

Series-A-Startup – Wenn Wachstum die Organisation überholt

1. Problemstellung

Ein B2B-SaaS-Startup im Industriefeld mit:

- 45 Mitarbeitenden
- Erfolgreicher Series-A-Finanzierung
- Stark wachsendem Auftragseingang (+70 % YoY)
- Internationalen Pilotkunden

Auf dem Papier: ein klarer Wachstumserfolg.

Operativ jedoch zeigten sich zunehmende Spannungen:

- Liefertermine wurden wiederholt verschoben
- Implementierungsprojekte verzögerten sich
- Support war dauerhaft überlastet
- Konflikte zwischen Sales und Produktmanagement
- Keine klare Priorisierung der Roadmap
- Schnelles Hiring ohne klare Rollenarchitektur
- Gründer stark im operativen Tagesgeschäft gebunden

Das Unternehmen war nicht in finanzieller Not – sondern in struktureller Überlastung.

Die zentrale Frage lautete:

Wie skalieren wir weiter, ohne dass Qualität, Kultur und Steuerbarkeit kollabieren?

2. Verwendeter Teil des Modells

Eingesetzt wurde **Prepared for Scale – Startup Edition** mit Schwerpunkt auf:

- Unternehmerische Klarheit
- Produktstrategie
- Organisation & Governance
- Wirtschaftliche Steuerung

Ziel war es, eine skalierfähige Struktur aufzubauen – ohne die unternehmerische Geschwindigkeit zu verlieren.

3. Eingesetzte Methode

Phase 1: 3-Tage Skalierungs-Assessment

Workshop mit Gründerteam und Führungskräften.

Analysiert wurden:

- Entscheidungsprozesse und Eskalationswege
 - Rollen- und Verantwortlichkeitsverteilung
 - Produkt-Roadmap und Priorisierungslogik
 - Sales-Commitments vs. Delivery-Fähigkeit
 - Kapazitätsplanung & Projektsteuerung
 - KPI- und Reporting-Struktur
-

Zentrale Befunde

1. Unklare Governance

- Keine klare Trennung zwischen strategischen und operativen Entscheidungen
- Gründer als Engpass in vielen Freigaben

2. Fehlende Kapazitätslogik

- Sales generierte Abschlüsse ohne verbindliche Delivery-Prüfung
- Keine systematische Ressourcenplanung

3. Roadmap-Konflikte

- Kundenindividuelle Anforderungen dominierten
- Kernprodukt-Weiterentwicklung litt

4. Überlastete Organisation

- Neue Mitarbeitende ohne klares Onboarding
- Führungsspanne teilweise zu groß
- Hohe operative Reibungsverluste

Das Wachstum war real –
die Struktur jedoch nicht skalierfähig.

Phase 2: 120-Tage-Strukturaufbau

Gemeinsam definierte Maßnahmen:

Governance & Rollen

- Klare Verantwortlichkeitsmatrix (RACI)
- Einführung eines wöchentlichen Leadership-Boards
- Trennung von Produktstrategie und Kundenprojekten
- Delegation operativer Entscheidungen

Produkt- & Sales-Ausrichtung

- Einführung eines strukturierten Priorisierungsmodells
- Definition „Non-Negotiables“ im Produktkern
- Verbindlicher Delivery-Check vor Sales-Abschluss
- Aufbau eines strukturierten Customer-Success-Modells

Steuerung & Transparenz

- Einführung eines KPI-Dashboards (MRR, Churn, Delivery-Marge, Kapazität)
- Monatliche Forecast-Routine
- Transparente Roadmap-Kommunikation

Phase 3: Begleitete Umsetzung & Reviews

- Zweiwöchentliche Sparring-Sessions mit den Gründern
- Review der Leadership-Meetings
- Feinjustierung der Rollenstruktur
- Vorbereitung der nächsten Finanzierungsrunde aus Governance-Sicht

Die operative Umsetzung blieb vollständig beim Startup – scalionblue agierte als Struktur- und Sparringspartner.

4. Ergebnis nach 9 Monaten

Messbare Resultate:

- On-Time-Delivery von 62 % auf 88 % verbessert
- Projektmargen stabilisiert
- Churn-Rate reduziert
- Gründerarbeitszeit im operativen Tagesgeschäft deutlich reduziert
- Klare Roadmap mit stabiler Priorisierung

Zusätzlich:

-
- Deutlich weniger interne Konflikte
 - Höhere Transparenz gegenüber Investoren
 - Strukturierte Führungsebene etabliert
 - Skalierfähige Organisation für weiteres Wachstum
-

Wirkung

Das Startup wuchs nicht langsamer – sondern kontrollierter.

Aus schnellem Wachstum mit Reibungsverlust wurde strukturiertes Wachstum mit System.

Scale bedeutete nicht Bürokratie. Sondern Klarheit.

Ein traditionsreiches Automotive-KMU mit:

- 350 Mitarbeitenden
- 85 Mio. € Umsatz
- Fokus auf mechanische Entwicklung und Fertigung von Getriebekomponenten
- Langjährigen OEM- und Tier-1-Kunden

Über Jahrzehnte war das Unternehmen erfolgreich im Bereich mechanischer Antriebskomponenten.

Doch mit zunehmender Elektrifizierung des Antriebsstrangs veränderte sich der Markt grundlegend:

- Rückläufige Neuprojekte im klassischen Getriebebereich
- Abnehmende Entwicklungsbudgets bei Bestandskunden
- Steigender Fokus auf E-Mobilität, Leistungselektronik und neue Antriebskonzepte
- Unsicherheit bei Mitarbeitenden hinsichtlich Zukunftsperspektive

Das Unternehmen war wirtschaftlich noch stabil – aber strukturell auf einem auslaufenden Markt positioniert.

Die zentrale Frage lautete:

Wie transformieren wir unsere technische DNA in eine zukunftsfähige Marktposition?

2. Verwendeter Teil des Modells

Eingesetzt wurde **Prepared for Scale – Transformation & Repositionierung** mit Fokus auf:

- Unternehmerische Klarheit

-
- Produktstrategie
 - Kundenstrategie
 - Organisation & Kompetenzarchitektur
 - Wirtschaftliche Steuerung der Transformation

Ziel war keine abrupte Disruption, sondern eine gesteuerte, wirtschaftlich tragfähige Neuausrichtung.

3. Eingesetzte Methode

Phase 1: Transformations-Assessment (6 Wochen)

Gemeinsame Workshops mit:

- Geschäftsführung
- Fachexperten aus Entwicklung und Produktion
- Vertrieb
- HR

Inhalte:

1. Portfolioanalyse

- Bewertung bestehender Produkte nach Zukunftsfähigkeit
- Identifikation von Cash-Cow-Produkten zur Transformationsfinanzierung
- Analyse technologischer Übertragbarkeit

2. Kompetenzanalyse

- Technologische Kernkompetenzen (z. B. Präzisionsmechanik, Simulation, Werkstoffkompetenz)
- Übertragbarkeit auf E-Mobility-Anwendungen (z. B. Gehäuse, Kühlstrukturen, Strukturbauteile, Integrationslösungen)

3. Kundenpotenzialanalyse

- Identifikation bestehender OEM- und Tier-1-Kunden mit E-Mobility-Projekten
- Analyse möglicher „Anschlussprojekte“ auf Basis bestehender Beziehungen

4. Mitarbeiter- & Skill-Analyse

- Bestehende Qualifikationen
 - Weiterbildungsbedarfe
 - Notwendige Neueinstellungen (z. B. Elektrotechnik, Software-nahe Kompetenzen)
-

Phase 2: Transformations-Roadmap (24 Monate)

Auf Basis der Analyse wurde ein strukturierter Maßnahmenplan definiert:

Strategische Stoßrichtungen

1. Aufbau einer E-Mobility-Produktlinie mit klarer technologischer Positionierung
2. Nutzung bestehender Kundenbeziehungen für neue Entwicklungsprojekte
3. Parallele Stabilisierung des klassischen Geschäfts zur Finanzierung der Transformation

Organisations- & Kompetenzmaßnahmen

- Zielgerichtete Weiterbildungsprogramme für 40 % der Entwicklungsmitarbeitenden
- Einstellung von Schlüsselpersonen im Bereich Elektrotechnik & Systemintegration
- Aufbau eines interdisziplinären „New Technology“-Teams
- Anpassung der Vertriebsargumentation auf Systemkompetenz statt Einzelteilfertigung

Wirtschaftliche Steuerung

- Separates Transformationsbudget
- Klare Meilensteine
- Monatliches Steering-Board
- Transparente Projektprofitabilität

Phase 3: Begleitete Umsetzung (18 Monate)

scalionblue begleitete:

- Management-Workshops zur Priorisierung
- Strukturaufbau im Entwicklungsbereich
- Sparring bei Schlüsselprojekten
- Kommunikation der Transformation in die Organisation
- Abstimmung mit Banken und Gesellschaftern

Die operative Umsetzung erfolgte durch das Unternehmen – mit klarer Governance und regelmäßigen Reviews.

4. Ergebnis nach 3 Jahren

Messbare Resultate:

- 28 % des Umsatzes aus neuen E-Mobility-bezogenen Produkten
- Gewinnung von 3 Entwicklungsprojekten im Bereich elektrifizierter Antriebssysteme

-
- Stabilisierung des Gesamtumsatzes trotz Rückgang im klassischen Segment
 - Qualifizierungsquote der Entwicklungsmitarbeitenden > 60 %
 - Neue, klar kommunizierte Marktpositionierung

Zusätzlich:

- Deutlich gestiegene Zukunftssicherheit
 - Höhere Motivation in der Organisation
 - Positive Wahrnehmung bei Bestandskunden als Transformationspartner
 - Banken- und Gesellschaftervertrauen gestärkt
-

Wirkung

Die Transformation war kein radikaler Bruch – sondern eine strategisch gesteuerte Evolution.

Das Unternehmen wechselte nicht seine Identität, sondern übertrug seine mechanische Exzellenz in eine neue technologische Realität.

Aus einem Getriebespezialisten wurde ein relevanter Partner in der elektrifizierten Antriebswelt.