

# Gründer aus der Getränke-Industrie launchen Startup Accelerator im Rhein- Main-Gebiet

„Wir halten unsere Gründer stetig dazu an, jegliche Denkipulse nicht nur auf das Produkt zu spezifizieren, sondern das große Ganze zu beachten“. Diesen Grundsatz versucht Arne Wüllner, Geschäftsführer von Pando Ventures, jedem Gründer möglichst schnell aufzuzeigen. Gemeint ist damit vor allem, dass eine Idee nicht nur in ihrer Eigenart einen ‚Product-Market-Fit‘ aufweisen muss, sondern dass sie in die gesellschaftliche Züge passt, also tatsächlich existierende Probleme löst. „Wir setzen in erster Linie auf Märkte, welche aktuell zwar klein erscheinen, aber das Potential haben zukünftig exponentiell zu wachsen“.

In ihrem 6-monatigen Accelerator-Programm verkörpert Pando Ventures eine Art „Gründerschule“, welche die visionäre Denkweise aus dem Silicon-Valley mit der deutsch-rationalen Herangehensweise verknüpft. Zuvor durchläuft jedes StartUp eine 4-wöchige Validierungsphase, in der die Idee auf Herz und Nieren überprüft wird. Pando konzentriert sich hierbei nicht auf bestimmte Branchen, allerdings stehen überwiegend digitale Geschäftsmodelle im Fokus, welche den Vorteil bieten, einfach am Markt getestet werden zu können. Maximilian Gollner, Venture Development, beschreibt diesen Vorgang als „Naked Shortselling“. „Wir versuchen hierbei Produkte zum Verkauf anzubieten, welche in Wirklichkeit noch garnicht existieren“. Dieser Ansatz bietet u.a. die Möglichkeit unmittelbar entsprechende Akquisitionskosten abschätzen zu können. Enrico Jakob, Venture Development, verdeutlicht an dieser Stelle, wie fundamental die Höhe der Akquisitionskosten über den zukünftigen geschäftlichen Erfolg entscheiden, vor allem im B2C-Bereich.

Das Programm ist aber nicht nur für technische Gründer ausgelegt. Pando konzentriert sich zwar auf digitale Geschäftsmodelle, allerdings können sich diese auf unterschiedlichste Bereiche beziehen. „Wir bevorzugen primär Märkte, die wenig bis gar keine Eintrittsbarrieren haben“, kommentiert Arne Wüllner an dieser Stelle. „Das hat den Vorteil das Geschäftsmodell möglichst schnell wachsen zu lassen und skalierbar darzustellen“.

Die Partner von Pando haben zuvor das belebende Erfrischungsgetränk acáo auf den Markt gebracht, welches bis dato durch seinen einzigartigen Geschmack große nationale Erfolge feiert. Die Gründer der Firma haben innerhalb des Gründungsprozesses immer wieder Anfragen für unterstützende, strategische Hilfestellungen erhalten, welche nun innerhalb des Accelerator-Programms weitergegeben werden. Florens Knorr, leidenschaftlicher Gründer und Partner, verdeutlicht zu Ende nochmal, dass sie versuchen wollen „aktiv am Erfolg der Gründerszene in Deutschland teilzuhaben“ und einen gezielten Eindruck hinterlassen wollen. Aktuell befinden sich 6 Projekte in der Pipeline, welche bei entsprechend erreichten Zielen Zugang zu potentiellen Seed-Investoren erhalten, die das Geschäftsmodell durch Kapital wachsen lassen können.