

HANDLE MUTIG UND GREIFE NACH DEN STERNEN!

BEWERTUNGSKRITERIEN E-TOP

| Kriterium PITCH-Bewertung  | erfüllt | zu großen Teilen erfüllt | teilweise erfüllt | nicht erfüllt | Kommentar |
|--|---------|--------------------------|-------------------|---------------|-----------|
| <b>Präsentation</b>  |         |                          |                   |               |           |
| Persönliche Darstellung  |         |                          |                   |               |           |
| Wecken von Interesse   |         |                          |                   |               |           |
| Persönliche Begeisterung   |         |                          |                   |               |           |
| Visualisierung   |         |                          |                   |               |           |
| Aufbereitungsgüte/Qualität der Präsentation  |         |                          |                   |               |           |
| Nachvollziehbarkeit  |         |                          |                   |               |           |
| Schlüssiger/logischer Aufbau der Präsentation  |         |                          |                   |               |           |
| <b>Präsentationsinhalt</b>   |         |                          |                   |               |           |
| Vollständigkeit<br>(Titel, Problem, Lösung, Technologie, Markt, Geschäftsmodell, Meilensteine, Finanzierung) |         |                          |                   |               |           |
| Gesellschaftlicher Nutzen der Idee   |         |                          |                   |               |           |
| Kundennutzen der Idee  |         |                          |                   |               |           |
| Machbarkeit  |         |                          |                   |               |           |
| Bankfähigkeit  |         |                          |                   |               |           |
| Persönliches Interesse<br>(des Beurteilenden/Jurors) an der Idee   |         |                          |                   |               |           |
| <b>Business Case</b>   |         |                          |                   |               |           |
| <b>Branche/Märkte</b>  |         |                          |                   |               |           |
| Produktbeschreibung<br>(Umfeld, Rahmenbedingungen, Technologie)  |         |                          |                   |               |           |
| Wettbewerber   |         |                          |                   |               |           |
| Kunden/Märkte inkl. Umsatzvolumen  |         |                          |                   |               |           |
| <b>Geschäftsmodell</b>   |         |                          |                   |               |           |
| Geschäftsmodell über die gesamte Laufzeit  |         |                          |                   |               |           |
| Marketing/Vertriebskonzept   |         |                          |                   |               |           |
| Industrielles Konzept  |         |                          |                   |               |           |
| Personelles Konzept inkl. Analyse von Schlüsselressourcen  |         |                          |                   |               |           |
| Investitionen  |         |                          |                   |               |           |
| Finanzierung inkl. Cashflow  |         |                          |                   |               |           |
| G+V-Planung  |         |                          |                   |               |           |
| SWOT-Analyse   |         |                          |                   |               |           |
| Zeit- und Maßnahmenplan  |         |                          |                   |               |           |
| Entscheidungsvorschlag   |         |                          |                   |               |           |
| <b>Passung zu f.u.n.k.e.</b>   |         |                          |                   |               |           |
| Inhaltliche Passung zu f.u.n.k.e.  |         |                          |                   |               |           |
| Strategische Passung zu f.u.n.k.e.   |         |                          |                   |               |           |
| Passung zu den f.u.n.k.e. Werten   |         |                          |                   |               |           |