearing a dark t-shirt. The background is slightly blurred, showing what appears to be a desk with some plants.

GRÜNDERROMAN

Tobias Kollmann

STARTUP -mord

ERFOLG KENNT KEINE GRENZEN

Tobias Kollmann

STARTUP.mord

Erfolg kennt keine Grenzen

Gründerroman

Impressum

STARTUP.mord – Erfolg kennt keine Grenzen

Autor: Tobias Kollmann, tobias.kollmann@netstart.de

Adresse: netSTART GmbH, Am Waldpark 34, 50996 Köln

© 2021 Tobias Kollmann / netSTART GmbH

Alle Rechte vorbehalten. 1. Auflage (2021)

Bestellung und Vertrieb:

Nova MD GmbH, Vachendorf

ISBN: 978-3-96966-509-1

Auch als eBook und Hörbuch erhältlich.

www.startup-roman.de

Prolog

Die Glocke lag schwer in seiner Hand. Eigentlich hätte er sie in dem Blitzlichtgewitter der Fotografen auf dem Börsenparkett in Frankfurt am Main mit einer Leichtigkeit läuten sollen, die für diese traditionsreiche Symbolik angemessen war. Schließlich war es der größte Tag in der Geschichte seines Startups - es war der Tag vom IPO von *AudioKing.com*, einer Plattform für das Aufnehmen und Abspielen von Audiodateien. Quasi das *YouTube* für die Ohren.

Wer mit seinem Gesicht überzeugen konnte, war bei *YouTube*, wer es „nur“ mit der Stimme konnte, war bei und damit ein *Audio-King*. Die drei magischen Buchstaben IPO standen dabei für Initial Public Offering und bedeuteten nichts Anderes als die Erstplatzierung der Aktien eines Unternehmens an der Börse. Für die Gründer, Investoren und anderen finanziellen Wegbegleiter bedeutete es aber schlichtweg eins: Zahltag!

Doch das Gewinnerlächeln von Alexander König, der in der Startup-Szene in Analogie zum Firmennamen gerne auch „Der King“ genannt wurde, war nur gespielt. Hinter seiner Stirn machte sich Unsicherheit breit. Sah man ihm den Verlust seines Freundes und Mitgründers Moritz Hansen an, der erst vor wenigen Wochen ermordet wurde und dessen Tod den heutigen Tag überschattete? Durfte er sein Gewinnerlächeln, welches über die Zeit zu seinem Markenzei-

chen geworden war, genau vor diesem Hintergrund überhaupt zur Schau stellen?

Der Automatismus der Öffentlichkeit zwang ihn doch dazu und die Bilder würden länger wirken, als die Frage nach dem immer noch ungeklärten Ableben seines Kollegen. Also schwang er die Glocke, lächelte in die Kameras und feierte den guten Start auf dem Börsenparkett. Gut war dabei eigentlich keine passende Beschreibung, denn die Aktien waren nicht nur im Vorfeld des IPO gefragt, sondern der Kurs explodierte geradezu direkt nach dem Beginn des Handels.

Das erste digitale Unicorn aus Deutschland mit einer weltweiten Relevanz, welches zudem dem Lockruf der NASDAQ widerstehen konnte und den Börsengang nicht in New York, sondern vor Ort in Frankfurt wagte. Welches schon vorher die Kaufangebote von *Google* und *Facebook* ablehnte und seinen eigenen Weg gehen wollte. Welches als das Vorzeigeprojekt einer bis dato sehr schwachen europäischen Digitalszene galt und welches viele Personen heute mit dem Börsengang reich machte. Sehr reich machte!

Die beteiligten Business Angels aus der Anfangszeit, die Venture Capital-Geber aus der Wachstumsphase, die beteiligten Banken und Private Equity-Investoren im Zuge des Börsengangs und natürlich die Gründer selbst. Zumindest die, die noch am Leben waren. Moritz Hansen war es nicht mehr...

Natürlich war sein Handy voll mit SMS- und WhatsApp-Nachrichten, die ihm mehr oder weniger ehrlich gratulierten. Die üblichen Speichellecker, die ihm in den Hintern kriechen und mit ihm Geschäfte machen wollten, andere Gründer, die ihn gerne als Business Angel für die eigenen Startups gewinnen würden und Vermögensberater, die jetzt unbedingt mit ihm sprechen mussten. Er schenkte diesen Mitteilungen nur wenig Beachtung.

>>*Wir müssen jetzt nach draußen gehen!*<< holte ihn Anna-Maria Abrams aus seinen Gedanken. Offiziell war sie die PR- und Pressesprecherin von *AudioKing.com*, inoffiziell war sie wohl eher die persönliche, man munkelte hinter vorgehaltener Hand sogar „sehr persönliche“ Assistentin vom „King“. Im Moment war sie aber auf die exakte Einhaltung des Zeitplans bedacht und so schob sie Alexander König sanft aber bestimmt in Richtung Ausgang, nicht ohne den Wink an die Pressemeute, ihnen zu folgen.

Auf dem Weg zum obligatorischen Foto mit der bekannten Bullen-Skulptur vor dem Börsengebäude fiel dessen Blick aber doch noch auf eine Nachricht auf seinem Handy, die ihm das Blut in den Adern gefrieren lies:

„Du Schwein! Ich mache Dich fertig! MfG Moritz“

Der Absender war die ihm mehr als bekannte Mobilfunk-Nummer von seinem ermordeten Mit-Gründer. Ihm wurde schlecht

und ein mehr als ungutes Gefühl überkam ihn. Dieses wurde noch verstärkt, als er beim Verlassen des Foyers der Frankfurter Börse aus den Augenwinkeln heraus die blauen Lichter der Einsatzwagen der örtlichen Polizei bemerkte.

Etwa zeitgleich pingte bei ihm und allen anderen um ihn herum eine Eilmeldung der bekannten Online-Plattform *startup.news* auf, die es mehr als in sich hatte. Er überflog nur kurz die Überschrift und in diesem Moment wusste er, dass er die Bronze-Plastik auf dem Börsenplatz, die seit 1985 dort stand und mit Bulle und Bär den ewigen Kampf von Auf und Ab am Aktienmarkt symbolisierte, nicht mehr erreichen würde.

Zu diesem Zeitpunkt fing auch der Börsenkurs von *Audio King.com* massiv an zu sinken. Panik machte sich unter den Anlegern breit und die Aktie kannte in der Folge nur eine Richtung: abwärts... Die beteiligten Investoren konnten nur fassungs- und tatenlos zusehen, wie ihr Kapital und ihre Exit-Träume zunehmend vernichtet wurden. Die rechtlich verbindliche Lockup-Periode verbot ihnen einen direkten Verkauf ihrer Anteile direkt zu Beginn des Börsengangs.

Alexander König hörte noch schwach den aufkommenden Tumult aufgrund der eingegangenen Eilmeldung durch das erneut aufkommende Rauschen in seinen Ohren, dann sackten seine Knie weg und ihm wurde schwarz vor Augen...

Seed-Phase 1

>>Die Digitalisierung ändert alles!<< Es war dieser Satz seines Professors im Grundkurs zum Thema „Digital Transformation“ an der bekannten privaten *University of Digital Business* in Düsseldorf, welcher sich in das Gedächtnis von Alexander König einbrannte. Die *UDB* residierte durchaus nobel im angesagten Medienhafen der Landeshauptstadt und bot exklusive Bachelor- und Masterstudiengänge für die Digitale Wirtschaft an.

Nichts erinnerte hier an eine klassische Hochschule. Die Sitze im Hörsaal waren aus Leder mit verstellbaren Lehnen und individuell ausklappbaren Tischelementen für Laptop oder Tablett, die jeder Student am Anfang als Willkommensgeschenk bekam. Die Seminarräume waren im hippen Co-Working-Style ausgestattet und einen exklusiven Fitnessraum gab es ebenso wie ein hippes Kaffee als Meeting- und Networking-Station. Ultraschnelles und freies WLAN war eine Selbstverständlichkeit und eine Chill-Area mit Kickertisch und Tischtennisplatte erzeugte eine digitale Startup-Kultur, die durchaus gewollt war.

Düsseldorf war dabei gut gewählt, denn während die Hochschulen im Rheinland führend für die klassische Betriebswirtschaft waren, konnten die Ruhruniversitäten in den Bereichen Informatik und Wirtschaftsinformatik punkten. Düsseldorf lag somit geografisch

im bestmöglichen Schnittpunkt, wo sich das informationstechnische „Digital“ und das anwendungsorientierte „Business“ trafen und so zum innovativen „Digital Business“ wurden. Ein exklusiver Ort des digitalen Wissens für eine exklusive Auswahl an begabten Digital Natives, welche die reale Welt ins digitale Zeitalter transformieren bzw. aus den Angeln heben wollten.

Und noch eine Besonderheit konnte man an der *UDB* beobachten: Die innovative Hochschule hatte sich neben dem Grundstudiengang zum allgemeinen „Bachelor of Digital Business“ und dem weiterführenden „Master of Digital Business“ noch einen einzigartigen Sonderstudiengang zugelegt, der in Deutschland und auch Europa seines gleichen suchte. Für den speziellen „Master of Digital Entrepreneurship“ bewarben sich die Studenten nicht nur mit den Noten aus dem Bachelor, sondern mit einem Businessplan für eine eigene Geschäftsidee.

Das anschließende Studium drehte sich neben seinen allgemeinen Vorlesungen in seinen speziellen Kursen dann nur und ausschließlich rund um diese Idee und deren Umsetzung in eine tatsächliche Unternehmensgründung. Dabei kam es durchaus vor, dass sich einige Studenten von ihrer ursprünglichen Idee trennten und sich anderen Kommilitonen anschlossen, was durchaus gewünscht war.

Am Ende stand der über die Grenzen hinweg bekannte „*Battle of Ideas*“ vor dem hauseigenen nationalen und internationalen

Investorenclub auf dem Programm, wo die besten Ideen auch direkt eine Finanzierung bekommen konnten. Der Weg dorthin war lang und in regelmäßigen „*Ideas Slams*“ versuchten sich die Teams ständig mit ihren Gründungsideen untereinander zu messen.

Am Ende stand somit für die Studenten nicht nur der Master-titel, sondern auch der Start des eigenen Unternehmens oder ein lukratives Angebot für eine Position in einem schon bestehenden Start-up im Portfolio der Kapitalgeber im Raum. Die suchten nämlich nicht nur neue Startups, in die sie investieren konnten, sondern auch vielversprechenden Nachwuchs für die schon laufenden Investments.

Die *UDB* wurde somit zur Kaderschmiede für die nächste Gründergeneration in der digitalen Wirtschaft. Der Track-Record, also die individuelle Referenzliste, die über die Erfolge von den bisherigen Startups der *UDB* eine Auskunft gibt, spricht für sich. Mit einem Gesamtwert von fast 3,5 Mrd. Euro waren die Ausgründungen aus der Düsseldorfer Hochschule die erfolgreichsten in ganz Europa und die Hochschule hatte sprichwörtlich ihren Anteil daran.

>>*Die University of Digital Business ist die TOP-Adresse für Gründer, Investoren und Unternehmen, die im Bereich der Digitalen Wirtschaft aktiv sind oder es werden wollen.*<< Mit diesem Satz ließ sich der Rektor bzw. Präsident der *UDB*, Prof. Dr. Andreas Baumann, immer gerne zitieren. Er war selbst einmal ein erfolgreicher Gründer in der Zeit der

New Economy gewesen und verstand seine Hochschule schlichtweg als Business Modell.

Studiengebühren gab es vor diesem Hintergrund nicht, aber die Studenten mussten sich im Rahmen der Unternehmensgründung verpflichten, 5% der Anteile an die UDB und 5% an deren Professoren als Pool-Beteiligung abzugeben. Man nannte es „Das UDB-Prinzip“ und die zugehörige Titelstory aus dem Manager-Magazin mit Baumann auf dem Cover überstrahlte im überdimensionalen Großformat alle anderen Einrichtungsgegenstände im Büro des Rektors.

So gab es für alle Beteiligten einen besonderen Anreiz, dass die Startup-Ideen ein Erfolg wurden. Mehr noch, es spannte das Band einer eingeschworenen Gemeinschaft zwischen Hochschule, Professoren und Studenten. Das hatte inzwischen einen Kult-Status. Man duzte sich, man unterstützte sich... Die Profs waren mehr Mentoren als Lehrer und mussten im Rahmen der Berufung nachweisen, dass sie selbst ein erfolgreiches Unternehmen gegründet hatten und über ein wertvolles Netzwerk verfügten.

>>Mit tollen Publikationen in amerikanischen A-Journals alleine kommt hier niemand an die UDB. Wir wollen Persönlichkeiten, die auch außerhalb der Hochschulen bewiesen haben, dass sie etwas vom Unternehmertum verstehen. Alle anderen können sich gerne an eine staatliche Universität auf die Pensionierung vorbereiten.<< sagte Baumann gerne mit einem Seitenhieb auf die öffentlich-rechtlichen Kollegen.

Wer an der *UDB* als Hochschullehrer nicht spätestens nach jeweils 5 Jahren nachweisen konnte, dass er erfolgreich die Startups der Studenten begleitet hatte, der war schneller wieder weg, als er vielleicht zum Einstieg dachte. Erfolg war dabei klar definiert: Wie viele Gründer hatten für ihre Gründungsideen eine Finanzierung bekommen.

Damit wurden die Abschlussprüfungen in Form von Pitches vor den Investoren nicht nur zum Prüfstein für die Studenten, sondern auch für die Professoren, die sich aus den jeweiligen Master-Bewerbungen analog zur amerikanischen Football-Liga *NFL* im Draft-Verfahren ihren individuellen Betreuungspool auswählen konnten. Unterricht gab dann jeder Professor für alle Studenten, aber die konkrete Betreuung der resultierenden Gründerteams mit ihren Startups lag in den einzelnen Händen der jeweils beteiligten Hochschullehrer.

Durch dieses System standen alle unter Druck, konnten im Erfolgsfall über das besondere Beteiligungsmodell aber auch sehr reich werden. Entsprechend war das Verhältnis zwischen der *UDB* und den normalen Universitäten geprägt von einer Mischung aus gegenseitigem Neid bezüglich der Verdienstmöglichkeiten an der *UDB* bzw. der Stellensicherheit im öffentlich-rechtlichen Sektor einerseits und dem Mitleid bezüglich des permanenten Stresses der *UDB*-Kollegen bzw. dem geringen Grundgehalt eines normalen FH- oder Uni-Professors andererseits.

Aber das Modell funktionierte und die Investoren standen Schlange und bezahlten der Hochschule viel Geld, nur um im Rahmen der Abschlussprüfung den ersten Blick auf die aktuellen Absolventen und ihre Ideen werfen zu dürfen. Neben dem Beteiligungsmodell eine weitere gute Einnahmequelle.

Nationale und internationale Venture Capital-Unternehmen, reiche und renommierte Business Angels, staatliche und halbstaatliche Fonds und große Industrie-Unternehmen pilgerten regelmäßig zweimal im Jahr zu den Präsentationen der Studenten nach dem jeweiligen Winter- oder Sommersemester. Es war das „*Who-is-Who*“ der digitalen Szene. Nur die Presse war unerwünscht und es war den Studenten strengstens verboten, über ihre Ideen vor der Abschlusspräsentation öffentlich zu berichten.

Es war die Regel, dass noch vor Ort die ersten exklusiven Letter of Intents, also unverbindlichen Absichtserklärungen unterschrieben wurden, die bestätigten, dass man in anschließende Verhandlungen über eine Beteiligung eintreten wollte. Die Wahrscheinlichkeit, dass die LOIs auch in eine tatsächliche Beteiligung umgewandelt wurden, lag in der Vergangenheit durchschnittlich bei 91,47 Prozent.

Es war das Ziel eines jeden Gründerteams an der UDB, am Ende des Tages die meisten dieser LOIs zu bekommen. Damit verbunden war der Titel des „*UDB-Startup of the Year*“, mit dem man

gleichzeitig zum Jahrgangsbesten wurde und sein Team-Foto ab diesem Tag vor dem Büro des Rektors sehen durfte.

Das war der Traum eines jeden neuen Studenten, dann hatte man es geschafft und durfte sich seine Investoren aussuchen. Dort hing man dann neben den großen Vorbildern, die in zwei Fällen als „IPOler“ einen Börsengang geschafft oder in vielen weiteren Fällen als „TradeSaler“ ihre Startups erfolgreich an Industrie-Unternehmen verkauft hatten. Der Weg zum großen Geld war damit quasi vorprogrammiert...

Und da saßen sie nun Seite an Seite und hatten genau diesen Traum: Alexander König und sein Kommilitone Moritz Hansen. Der eine als 21-jähriger Bachelor der Betriebswirtschaft aus Köln und der andere als Bachelor der Informatik aus Dortmund, der gerade einmal den 20. Geburtstag hinter sich hatte.

Alexander war dabei nahezu ein Prototyp eines zukünftigen *Chief Executive Officer* und damit CEO eines Startups. Gutaussehend, überzeugend, selbstbewusst mit leichtem Hang zum Narzissmus, aber eben auch fundierten Kenntnissen in BWL mit dem Schwerpunkt Marketing. Ein zukünftiger „Digital Leader“ wie ihn Kapitalgeber in einem Gründerteam suchen und selten finden.

Das Haar immer gut frisiert und die Kleidung immer tadellos in Form der Startup-Uniform schlechthin: *Boss*-Anzug, weißes oder blaues Hemd mit zwei offenen Knöpfen, natürlich keine Krawatte...

Mit einem gnadenlosen Talent für die Kommunikation und Präsentation zu seiner Idee und natürlich auch zu sich selbst. Es überraschte kaum, dass er als Lebensmotto in seinen Bewerbungsunterlagen für die UDB den bekannten Überfliegersatz „*The Sky is the Limit!*“ eingetragen hatte.

Demgegenüber kam Moritz Hansen deutlich stiefmütterlich daher und erinnerte somit eher an die Nerds aus der bekannten US-Serie „*The Big Bang Theory*“. Jeans und T-Shirts mit Aufdrucken amerikanischer Comic-Symbole und den obligatorischen *Birkenstock*-Sandalen. Er war eben keine Rampensau, die sich auf die Bühne stellte und überzeugend reden konnte.

Seine Welt war eine andere – seine Welt bestand aus Nullen und Einsen, aus denen er Programmzeilen bevorzugt für mobile Anwendungen schrieb. Er war die Fachkraft bzw. der potenzielle *Chief Technology Officer* und damit CTO, nach der bzw. dem alle suchten und die kaum zu finden war. Er war ein Coder!

Moritz war einer der wenigen hochbegabten Menschen, die reale Probleme technisch in digitale Lösungen übersetzen konnten. Ein Virtuose der Kombination von binären Programmzeilen mit einer gnadenlosen Effizienz und Effektivität, mit der eine resultierende Anwendung genau das tat, was sie tun sollte. So wie andere Menschen ein Brief schrieben, so schrieb er die Codes für ein digitales Programm. Codes, die der Schlüssel zu einer neuen Dimension wa-

ren – der digitalen und damit virtuellen Dimension des Internets. Das war sein Reich, seine Spielwiese und sein Selbstverständnis...

Moritz Hansen überzeugte die *UDB* mit einer Startup-Idee, welche ein neue Streaming-Möglichkeit für Audio- und Videodateien beinhaltete und in Zukunft das *mp3*-File als Kompressionsverfahren ablösen sollte. Alexander König war angetreten mit der Idee einer Plattform für redaktionellen Audio-Content, bei dem die Podcasts einzelner Akteure zu individuellen Channels gemischt werden konnten.

Schon beim ersten internen „*Idea Slam*“ wurde beiden klar, dass sie in die gleiche Richtung weitergehen und sich ergänzen konnten. Seitdem saßen sie in allen Veranstaltungen zusammen und arbeiteten weiter an ihrer Idee. Beide hatten aus dem Professoren-Draft denselben Mentor bekommen. Es war Prof. Dr. Nikolas Krüger und der war eine seltene Mischung aus Verbandspräsident und Investmentmanager.

Dieser Dozent strahlte auf der einen Seite vollkommene Seriosität aus, schlug sich aber auf der anderen Seite mit dem Gerücht herum, dass er durchaus dazu neigte, nicht unerhebliche Summen an der Börse einzusetzen und damit nicht sonderlich erfolgreich zu sein. Als ehemaliger *Chief Financial Officer* und somit CFO eines FinTech-Startups hatte er nach dem erfolgreichen Exit aber auch das notwendige Spielgeld dazu. Entsprechend egal war ihm das Gerücht.

Prof. Krüger war nach seiner aktiven Startup-Zeit mit der obligatorischen Pause vor vier Jahren an die *UDB* gekommen und unterrichtete hier Finanzen und Investment-Management. Er war durchaus beliebt bei den Studenten und sein Fachwissen war unbestritten. Als Finanzmann hatte er aber nicht immer das Gespür für gute Geschäftsmodelle und deswegen war seine Ausbeute beim Investitionsvolumen in die von ihm betreuten Absolventen und deren Startups überschaubar.

Prof. Krüger war vor diesem Hintergrund auch alles andere als ein Gewinner des *UDB*-Prinzips und blickte durchaus mit etwas Unbehagen auf die demnächst anstehende 5-Jahres-Evaluation. Mit Alexander König und Moritz Hansen hatte er aber endlich nach einer langen Zeit mal wieder ein heißes Eisen im digitalen Startup-Feuer, dass spürte er...

>>Und denkt immer daran, mit Gedanken alleine hat man noch nie ein Fenster eingeschlagen.<< Der Dozent beendete gerne seine Vorlesungen mit einer mehr oder weniger literarischen Bemerkung, die als Motivation und Antrieb für die Studenten gedacht war. Im gleichen Zuge winkte er seine Schützlinge Alexander und Moritz zu sich nach vorne ans Rednerpult. >>Sehen wir uns nachher in der Chill-Area auf einen Kaffee?<<, fragte er die beiden.

>>Na logo, wir wollten sowieso einen neuen Gedanken zu unserer Geschäftsidee mit Dir diskutieren<<, antwortete Alexander. >>Dann so um

11:00 Uhr? Ich habe vorher noch einen wichtigen Conference-Call mit Strangeway Venture zu einem neuen heißen Scheiß aus dem Valley.<< rief Krüger den beiden noch im Weggehen zu, ohne auf dieses Name-Dropping verzichten zu wollen. >>Geht klar!<< meinte Alexander aber wohl mehr zu sich selbst als zum bereits enteilten Professor.

>>Glaubst Du ihm den Call?<< fragte Moritz seinen Kommilitonen fast schon beiläufig. >>Keine Ahnung. Die Jungs von Strangeway Venture sind drüben in den USA eine ganz große Nummer.<< meinte Alexander und schaute sich im Hörsaal verschwörerisch um, bevor er sich leise flüsternd wieder zu Moritz wandte und meinte >>Da würde es mir persönlich schon reichen, wenn er nur mit dem Pförtner telefoniert. Hauptsache er kann mal unseren Businessplan auf deren Tisch befördern.<<

Der sah Alexander an und fragte sich, warum sein Freund für diese Information so leise sprechen musste. Er wollte aber dann ebenso cool sein wie sein Kollege und flüsterte zurück >>Mal sehen, ob das am Ende des Tages nur heiße Luft oder eine echte Investment Opportunity für unser Startup ist.<< Doch der rief ihm als Antwort nur sehr laut zu >>Warum flüsterst Du eigentlich?<<

Moritz erkannte damit sofort, dass Alexander ihn mit seinem Geheimnis-Gehabe nur aufgezogen hatte. Während sein Studienfreund lachend an ihm vorbeizog, schaute Moritz doch etwas pikiert hinterher. Und damit schlenderten die beiden Gründer in Richtung Ausgang und verließen gemeinsam den Hörsaal.

Disclaimer

Das Startup *AudioKing.com* in diesem Roman wurde inspiriert durch die Plattform *LEKIO.de - THE SOCIAL RADIO NETWORK*, einer Gründungsidee des Autors, die er zusammen mit seinen Studenten von der Universität Duisburg-Essen im Jahr 2016 umsetzte und 2017 erstmals auf den Markt brachte. Die zugehörige App ist/war seitdem immer mal wieder als laufendes Experiment in den diversen Stores kostenlos verfügbar. Bis auf die grundsätzliche Konzeption haben beide Online-Plattformen in der Umsetzung und dem Geschäftsverhalten der beteiligten Akteure aber keinerlei Zusammenhänge.

Geschrieben wurde dieses Buch hauptsächlich zwischen 2017 und 2019 an zahlreichen Schauplätzen der deutschen Startup-Szene in Berlin, Köln, Düsseldorf und Hamburg mit ihren digitalen Hubs, Inkubatoren und Co-Working-Spaces sowie im Café *Palladio*, der Espresso-Bar *Galestro* und dem Bistro *Le Quartier* in Köln-Rodenkirchen, welche auch als Vorlage für die Chill-Area an der im Roman als fiktive Hochschule eingeführten *University of Digital Business (UDB)* dienen. Alle Recherchen, Zahlen und realen Bezugspunkte beziehen sich auf diesen Zeitraum.

Der Autor legt Wert auf die Feststellung, dass die fiktiven Charaktere und ihre Handlungsweisen nicht repräsentativ für die Startup-Szene in Deutschland sind und diesbezügliche Ähnlichkeiten mit lebenden Personen rein zufällig wären. Die real existierenden und in diesem Roman vorkommenden Personen sind allesamt herausragende Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens und werden diesbezüglich rein positiv in ihren Handlungen und Beschreibungen interpretiert. Der überwiegende Teil der Geschichte befasst sich zudem mit den positiven Aspekten einer Startup-Gründung, ohne jedoch im Ausgleich dafür nicht auch auf einige mögliche Risiken und Gefahren hinzuweisen. Insbesondere das dramatische Ende von *AudioKing.com* ist daher als Fiktion auch eher als Mahnung mit Blick auf den *Wirecard*-Skandal zu verstehen, wie sich ein Startup nicht entwickeln sollte, sofern sich alle diesbezüglichen Informationen als belastbar herausstellen.

Es ist entsprechend das Ziel, neben einer spannenden Geschichte auch kompaktes Wissen rund um die Gründung eines Online-Startups zu vermitteln. Dies ist unabhängig von dem Schicksal von *AudioKing.com* als positive Anregung und Aufforderung zu verstehen, das Abenteuer einer eigenen Unternehmensgründung mit Mut, aber eben auch Besonnenheit in Angriff zu nehmen.

Autor

Tobias Kollmann ist ein intimer Kenner der deutschen und internationalen Startup-Szene. Als Gründer von *AutoScout24* im Jahre 1999 und Entwickler der ersten mobilen UMTS-App als Feldversuch in Deutschland im Jahre 2004 gehörte er mit zu den Pionieren im Internet. Als Investor finanzierte er über viele Jahre zahlreiche junge Unternehmen mit elektronischen Geschäftsmodellen und wurde 2012 von *BAND* zum Business Angel des Jahres gewählt. Laut der Zeitschrift *Business Punk* (2/2014) gehört er als Forscher, Berater, Experte, Investor aber auch politischer Vordenker zu den 50 wichtigsten Köpfen der deutschen Startup-Szene.

Als Professor für E-Business und E-Entrepreneurship bringt er seinen Studenten an der *Universität Duisburg-Essen* das Grund- und Gründungswissen für die digitale Wirtschaft bei. Für sein besonderes Lehr- und Förderkonzept in diesem Bereich erhielt er 2007 beim UNESCO Entrepreneurship Award „Entrepreneurial Thinking and Acting“ einen Sonderpreis. 2018 und 2019 gehörte er laut der *FAZ* zu den 100 einflussreichsten Ökonomen in Deutschland mit „Gewicht in Medien, Forschung und Politik“. Seine Forschungsergebnisse wurden in internationalen A-Journals wie *Entrepreneurship Theory and Practice* (ETP), *Journal of Business Venturing* (JBV), *Strategic Entrepreneurship Journal* (SEJ) und *Journal of Management Information Systems* (JMIS) publiziert. Seine Lehrbücher „E-Business“ und „E-Entrepreneurship“ gehören in den jeweils 7. Auflagen zu den führenden Standardwerken in diesem Lehrgebiet.

Er ist zudem ein gefragter Keynote-Speaker für alle Themen rund um die Digitale Wirtschaft und ein renommierter Berater von Unternehmen und der Politik rund um die Aspekte der Digitalisierung. Von 2013 bis 2020 war er der Vorsitzende des Beirats „Junge Digitale Wirtschaft“ im *BMWi*. Von 2014 bis 2017 war er zudem der Landesbeauftragte für die Digitale Wirtschaft in NRW. Die Redaktion von *politik & kommunikation* zählte ihn 2016 zu den bedeutendsten Akteuren der Digitalisierung im politischen Berlin. *Brandwatch* führte „Prof_Kollmann“ 2017 unter den TOP-10 der einflussreichsten Twitter-Autoren rund um das Thema „Digitale Transformation“ und „Digital Leadership“.

Mit seiner *netSTART-Academy* versucht er zudem den Mitarbeitern in den Betrieben über ein berufsbegleitendes Weiterbildungsprogramm die Angst vor der digitalen Zukunft zu nehmen. Dafür bietet er zusammen mit der *Universität Duisburg-Essen* zwei Zertifikatskurse zum E-Business-Manager und zum E-Business-Leader an.