

PRESSEINFORMATION

Neuaufstellung von Wayra Deutschland – Telefónica's Venture-Einheit erfindet sich neu

München, 17. November 2017 – Wayra Deutschland hat gestern sein neues Modell der Start-up-Förderung präsentiert. Mit der Neuaufstellung will die Venture-Einheit von Telefónica Deutschland reiferen Start-ups und jungen Technologieunternehmen einen direkten Zugang in den Konzern und damit einen Innovations- und Wachstumsschub ermöglichen. Dazu setzt Wayra Deutschland auf ein „Venture-Client“-Modell. Zentrales Element: Start-ups sollen Telefónica als Kunden gewinnen und Lieferanten eines der weltweit größten Telekommunikationsunternehmen werden. Im direkten Projektgeschäft mit Telefónica's Geschäftseinheiten können sie sich operativ verbessern und von einem globalen Netzwerk profitieren. Zusätzlich hilft Wayra mit finanziellen Mitteln sowie operationellen Ressourcen und Coachings, stellt den Start-ups Büroflächen im Zentrum von München zur Verfügung und organisiert Netzwerk-Veranstaltungen im Start-up-Ökosystem und im Konzern. Wayra Deutschland richtet sein Angebot an junge, wachsende B2B-Technologieunternehmen mit Fokus auf den Bereichen „Internet of Things“ (IoT), Datenanalytik, Cybersicherheit und Künstliche Intelligenz (KI). Christian Lindener, seit Februar 2017 Managing Director von Wayra Deutschland und Initiator des neuen Modells, hat den Relaunch gestern bei Wayras „Big Bang“-Event vorgestellt.

Wayra startete sein Akzeleratoren-Programm in Deutschland im Jahr 2012 und hat seitdem rund 40 Start-ups erfolgreich weiterentwickelt. „Wayra war der internationale Pionier bei der Gründerförderung durch Unternehmen“, sagt Christian Lindener. „Unsere Erfolge zeigen, dass unser Ansatz richtig war. Das heißt aber nicht, dass wir genau so weitermachen sollen. Bei der Innovationsförderung müssen die Bedürfnisse einer sich gerade auch in Deutschland rasant entwickelnden Start-up- und Technologieszene in den Mittelpunkt gerückt werden. Und als Venture-Einheit eines Konzerns müssen wir zudem klarmachen, wo wir am besten helfen können. Das neue Venture-Client-Modell von Wayra Deutschland setzt genau hier an. Für ein weltweit führendes Telekommunikationsunternehmen ein Technologieprojekt umzusetzen, die eigenen Produkte und Entwicklungen also einem harten Realitäts-Check zu unterziehen, kann für Start-ups einen echten Wachstumsschub und Umsatzsprung bedeuten.“ Die Kunden-Lieferantenbeziehung kläre die gegenseitige Erwartungshaltung. „Das verringert das Risiko, enttäuscht zu werden – auf beiden Seiten“, so Lindener. Wayra Deutschland und die Geschäftseinheiten von Telefónica begleiten dabei nicht nur die Projektumsetzung, sondern unterstützen auch bei der Vermarktung von Produkten, vernetzen die jungen Unternehmen mit Entscheidungsträgern aus anderen Konzernbereichen und stellen den Kontakt zu Distributions- und Kommerzialisierungskanälen her.

Venture-Client-Modell: Realitäts-Check, Innovationsschub, Wachstumssprung

Vor allem in Deutschland ist viel Bewegung in der Venture-Capital-Landschaft. Mittlerweile agieren knapp 100 Corporate-Akzeleratoren, Inkubatoren und Labs in der Bundesrepublik. Die Investorenszene ist sehr stark ausdifferenziert. Das eingesetzte Venture Capital ist in den letzten Jahren immens gestiegen und wird vor allem risikoavers verwendet. Das Volumen erhöhte sich von rund 570 Millionen Euro (2012) auf mehr als 950 Millionen Euro im Jahr 2016 (Quelle: Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften / BVK). Zudem gibt es in Deutschland anteilig mehr High-Tech-Start-ups und junge Technologieunternehmen als in vielen anderen Industriestaaten. Die Entscheidung von Wayra Deutschland für ein Venture-Client-Modell erfolgte vor diesem Hintergrund.

Von der „Pre-Acceleration“ zur Unternehmensbeteiligung

Bis zu zehn Start-ups möchte Wayra von seinem Münchener Sitz aus jährlich fördern. Für Telefónica agiert Wayra dabei als globaler Technologie- und Innovations-Scout: Die Venture-Einheit identifiziert Unternehmen mit innovativen Pioniertechnologien, die zur Wachstumsstrategie des Telekommunikationskonzerns passen, und überprüft sie genau. „Wir stellen fest, ob diese Unternehmen die Digitalisierung von Telefónica vorantreiben können, ob sie einen Mehrwert liefern und ob es dafür Bedarf im Konzern gibt. Wenn das der Fall ist, laden wir sie ein, sich bei uns zu bewerben“, sagt Christian Lindener, der im Laufe seines Berufslebens mehrere Tausend junge Unternehmen kennengelernt und evaluiert hat. Die von Wayra Deutschland ausgewählten Start-ups werden dann zunächst vier Monate lang intensiv gefördert. Der einmonatigen Vorbereitung („Pre-Acceleration“) folgt eine dreimonatige Phase, in der ein Technologie-Projekt für Telefónica umgesetzt wird. Eine Woche im Monat finden Intensiv-Coachings („Bootcamps“) gemeinsam mit erfahrenen Managern und Gründern statt. Ein kontinuierlicher Austausch erfolgt mit Wayras und Telefónicas globalem Netzwerk aus Mentoren sowie Technologie- und Industrieexperten. Wayra Deutschland beteiligt sich in einer ersten Phase nicht an den jeweiligen Unternehmen („Zero-Equity“-Ansatz): Das Start-up erhält 25.000 Euro für die Umsetzung des Technologie-Projektes. Verläuft dieses Projekt erfolgreich, gibt es die Option auf eine Folgefinanzierung, in dessen Rahmen sich Wayra mit bis zu 350.000 Euro an dem Unternehmen beteiligt.

Christian Lindener möchte Wayra Deutschland verstärkt mit anderen Unternehmen und Corporate-Venture-Einheiten vernetzen. Seine Vision ist es, Wayra als aktive und lebendige Plattform zu etablieren mit „Coworking Spaces“ und Austauschmöglichkeiten für Start-ups, Corporates und Technologieexperten.

[Hier](#) finden Sie ein Foto der Diskussionsrunde beim Big-Bang-Event am Donnerstag, den 16.11.2017. Teilnehmer von links nach rechts: Johann Romefort (Stylight tech), Daria Saharova (Vito One), Moderator Franz Glatz (vormals Werk 1, jetzt CEO beim Digitalen Gründerzentrum in Ingolstadt); Christian Lindener (Managing Director Wayra Deutschland), Ozel Christo (relayr, ehemals CEO Neokami) und Maximilian Marquart (BMW Startup Garage).

Über Wayra Deutschland

Wayra agiert als Start-up-Track von Telefónica und identifiziert und fördert innovative Gründerteams sowie junge Technologieunternehmen im Wachstum. Wayra Deutschland unterstützt Start-ups über ein so genanntes Venture-Client-Modell. Start-ups können mit Wayra eines der weltweit größten Technologieunternehmen als Kunden gewinnen, ein bezahltes Technologie-Projekt umsetzen, Zugang zu einer 47-Millionen-starken Kundenbasis erhalten, durch die enge Zusammenarbeit mit Business Units operative Exzellenz entwickeln und von einem globalen Mentoren- und Technologienetzwerk profitieren. Zusätzlich hilft Wayra mit finanziellen Mitteln sowie Coachings, stellt den Start-ups Büroflächen zur Verfügung und organisiert Netzwerkveranstaltungen. Wayra richtet sein Angebot an junge, wachsende Technologieunternehmen aus den Bereichen „Internet of Things“ (IoT), Datenanalytik, Cybersicherheit und Künstliche Intelligenz (KI).

Wayra Deutschland wurde 2012 gegründet und hat einen beeindruckenden Track Record bei der Weiterentwicklung seiner bislang rund 40 geförderten Start-ups. Zuletzt hat der Automobilzulieferer Continental das Wayra-Start-up Parkpocket übernommen, das einen datenbasierten Service im Bereich Off-Street-Parking anbietet.

Wayra ist eine globale Initiative mit Standorten in zehn Ländern – in Spanien, Großbritannien und Deutschland in Europa sowie in Argentinien, Brasilien und fünf weiteren südamerikanischen Ländern.

Pressekontakt Wayra Deutschland

IRA WÜLFING KOMMUNIKATION GmbH

Dr. Reinhard Saller

+49. 89. 2000 30-30

wayra@wuelfing-kommunikation.de

www.wuelfing-kommunikation.de/