



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

eXIST
Existenzgründungen
aus der Wissenschaft

www.exist.de

exist 01/2011

eXIST-news

**Unternehmensgründungen in der
IT- und Medienwirtschaft**



 **ESF**
Europäischer Sozialfonds
für Deutschland


Europäische Union

 **Gründerland Deutschland
Guten Start**

Inhalt

Aktuelles

- ▶ Nachrichten zum Thema Existenzgründung 03

Schwerpunkt

- ▶ Unternehmensgründungen in der IT- und Medienwirtschaft –
auf dem Datenhighway Märkte erobern 05

EXIST-Gründungskultur

- ▶ Universität Paderborn „ITpreneurship: Kooperative Gründungsinitiative
Hochschule – Wirtschaft im IT-Cluster Paderborn“ 10
- ▶ Neuigkeiten aus den EXIST-Netzwerken und -Projekten 14

EXIST-Gründerstipendium

- ▶ „Das Team ist absolut erfolgsentscheidend.“
Interview mit Sebastian Schulze, UPcloud GmbH 16

EXIST-Forschungstransfer

- ▶ „Das Umdenken zum Unternehmer war der Schlüsselpunkt.“
Interview mit Simon Schenk, Kreuzverweis Solutions GmbH 19

EXIST-Dialog

- ▶ „Entwicklung von Geschäftsmodellen im Medienbereich“
Interview mit Dr. Matthias Maier, Professor für Medienmanagement
an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar 21

Literaturtipp & Termine

23

Impressum

Nachrichten

zum Thema Existenzgründung

Gründerwoche Deutschland 2011



**Gründerwoche
Deutschland**
www.gruenderwoche.de

Die Gründerwoche Deutschland 2011 findet in diesem Jahr vom 14. bis

20. November 2011 statt. Der Fokus liegt auf dem Thema Unternehmergeist. Durch diese Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie soll eine breite Aufmerksamkeit für die Themen unternehmerische Selbständigkeit und Existenzgründung erreicht werden. Dabei sollen vor allem junge Menschen in Schule, Studium und Ausbildung für die Idee des Unternehmertums gewonnen werden. Bereits im vergangenen Jahr haben sich viele Hochschulen als Partner an dem internationalen Event mit einem vielfältigen Veranstaltungsangebot beteiligt. Registrierte Partner werden von der bundesweiten Koordinierungsstelle im RKW Kompetenzzentrum unterstützt. Eine Registrierung auf der Website der Gründerwoche ist ab sofort möglich.

► www.gruenderwoche.de

Neue KfW-Gründungsförderung

Zum 1. April 2011 hat die KfW Bankengruppe ihr Förderangebot für Gründerinnen und Gründer neu geregelt. Der neue „KfW-Gründerkredit – StartGeld“ bietet einen Finanzierungshöchstbetrag von bis zu 100.000 Euro. Das Darlehen kann bis zu drei Jahre nach Geschäftseröffnung beantragt werden. Investitionen können komplett und Betriebsmittel in Höhe von bis zu 30.000 Euro finanziert werden. Die KfW übernimmt hierbei 80 Prozent der Kreditrisiken der Bank oder Sparkasse. Mit dem „KfW-Gründerkredit – Universell“ können Gründer und junge Unternehmen Fremdkapital für Investitionen und Betriebsmittel bis zu einem Kredithöchstbetrag von 10 Mio. Euro pro Vorhaben beantragen. Der „KfW Unternehmerkredit“ kann nunmehr erst ab dem dritten, in Ausnahmefällen auch ab dem zweiten Geschäftsjahr beantragt werden.

► www.foerderdatenbank.de

BMWi-Kongress „Junge IKT-Wirtschaft 2011“



KONGRESS
JUNGE IKT-WIRTSCHAFT
GRÜNDEN | INVESTIEREN | WACHSEN

Am 20. Juni 2011 findet in Berlin für Unternehmen der Informations- und

Kommunikationstechnologie der Kongress „Junge IKT-Wirtschaft“ statt, der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) mit seinen Initiativen „Gründerwettbewerb – IKT Innovativ“, „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ und dem High-Tech Gründerfonds durchgeführt wird. Partner sind Businessplan-Wettbewerbe aus ganz Deutschland. Unter dem Motto „Gründen – Investieren – Wachsen“ bietet der Kongress eine Plattform für den Aufbau und die Pflege von Kontakten und Kooperationen zwischen jungen IKT-Unternehmen untereinander und mit Gründungsexperten, Kapitalgebern, Investoren und der IKT-Wirtschaft. Auf dem Kongress präsentieren junge IKT-Unternehmen in Vorträgen und einer Ausstellung ein breites Spektrum an innovativen Geschäftskonzepten. Hochkarätige Referenten diskutieren Chancen und Herausforderungen für IKT-Unternehmen. Den Höhepunkt der Veranstaltung bildet die Verleihung der mit insgesamt 75.000 Euro dotierten BMWi-Preise „IKT-Gründung des Jahres“.

► www.kongress-junge-ikt.de

Neu: „Alles, nur kein Unternehmer“

Die neue Publikation der Initiative Kultur- & Kreativwirtschaft der Bundesregierung bietet Gründerinnen und Gründern in der Kultur- und Kreativwirtschaft Hilfestellung bei den ersten Schritten in die Selbständigkeit. Interessierte erhalten einen Überblick über Beratungsstellen, über die Vorbereitung eines Businessplans, über Finanzierungsmöglichkeiten, geeignete Rechtsformen sowie Tipps zur persönlichen Absicherung und zu weiteren wichtigen Themen. Die kostenfreie Broschüre kann als PDF-Dokument heruntergeladen und als Printversion bestellt werden.

► www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

DIHK-Ratgeber zu Exportverträgen

Der aktualisierte Ratgeber „Vertragsgestaltung im Exportgeschäft“ des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) informiert über die seit Anfang dieses Jahres geltenden „Incoterms 2010“, die die vertraglichen Pflichten von Käufer und Verkäufer regeln. Des Weiteren beinhaltet der Ratgeber Informationen über den Zugang zu Auslandsmärkten, Risiken und Absicherung des Exportgeschäfts, die Zusammenarbeit mit Vertriebshändlern beziehungsweise Handelsvertretern, aber auch Zollregelungen, Exportvorschriften und Genehmigungspflichten.

► www.dihk.de

Neues Forschungsprojekt „INNOSTART“ am SCE

Im Rahmen der „profUnd“-Förderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) an der Hochschule München hat das Strascheg Center for Entrepreneurship SCE in diesem Jahr das Projekt INNOSTART gestartet. Ziel ist es, die Bedeutung von Start-ups für etablierte Unternehmen zu untersuchen und die Bedingungen der Netzwerkbildung unterschiedlicher Partner zu verfolgen. Der Fokus liegt auf dem Innovationsmanagement. Die wissenschaftliche Begleitung liegt beim Strascheg Center for Entrepreneurship SCE. Das Projekt läuft über drei Jahre.

► www.sce-web.de

Wettbewerb „Deutscher Rohstoffeffizienzpreis 2011“

Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Rainer Brüderle, hat den Wettbewerb „Deutscher Rohstoffeffizienzpreis 2011“ eröffnet. Ziel des Wettbewerbs ist es, die Öffentlichkeit für einen noch effizienteren Umgang mit Rohstoffen und Material zu sensibilisieren. Gesucht werden innovative Ansätze für besonders rohstoff- und materialeffiziente Produkte, Prozesse oder Dienstleistungen sowie neue anwendungsorientierte Forschungsergebnisse. Einsendeschluss für Bewerbungen ist der 20. September 2011.

► www.deutsche-rohstoffagentur.de

Leuchtturm-Projekt des High-Tech Gründerfonds ausgezeichnet

Rainer Brüderle, Bundesminister für Wirtschaft und Technologie (BMWi), hat ein Leuchtturm-Projekt des High-Tech Gründerfonds (HTGF) 2010 ausgezeichnet. Der High-Tech Gründerfonds, eine Kooperation von Bundeswirtschaftsministerium und sechs deutschen Technologiekonzernen sowie der KfW Bankengruppe, bietet mit seinen inzwischen mehr als 220 finanzierten Technologiegründungen wichtige finanzielle Hilfestellungen für Unternehmen in der Wachstumsphase. Bundesminister Brüderle zeichnete als Leuchtturm-Projekt des HTGF die EBS Technologies GmbH aus, die mit ihrer Technologie vielen Schlaganfallpatienten Hoffnung auf schnelle Rehabilitation gibt.

► www.high-tech-gruenderfonds.de

EU: Unternehmen setzen auf Öko-Innovation

Laut Eurobarometer-Umfrage setzen Europas Unternehmen bei steigenden Materialpreisen verstärkt auf Öko-Innovation. Der Begriff der Umweltinnovation beschreibt Produkte, Verfahren und andere Lösungen, die dazu beitragen, die Umwelt zu schützen und Ressourcen sparsamer zu nutzen. 75 Prozent der Unternehmen hatten in den vergangenen fünf Jahren mit steigenden Materialkosten zu kämpfen. 90 Prozent erwarten in Zukunft Preissteigerungen. Die Mehrheit der kleinen und mittleren Unternehmen investiert daher verstärkt in Innovationen, die Umweltbelastungen verringern oder natürliche Ressourcen effizienter nutzen. Mehr als die Hälfte von ihnen hat in den letzten fünf Jahren bereits Technologien eingeführt, die die Materialeffizienz verbessern.

► www.europa.eu

Lösung

Unternehmensgründungen in der IT- und Medienwirtschaft – auf dem Datenhighway Märkte erobern

Die Märkte für Informationstechnik (IT), Telekommunikation und Medienwirtschaft boomen. Im Games-Bereich haben sich deutsche Unternehmen bereits weltweit einen Namen gemacht. Zu den Geschäftsmodellen der Zukunft zählen darüber hinaus branchenspezifische Softwarelösungen in der Industrie. Dabei sind Querschnittqualifikationen gefragt. Für Studierende, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler bieten sich also jede Menge unternehmerische Gelegenheiten. Wichtige Unterstützung leisten dabei die EXIST-Förderprogramme. Bei EXIST-Gründerstipendium zählen etwa 60 Prozent der Gründungsvorhaben zur IT- und Medienwirtschaft.

Die Zahlen sind viel versprechend, die Erwartungen hoch: Allein in Deutschland rechnet der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM) für das Jahr 2011 mit einem Gesamtumsatzvolumen von 145,5 Milliarden Euro. Großen Anteil daran hat insbesondere der Dienstleistungsbereich mit 70 Prozent. „Die Bedeutung hochwertiger Dienstleistungen und Software steigt zulasten des Produktgeschäfts, obwohl immer wieder erfolgreiche neue Geräte wie Smartphones oder Tablet-PCs auf den Markt kommen“, sagt Thomas Mosch, Mitglied der Geschäftsleitung beim BITKOM.

Ideale Zeiten also für Unternehmensgründungen? Ja, ist Thomas Mosch überzeugt. Vorausgesetzt, angehende Gründerinnen und Gründer stellen sich auf die zukünftigen Trends ihrer Branche ein.

Branchenspezifische IT-Lösungen

Eine der wichtigsten Entwicklungen geht dahin, passgenaue IT-Lösungen für andere Branchen zu finden. „Die Informations- und Kommunikationstechnologie-Branche fächert sich immer weiter auf. Aktuell wird viel über intelligente Stromnetze oder Elektromobilität gesprochen. Wenn heute ein Auto neue Features hat, sind das zum Beispiel softwarebasierte Fahrassistenten oder Unfallvermeidungssysteme. Das sind IT-Lösungen, die heutzutage für Innovation und Fortschritt stehen.“

Für Gründerinnen und Gründer aus der Hochschule bedeutet das: Informatik-Know-how allein reicht für die Entwicklung Erfolg versprechender Geschäftsmodelle

nicht mehr aus. Querschnittqualifikationen sind gefragt, vor allem auch branchenspezifisches betriebswirtschaftliches Know-how. Und Erfahrungen in der Industrie. Wer komplexe Softwarelösungen beispielsweise im Automobilbau verkaufen will, muss genau wissen, wie der Automobilbau funktioniert, wie die Lieferketten aussehen, wie die Verhältnisse zu Zulieferbetrieben sind, wie der internationale Vertrieb läuft. Notwendiges Know-how, das Informatikern an Hochschulen in der Regel nicht vermittelt wird, so Thomas Mosch: „Was in der Gründungslandschaft bislang noch fehlt, sind Hochschulabsolventen, die beispielsweise ein IT-Unternehmen im Bereich Energieeffizienz oder Verkehrstelematik gründen. Wir haben in Deutschland das Problem, dass dieses Industrie-Know-how erst nach dem Informatikstudium erlernt wird. Wenn wir möchten, dass es mehr Unternehmensgründungen aus den Hochschulen gibt, brauchen wir mehr Kooperationen von Informatik-Lehrstühlen mit ingenieurwissenschaftlichen Instituten. Damit können Informatiker zum Beispiel im Maschinenbau- und Fahrzeugbau oder in der Energietechnik wertvolle Doppelqualifikationen erwerben.“ Das Gleiche gelte für die Zusammenarbeit mit den wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten. „Die meisten erfolgreichen Gründer arbeiten in einem Team, in dem technische und kaufmännische Expertise zusammenkommen“, sagt Mosch.

Dienstleistungen und Infrastruktur-lösungen

Ein weiterer Zukunftsmarkt: die Verknüpfung von klassischem IT-Consulting mit Software-Entwicklungen. Bekanntestes Beispiel: Cloud Computing zur externen



Speicherung von Unternehmensdaten. Außerdem: Business-Intelligence-Lösungen, die große Organisationen und Unternehmen dabei unterstützen, große Datenmengen im Unternehmen auszuwerten. Hinzu kommt der gesamte Infrastrukturbereich: Breitbandausbau, Energie, aber auch die öffentlichen Verwaltungssysteme und das öffentliche Gesundheitssystem. Auch der Anteil der Dienstleistungen wird weiter zunehmen. Dabei erfordern kompetente Dienstleistungen nicht nur Branchenwissen, sondern auch Soft Skills, so die Erfahrung von Thomas Mosch: „Neben fachlichem Know-how benötigen Gründer im Dienstleistungsbereich soziale Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Empathie und Verhandlungsgeschick. Die Vermittlung entsprechender Soft Skills kommt im deutschen Ausbildungssystem häufig noch zu kurz. Da kann man sicherlich von anderen Ländern lernen.“

„Man braucht vor allem ein gut aufeinander abgestimmtes Team. Die ‚Chemie‘ muss stimmen und die Leute müssen fachlich zusammenpassen. Allein die Tatsache, dass wir aus verschiedenen Fachrichtungen kommen, wird von Kapitalgebern schon als sehr gut bewertet.“

Dr. Jürgen Anke, ubigrate GmbH,
Business Activity Monitoring (Erfassung und Auswertung von
Prozessinformationen) in Produktion & Logistik

Geschäftsmodelle, die mit Dienstleistungsangeboten verknüpft sind, haben den Vorteil, dass sie einen relativ geringen Fremdkapitalaufwand erfordern. Für Kapitalgeber, wie den High-Tech Gründerfonds, sind solche kombinierten Modelle sehr interessant, sagt Dr. Alex von Frankenberg, Geschäftsführer der High-Tech Gründerfonds Management GmbH: „Eine Dienstleistung kann sich quasi sofort aus dem laufenden Geschäft finanzieren. Und für die Finanzierung der Anlaufkosten, beispielsweise zur Kundenakquise, reichen die gängigen Existenzgründungs-Darlehen im niedrigen fünfstelligen Bereich aus. Mit Hilfe eines einträglichen Dienstleistungsgeschäfts können das unternehmerische Risiko reduziert und Teile des Produktgeschäfts finanziert werden. Außerdem agiert das Unternehmen über seine Dienstleistung im Markt und kann das Produktgeschäft noch genauer ausrichten.“ Für Venture-Capital-Gesellschaften (VC) sind solche Geschäftsmodelle allerdings weniger attraktiv. Der Grund: Das Dienstleistungsgeschäft bremst das Produktgeschäft im Wachstum. Genau darauf legen Venture-Capital-Investoren aber Wert. Sie wollen innerhalb weniger Jahre eine möglichst hohe Rendite erzielen. Start-ups, die nicht auf eine VC-Finanzierung angewiesen sind, würde von Frankenberg daher empfehlen, zweigleisig zu fahren „Der Vorteil ist: Das Start-up ist im Markt, es hat Kunden, versteht dadurch den Markt besser und kann sein Produkt viel besser an den Bedürfnissen der Kunden orientieren. Wenn man sicher sein kann, dass sich das Produkt auf dem Markt bewähren und stark nachgefragt wird, kann man das Dienstleistungsgeschäft immer noch herunterfahren und sich auf das Produktgeschäft konzentrieren.“



Wer allerdings im IT- und Medienbereich zu den großen Playern am internationalen Markt gehören will, muss vor allem in der Wachstumsphase in Marketing und Vertrieb beträchtliche Summen investieren. Das geht nicht ohne das Engagement von Venture-Capital-Gesellschaften. „Nehmen Sie das Beispiel Facebook. Heute hat die Plattform 500 bis 600 Millionen Nutzer. Aber bis es so weit war, mussten erst einmal circa 700 Millionen Dollar investiert werden. Das ist vielleicht auch einer der Gründe, warum Facebook die Nummer eins geworden ist, weil Mark Zuckerberg durch die starke Finanzierung erst die Möglichkeit hatte, sehr aggressiv zu wachsen und so viele Unternehmen, die vor ihm gestartet sind, zu überholen.“

„Auf keinen Fall sollte man das kaufmännische Know-how unterschätzen. Entweder man eignet es sich selbst an oder holt sich einen betriebswirtschaftlich versierten Partner mit ins Boot. Darüber hinaus ist die Betreuung durch einen unternehmerisch erfahrenen Coach wichtig, der einem die Tür zu potenziellen Auftraggebern öffnet.“

Dr. Daniela de Oliveira Maionchi,
Gründerin am Institut für technische und numerische
Mechanik (ITM) der Universität Stuttgart

Um überhaupt den Fuß in den Markt zu bekommen, benötigen Gründerinnen und Gründer in aller Regel starke Partner, vor allem dann, wenn große internationale Technologiekonzerne als Mitbewerber im Spiel sind. Dieses Thema sollte auf jeden Fall im Businessplan aufgegriffen werden, so Thomas Mosch: „Wie realistisch ist es, dass zum Beispiel eine große deutsche Krankenkasse das Technologiesystem eines kleinen Existenzgründers kauft, wenn parallel dazu die großen internationalen Systemhäuser mit ihren Lösungen auftreten? Da stellt sich die Frage nach der Strategie: Versuche ich vielleicht besser, mich mit einem starken Partner zu verbünden, der meine Technologie integriert? Oder glaube ich daran, dass es mir gelingen kann, meine Entwicklung gegen die der Großen zu stellen?“ Die Wahl der Kooperations- bzw. Vertriebspartner ist entscheidend, um als Newcomer wettbewerbsfähig zu sein. Sie hat außerdem unmittelbare Auswirkungen auf die Finanzierung, denn, so Dr. von Frankenberg: „Ich muss abschätzen können, wie lange es dauern wird, bis ich mein Produkt tatsächlich verkauft habe. Vom ersten Kundenkontakt bis zur bezahlten Rechnung kann durchaus ein Jahr vergehen. Das bedeutet, dass ich in der Zeit kein Geld verdiene und einen entsprechend hohen Kapitalbedarf habe. Es ist deshalb ganz wesentlich, die Economics des Vertriebs zu verstehen und im Businessplan zu berücksichtigen sowie einen sinnvollen Vertriebskanal oder eine Vertriebsaktivität zu wählen.“



Was dabei oft falsch eingeschätzt wird, ist, dass die Vertriebspartner auch erst einmal eine gewisse Zeit brauchen, um ein Produkt zu verstehen und zu verkaufen. Darüber hinaus kann es sein, dass sich das Engagement des Vertriebspartners auf Produkte anderer Unternehmen konzentriert, die ihm attraktiver erscheinen. All das muss in der Vorbereitungsphase bedacht werden.

Trendsetter: Games-Branche

Zu einem der wichtigsten Trendsetter für Erfolg versprechende Geschäftsmodelle gehört zweifellos die Games-Branche. Dabei ist es keineswegs so, dass die Zugpferde der Branche allein aus den USA oder Japan kommen. Im Gegenteil: In Deutschland gibt es mittlerweile eine ganze Reihe so genannter Hidden Champions unter den Gamern, so Mosch: „Insgesamt gibt es im Games-Bereich ein Riesenschwungspotenzial, zumal die Branche seit zwei, drei Jahren einen Wandel vollzieht. Der Markt bewegt sich weg von der Zielgruppe der 13- bis 17-jährigen Jungs hin zur Unterhaltung für die ganze Familie und zu so genannten Serious Games im Bereich E-Learning.“

Trotz der viel versprechenden Wachstumsaussichten sind Kapitalgeber in dem Bereich nicht allzu enthusiastisch. Diese Erfahrung hat man beim High-Tech Gründerfonds gemacht: „Hinter jedem erfolgreichen Spiel stehen vielleicht hundert oder hunderte nicht erfolgreiche Spiele. Und ein Spiel, das nicht erfolgreich ist, führt für den Investor in der Regel zum Totalverlust. Der Gründer muss daher sehr deutlich zeigen, dass seine Idee funktioniert. Entweder in Form eines Prototyps oder besser noch, indem er erste Nutzer, erste Registrierungen, vielleicht auch erste Spielaktionen vorweisen kann. Anderenfalls werden Investoren, die sich auskennen,

sagen: „Die Wahrscheinlichkeit, dass es funktioniert, liegt bei fünf Prozent. Das Risiko ist mir zu groß.“

Gerade weil Kapitalgeber im Games-Bereich eher zurückhaltend sind, ist die Qualifizierung von Gründerinnen und Gründern umso wichtiger. Bisher allerdings vermisst Thomas Mosch entsprechende Angebote an Hochschulen: „An den Universitäten ist das kaum ein Thema. Es gibt einige private Hochschulen, an denen man tatsächlich die Entwicklung von digitalen Spielen

BMWi-Gründerwettbewerb – IKT Innovativ

Durch die Teilnahme am Gründerwettbewerb – IKT Innovativ erhalten Gründerinnen und Gründer jede Menge Hilfestellung:

- ▶ Kompetentes Feedback zu ihrer Geschäftsidee
- ▶ Hilfestellung bei der Ausarbeitung des Businessplans
- ▶ Kontakte zu Beratern, Kapitalgebern und potenziellen Kunden
- ▶ Attraktive Geldpreise, Coaching- und Qualifizierungsangebote
- ▶ Ein positives Image
- ▶ Ein gutes Standing gegenüber Kapitalgebern

Es finden jährlich zwei Wettbewerbsrunden statt. Abgabetermine sind jeweils der 31. Mai und der 30. November.

www.gruenderwettbewerb.de

im Rahmen eines Bachelorstudiengangs erlernen kann. Diese Studiengänge sind sehr gut besucht, weil bekannt ist, dass sich hier gute berufliche Chancen ergeben. Ähnliches gilt für private Akademien. Aber an staatlichen Hochschulen ist das Thema Games-Entwicklung noch ein weißer Fleck.“

„Nur wer den Markt kennt, weiß, ob seine Idee tragfähig ist. Wer sich frühzeitig um die Entwicklung eines Prototyps und um Pilotkunden kümmert, erleichtert sich damit auf alle Fälle den Marktzugang.“

Georg Puchner, VIT Games GmbH,
Games-Studio und Technologiedienstleister

Mobile Anwendungen

Was auch weiterhin eine wichtige Rolle in der IT- und Medienbranche spielen wird, ist der gesamte Bereich der mobilen Applikationen und sozialen Medien. Hier sind die Anforderungen an das Geschäftsmodell vergleichsweise gering. Im Vergleich zu den großen Infrastrukturthemen handelt es sich um kleinere Projekte. Vereinzelt gibt es aber auch hier Wachstumspotenzial. „Man muss allerdings sehr genau hinsehen, in welchem Umfeld man sich bewegt, denn rein zahlenmäßig gibt es sehr viel mehr Wettbewerber. Insgesamt muss man auch sehen, wie nachhaltig Geschäftsmodelle in dieser Branche sind“, so Mosch.

Der Finanzierungsbedarf im Bereich der Apps-Entwicklung und sozialen Medien ist überschaubar. Eigentlich genau das Richtige für Online-Finanzierungsinstrumente wie Crowd Funding, sollte man denken. Hierbei übernimmt eine große Anzahl anonymer Geldgeber die Finanzierung. Die Idee dahinter ist, von jedem der Geldgeber eine kleine Summe zu erhalten, um so insgesamt auf das notwendige Kapital zu kommen. Dr. von Frankenberg rät allerdings zur Vorsicht. „Wir haben es da mit privaten Geldgebern zu tun, die sich das im Internet ansehen und denken ‚da machen ja viele mit, also mache ich da auch mit‘. Auf solchen Plattformen ist aber mit großer Wahrscheinlichkeit niemand, der das Geschäftsmodell tatsächlich kompetent beurteilen kann. Ohne eine professionelle Beurteilung und vor allem Betreuung werden wir es hier mit einer sehr hohen Ausfallquote zu tun haben, die letztlich zu einem entsprechend negativen Image dieses Finanzierungsinstruments führen wird. Ein Geschäftsmodell und die dazu passende Finanzierung werden nur funktionieren, wenn die Qualität in allen Phasen des Prozesses sichergestellt ist.“

Know-how und Kapital

Idealerweise sollten sich Gründerinnen und Gründer daher Finanzierungspartner suchen, die das Geschäftsmodell auch inhaltlich nachvollziehen und das Gründungsteam unterstützen können. „Die passende Finanzierung und der passende Investor zum passenden Thema!“, bringt es Dr. von Frankenberg auf den Punkt. „Als Gründer sollte man nicht nur auf das Geld schauen, sondern auch darauf achten, wer das Geld gibt. Mit wem habe ich es zu tun? Versteht der, was ich mache, und kann der mir vielleicht sogar helfen? Am Ende ist diese praktische Hilfe oft entscheidender als das reine Geld.“

Diese Kombination aus Hilfestellung und Kapitalbeteiligung bieten beispielsweise Business Angels an: Unternehmerinnen, Unternehmer und Führungskräfte, die zum Teil bereits im Ruhestand sind und ihr Geld und ihre Erfahrungen in junge Start-ups einbringen. Das Business-Angels-Netzwerk bietet entsprechende Matchings an, um Kapitalgeber und -sucher zueinanderzubringen. Das Investitionsvolumen bewegt sich zwischen 50.000 Euro und einer Million Euro. Sind wesentlich größere Summen im Spiel, ist die Einbeziehung von VC-Gesellschaften sinnvoll. Die erwarten allerdings in der Regel eine vorgeschaltete Wachstums-(Seed)-Finanzierung – entweder über einen oder mehrere Business Angels oder über den High-Tech Gründerfonds. Dieser ist mittlerweile die „klassische“ Anlaufstelle für technologieorientierte Unternehmen, die eine Risikokapitalfinanzierung in der Gründungsphase suchen.

Tipp: Kongress Junge IKT-Wirtschaft 2011

Der Kongress bietet eine Plattform für den Aufbau und die Pflege von Kontakten und Kooperationen zwischen jungen Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) untereinander und mit Gründungsexperten, Kapitalgebern, Investoren und der IKT-Wirtschaft. Auf der Veranstaltung präsentieren IKT-Unternehmen ihre innovativen Geschäftskonzepte. Referenten diskutieren Chancen und Herausforderungen für junge IKT-Unternehmen. Der Kongress ist eine Veranstaltung des BMWi mit seinen Initiativen „Gründerwettbewerb – IKT Innovativ“, „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ und dem High-Tech Gründerfonds. Partner sind Businessplan-Wettbewerbe aus ganz Deutschland.

Termin: 20. Juni 2011

Ort: KOSMOS, Karl-Marx-Allee 131, 10243 Berlin

Anmeldung unter www.kongress-junge-ikt.de

EXIST-Projekte, die sich bewährt haben

Einen feierlichen Abschluss fand das EXIST-III-Projekt „ITpreneurship“ der Universität Paderborn Ende letzten Jahres. Es wurde vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) mit dem European Enterprise Award 2010/2011 auf nationaler Ebene ausgezeichnet. Im Mai 2011 vertritt es Deutschland bei der Verleihung des Preises auf europäischer Ebene in Budapest. Erfolg auf der ganzen Linie also. Und das, obwohl die Paderborner Hochschule noch nicht einmal einen eigenen Gründungslehrstuhl besitzt.

Insgesamt fördert das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Rahmen von EXIST III 47 Projekte an mehr als einhundert Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Einige davon sind bereits abgeschlossen. An der Finanzierung beteiligt sich auch der Europäische Sozialfonds. Alle Projekte wenden sich an Studierende, Ab-

solventinnen und Absolventen, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Ziel ist es, das Gründungsklima an Hochschulen und Forschungseinrichtungen zu verbessern und die Zahl technologie- und wissensbasierter Unternehmensgründungen zu steigern.



Campus der Universität Paderborn

Universität Paderborn „ITpreneurship: Kooperative Gründungsoffensive Hochschule – Wirtschaft im IT-Cluster Paderborn“

„Nein, bei uns gibt es keinen Gründerlehrstuhl. Und das ist für Paderborn gut so!“, sagt Prof. Bernd Seel, Leiter von UniConsult – Technologietransfer an der Universität Paderborn. Der Grund dafür ist: An Gründungslehrstühlen ist der Forschungsanteil vergleichsweise hoch. An der ostwestfälischen Hochschule möchte man dagegen vor allem anwendungsorientiert vorgehen und in möglichst vielen Lehrstühlen unterschiedlicher Fakultäten den Unternehmergeist wecken. Im Fokus stehen dabei innovative Ausgründungen im Technologiebereich. Auch Dienstleistungen gehören dazu. Zunehmend gibt es auch kreative Gründungsideen wie Spiele oder Apps aus den Medienwissenschaften.

Allein fünf Erfolg versprechende Unternehmensgründungen im IT-Bereich konnte die Hochschule in den letzten drei Jahren verzeichnen. Entscheidende Hilfestellung hat dabei das EXIST-Projekt „ITpreneurship“ geleistet. Kurz gefasst ging es darum, brachliegende Geschäftsideen von bestehenden mittelständischen IT-Unterneh-

men mit geeigneten Gründerinnen und Gründern aus der Hochschule – meist der BWL- und Wirtschaftsinformatik-Studiengänge – zusammenzubringen. Die IT-Unternehmen, die ihre Ideen bislang nicht umgesetzt hatten, sei es weil sie nicht zum Kerngeschäft passten oder es an personellen Ressourcen fehlte, konnten diese im

Rahmen von „ITpreneurship“ gemeinsam mit Absolventen, wissenschaftlichen Mitarbeitern und Studierenden der Universität Paderborn auf den Weg bringen.

Damit entstand eine typische Win-win-Situation: Die Gründerinnen und Gründer brachten wissenschaftliches Know-how, hohe Motivation, die eigene Arbeitskraft und Kontakte zur Industrie aus vorherigen Projekten mit ein. Die Unternehmen stellten ihr unternehmerisches Know-how, ihre Markt- und Branchenkenntnisse, das Vertriebs- bzw. Kontaktnetz, finanzielle Mittel und vor allem ihre Geschäftsideen zur Verfügung. Im Ergebnis erhielten sie damit die Chance, die Markttauglichkeit ihrer Geschäftsideen durch einen Businessplan zu prüfen und im Idealfall durch Gründerinnen und Gründer aus der Hochschule zu realisieren. Die Forschungs- und Entwicklungskompetenz, die interdisziplinären Netzwerke, die Räumlichkeiten sowie die Begleitung durch die Transferstelle rundeten das Angebot ab. Mit Erfolg: Allein an den ITpreneurship-Veranstaltungen der Vorlesungsreihe SIGMA nahmen während der Projektlaufzeit ca. 400 Studierende teil.

Für die Umsetzung des EXIST-Projektes waren der Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik bzw. das Decision Support & Operations Research Lab von Prof. Dr. Leena Suhl verantwortlich. Mit im Boot waren außerdem das Software Quality Lab, ein Multi-Private-Public-Partnership-Institut, das Unternehmen bei der Entwicklung qualitativ hochwertiger Softwareprodukte unterstützt, das PACE – Paderborn Institute for Advanced Studies in Computer Science and Engineering sowie UniConsult, die Technologie-Transferstelle der Universität Paderborn.

Ihre Idee war es auch, ein Matching zwischen Unternehmen und Gründern einzuführen. Dazu wurde eigens ein Fragebogen entwickelt, der die Eignung der Gründerinnen und Gründer überprüfen sollte. „In den konnten sie ihre Kenntnisse und Interesse eintragen. Eine Jury hat dann ermittelt, ob sie für eine Gründung in Frage kommen. Und für welche Geschäftsidee“, erläutert Dr. Stefan Sauer, Geschäftsführer des s-lab – Software Quality Lab. Nach der Auswahl der Geschäftsideen und Gründungsinteressierten wurde ein Gründungsforum durchgeführt, in dem der Matchingprozess stattfand. Danach haben Gründungsteams im Rahmen eines mehrtägigen Businessplan-Workshops die Geschäftsideen zu Businessplänen weiterentwickelt.

Die Geschäftsideen steuerten die 27 Partnerunternehmen bei, die die Hochschule, allen voran UniConsult, für das Vorhaben gewinnen konnte. Die Geschäftsideen wurden dann von Gründerteams zu umsetzungsreifen Verwertungskonzepten weiterentwickelt. Betreut wurden sie

dabei von praxiserfahrenen Mentoren der Partnerunternehmen, die die Teams mit den Spielregeln der Wirtschaft vertraut machen konnten. Darüber hinaus leisteten die Mentoren Hilfestellung bei der Ausarbeitung erster Strategien für den Unternehmensaufbau.

Immer eng am Kunden

Der Erfolg von „ITpreneurship“ ist nicht zuletzt den Kommunikations- und Organisationstalenten von UniConsult zu verdanken. Ihnen ist es gelungen, die IT-Unternehmen in der Region von der Projektidee zu überzeugen. Ausschlaggebend war für die IT-Unternehmen vor allem die Chance, bisher schlummernde Ideen mit hochqualifizierten, jungen Leuten zu realisieren. Unabhängig von „ITpreneurship“ moderieren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aber auch bei allen anderen Themen des Technologietransfers zwischen den Lehrstühlen, der Verwaltung, dem Präsidium, den Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeitern.

Maßstab ist dabei immer die enge Orientierung an den Bedürfnissen der Kunden. „Unsere Kunden sind in erster Linie die Lehrstuhlinhaber und ihre Mitarbeiter. Und wenn wir sagen ‚Das nehmen wir Ihnen ab und erhöhen Ihren Mehrwert in der Universität‘, dann kommen die gerne zu uns. Unser Service besteht dann beispielsweise darin, Veranstaltungen zu organisieren oder administrative Prozesse zu übernehmen“, so Prof. Bernd Seel.

Inzwischen gibt es bereits einen „harten Kern“ an Lehrstühlen aus unterschiedlichen Fakultäten, die sich in enger Verbindung mit der Technologie-Transferstelle dafür einsetzen, ihre Mitarbeiter, Studentinnen und Studenten für unternehmerisches Denken und Handeln



Ergündeten ihre Stärken und Kompetenzen: die Teilnehmer des ITpreneurship Kennenlern-Workshops



Die Teilnehmer des ITpreneurship Gründungsforums verfolgten ein gemeinsames Ziel: das optimale Matching von Idee und Ideengeber

zu sensibilisieren. Mittlerweile sei sogar eine Art Domino-Effekt eingetreten, so Prof. Seel: „Die vielen Aktivitäten wirken sich positiv auf die Gründungskultur aus. Und dies trägt wiederum zum Bekanntheitsgrad unseres Serviceangebots bei.“

Arbeit im Netzwerk

Ausschlaggebend für die erfolgreiche Arbeit ist dabei auch die räumliche Nähe zu allen anderen lokalen Gründungsakteuren. So hat UniConsult seinen Sitz im Technologiepark Paderborn und nicht auf dem Campus. Rund 70 Prozent aller hier ansässigen Unternehmen sind Ausgründungen der Hochschule. Sozusagen in Rufweite befinden sich die Netzwerkpartner wie beispielsweise die Wirtschaftsfördergesellschaft oder die Industrie- und Handelskammer. Ideale Voraussetzungen für eine enge Zusammenarbeit. „Dieses Networking untereinander ist enorm wichtig, um sich abzustimmen. Das geht vom Gründertag über Gründerstammtische zu einzelnen Workshops, zu Businessplanvorlesungen, zu Übungen und so weiter“, so Prof. Seel.

Wie gut das Netzwerk funktioniert, macht das gemeinschaftliche Projekt „open entrepreneur-lab Paderborn“ deutlich. Es wurde vor Kurzem durch die TechnologieParkPaderborn GmbH, die Universität Paderborn, die Wirtschaftsförderung Paderborn und die Fachhochschule des Mittelstands (Bielefeld) gegründet. Seine Aufgabe ist es, Studierende und Absolventen sowie Wissenschaftler und Erwerbstätige mit Branchen- und Vertriebserfahrung dabei zu unterstützen, eine Geschäftsidee in technologie- und wissensbasierten Branchen umzusetzen oder sich einem Gründungsteam anzuschließen. Angeboten werden nicht nur professionelle Beratung und Schulung sowie Veranstaltungen und preiswerte Büros für Gründerinnen und Gründer, sondern

auch der Austausch mit etablierten Unternehmerinnen und Unternehmern.

Bei allem Ideenreichtum setzen die Paderborner bei ihren Projekten aber auch auf Nachhaltigkeit. So hat „open entrepreneur-lab“ das Konzept von „ITpreneurship“ weitgehend integriert: Auch hier werden Geschäftsideen von Unternehmen aus der Schublade geholt und gemeinsam mit Gründerinnen und Gründern aus der Hochschule umgesetzt. Finanziert wird „open entrepreneur-lab“ aus dem EFRE kofinanzierten Operationellen Programm für NRW im Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ 2007–2013.

Selbstverständlich engagiert sich die Universität Paderborn wie andere EXIST-geförderte Hochschulen auch in der Entrepreneurship Education und der Gründungsberatung. Bereits vor über 13 Jahren wurde dazu „SIGMA: Selbstständig?! – Initiative zur Förderung von Gründungen, Mittelstand und Arbeitsplätzen“ ins Leben gerufen. Betreut wird es von der TechnologieParkPaderborn GmbH und UniConsult. Im Mittelpunkt stehen eine Vorlesungsreihe, die jeweils im Wintersemester angeboten wird, ein Workshop-Programm im Sommersemester sowie Kurzpraktika in der Geschäftsleitung kleiner und mittelständischer Unternehmen. „Vorlesungen sind der große Trichter, dann geht es über eine ganze Reihe von intensiven Betreuungsmaßnahmen bis zu kleinen Workshops und Stammtischen weiter mit übrigens exzellenten Netzwerkpartnern“, so Prof. Seel. Die Netzwerkpartner gehören der GründungsOffensive Paderborn – 14 regionale Institutionen, darunter auch UniConsult – an. Erfolg versprechende Gründerteams aus der Hochschule werden im Verbund mit dem Gründernetzwerk betreut und durch Coaching in der Gründungs- und Festigungsphase unterstützt.

Gut verankert in der Verwaltung

Fragt man Prof. Seel nach dem Erfolgsrezept von UniConsult, der Zusammenarbeit mit den Netzwerkpartnern und nicht zuletzt dem guten Abschneiden von Projekten wie „ITpreneurship“, ist für ihn vor allem eines entscheidend: die richtige Positionierung von UniConsult innerhalb der Hochschulverwaltung. „Das halte ich für die Umsetzung im Technologietransfer für wesentlich. Wir sind als Stabsstelle in der Hochschulverwaltung verankert. Das hat viele Vorteile, weil eine ganze Reihe von Prozessen einfach administrativer Natur sind. Und: Wir haben durch den Kanzler einen unmittelbaren Zugang ins Präsidium. Das ist wichtig, um strategische Prozesse mit beeinflussen zu können.“

Hochschule profitiert von Ausgründungen

Dass es die Paderborner geschafft haben, sich beim European Enterprise Award 2010/2011 gegenüber 80 Mitbewerbern durchzusetzen, freut Prof. Seel natürlich. Die Auszeichnung fördert schließlich das Image der Universität im Bereich der Gründungskultur. Aber eigentlich geht es ihm gar nicht so sehr ums Image: „Wenn wir uns unsere Ausgründungen anschauen, die technologische Innovationen zur Welt bringen, sind das für uns potenzielle Drittmittelgeber. Dabei geht es nicht darum, möglichst viele Ausgründungen auf den Weg zu bringen, sondern vor allem qualitativ hochwertige. Uns reichen hier drei, vier, fünf, sechs attraktive Ausgründungen, die mit uns im Rahmen der Forschung, der Entwicklung intensiv kooperieren. Das bringt uns Drittmittelprojekte.“

Die Motivation von Start-ups, sich an ihrer ehemaligen Hochschule finanziell zu engagieren, liegt für Prof. Seel auf der Hand: „Die Ausgründer haben die Nabelschnur



Die Juroren Dr. Rainer Otterbach (dSPACE GmbH), Dr. Michael Lübbehusen (Gründerfonds Bielefeld-Ostwestfalen GmbH & Co. KG), Prof. Dr. Bernd Seel (Technologietransferstelle UniConsult der Universität Paderborn) und Dr. Bernd Derlich (arvato systems GmbH) hatten sichtlich Spaß an den interessanten Präsentationen der Businessplan-Teams (Reihe vorne v. li.).

zu ihrem Lehrstuhl nie ganz durchschnitten. Da gibt es immer noch Verbindungen, da sitzen gute Studierende, studentische Hilfskräfte, wissenschaftliche Mitarbeiter, das sind potenzielle Arbeitnehmer. Sie kennen die Hochschule, die Ansprechpartner, die Verwaltungswege. Das sind alles unternehmerische – sprich ökonomische – Vorteile. Und das ist der Grund, warum Unternehmerinnen und Unternehmer bereit sind, an ihrer ehemaligen Hochschule Drittmittelprojekte zu finanzieren.“

Neben dem hartem ökonomischen Kalkül weiß Prof. Bernd Seel aber auch um die Bedeutung weicher Faktoren, vor allem wenn es darum geht, ein positives Gründungsklima zu schaffen. „Durch Förderinstrumente wie EXIST-Gründerstipendium und EXIST-Forschungstransfer leisten wir nicht nur finanzielle Hilfestellung, sondern nehmen den jungen Menschen auch ein Stück weit die Unsicherheit vor der beruflichen Selbständigkeit. Wir sagen: ‚Sie können ein Jahr lang gemeinsam mit uns Ihre Ideen entwickeln und ausprobieren. Wir coachen Sie und überprüfen Ihren Businessplan.‘ Dadurch verringert sich das Risiko für die Gründerinnen und Gründer zwar nicht auf null, aber es minimiert sich etwas, indem sie mit unternehmerischen Risiken vertraut gemacht werden und – soweit es geht – Strategien dagegen entwickeln. Damit sind Bewusstseinsprozesse verbunden, die das Gründungsklima an der Hochschule fördern.“

Was Prof. Seel allerdings vermisst, sind Anreizsysteme, die über den Campus hinausgehen. „Dieser Imagefaktor fehlt mir bei Gründerinnen und Gründern noch etwas. Ein Doktorand kann beispielsweise davon ausgehen, dass ihm sein zukünftiger Dokortitel ein allgemeines Renommée in der Bevölkerung einbringen wird. Etwas Ähnliches müsste uns auch für Gründerinnen und Gründer aus der Hochschule gelingen. Damit könnten wir gesamtgesellschaftlich dem innovativen Unternehmer die notwendige Anerkennung zeigen.“ Seit Mai 2008 besteht für Ausgründungen der Universität Paderborn daher die Möglichkeit, sich für ein Qualitäts-Label „Unternehmensgründung aus der Universität Paderborn“ zu bewerben. Im Rahmen von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen wurde dieses Label bereits an 32 Unternehmen verliehen. Damit ist die Universität Paderborn deutschlandweit die erste Hochschule, die sich in dieser Form gegenüber „ihren“ Ausgründungen erkenntlich zeigt.

X

Kontakt

Prof. Dr. Bernd Seel
 UniConsult – Technologietransfer
 an der Universität Paderborn
 Technologiepark 11
 33100 Paderborn
transfer@upb.de
www.upb.de/transfer

Neuigkeiten

aus den EXIST-Netzwerken und -Projekten

Start-ups der TU Berlin ausgezeichnet

Am 4. März 2011 wurden auf der CeBIT in Hannover die Hauptpreise des neuen „Gründerwettbewerbs – IKT Innovativ“ verliehen. Unter den Gewinnern waren auch fünf Gründungsvorhaben aus der Technischen Universität Berlin. Zwei der Hauptpreise, dotiert mit jeweils 30.000 Euro, erhielten die TU Start-ups VIRTENIO GmbH und TRIFENSE GmbH. Beide werden seit 2009 durch den TU-Gründungsservice beraten und betreut und erhalten das EXIST-Gründerstipendium.

► www.gruendung.tu-berlin.de

Ideenschmiede Jena nachhaltig gesichert

Das bislang aus Mitteln des EXIST-III-Programms geförderte Projekt „Ideen- und Entrepreneurship Schmiede Jena“ ist nachhaltig gesichert. Die Aktivitäten im Bereich des Screenings und der Entwicklung von Geschäftsideen wurden in das „Center for Innovation and Entrepreneurship“ (CIE) der Fachhochschule Jena integriert. Die FH Jena engagiert sich seit 1998 aktiv in der Gründungsförderung. Das CIE bündelt seit 2004 alle gründungsrelevanten Erfahrungen und Projekte. Neben Beratung und Coaching sowie der Aus- und Weiterbildung von Gründerinnen und Gründern gehört auch die Gründungsforschung zu den Tätigkeitsschwerpunkten des CIE.

► www.cie.fh-jena.de

EXIST-Gründerstipendien für Uni Nürnberg

Die an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) angesiedelten Gründungsprojekte „beECO“, „Neuronal Expert“ und „VMobile“ erhalten EXIST-Gründerstipendien. Das Gründerteam „beECO“ wird eine Hard- und Software entwickeln, die die Nebenkosten im Haushalt minimiert. Die Webplattform „Neuronal Expert“ wird Nutzern bei der Lösung von Computerproblemen helfen. Das Team „VMobile“ entwickelt und vermarktet die elektronische Fieberkurve „VMobile“. Die Software ermöglicht es, über mobile Endgeräte direkt am

Patientenbett Vitalwerte, Medikation, Diagnosen und weitere Informationen einzusehen. An der Universität Erlangen-Nürnberg erhalten Studierende, Absolventen und Wissenschaftler durch die Kontaktstelle für Wissens- und Technologietransfer Unterstützung bei der Unternehmensgründung. Gebündelt werden die Maßnahmen im Projekt „Scientrepreneur“.

► www.scientrepreneur.de

EXIST-priME-Cup feierte Premiere in Lübeck

Am 2. und 3. Februar 2011 fand der Planspielwettbewerb EXIST-priME-Cup zum ersten Mal an der Universität zu Lübeck statt. In der „UniGründerKlinik“ trafen Studierende der Universität und der Fachhochschule Lübeck im Rahmen eines hochschulübergreifenden Campus-Cups aufeinander. Keiner der teilnehmenden Informatiker, Ingenieure und Naturwissenschaftler brachte betriebswirtschaftliches Hintergrundwissen mit. Auch dies war eine Premiere innerhalb des EXIST-priME-Cups. Sieger des Wettbewerbs ist ein interdisziplinäres Team mit Studierenden der Architektur, Informatik, Elektrotechnik und Medientechnik.

► www.exist-primecup.de

► www.gruenderklinik.de

Akademische Unternehmensgründungen: Befragung an der Uni Osnabrück

In diesem Semester wurde an der Universität Osnabrück durch den Gründungsservice der Osnabrücker Hochschulen eine Befragung bei über 1.000 Promovierenden durchgeführt. Die Umfrage beschäftigt sich mit akademischen Unternehmensgründungen durch Osnabrücker Doktorandinnen und Doktoranden. Durch die Befragung sollen Erkenntnisse zur Gründungsneigung der Osnabrücker Promovierenden gewonnen und ihre Erwartungen hinsichtlich einer Gründungsunterstützung durch die Universität festgestellt werden.

► www.wt-os.de

EXIST-Forschungstransfer für Uni Hannover

Mit Funksystemen und intelligenten Analyse- und Netzwerkmanagementwerkzeugen für die drahtlose Automatisierungstechnik befasst sich ein Forscherteam des Instituts für Kommunikationstechnik an der Leibniz Universität Hannover. Es ist damit das fünfte Gründungsteam, das EXIST-Forschungstransfer an der Universität erhält. Neben der Erstellung eines zukunftsfähigen Unternehmenskonzepts wollen die angehenden Gründer in den nächsten Monaten erste Demonstratoren für diese kommunikationstechnische Schlüsseltechnologie entwickeln.

► www.startingbusiness.uni-hannover.de

Videoclip des Gründungsbüros der TU & FH Kaiserslautern

Aus dem Wunsch, neue Wege einzuschlagen und Medien wie YouTube zu nutzen, entstand ein „DreiMinutenRap“. Der Rap erzählt die Geschichte eines Modedesigners, einer Ingenieurin, ihrer Idee und das EXIST-Gründerstipendium. Das Gründungsbüro der TU & FH Kaiserslautern begleitet Studierende, Absolventen sowie Mitarbeiter der beiden pfälzischen Hochschulen und umliegenden außeruniversitären Forschungseinrichtungen auf dem Weg in die Selbständigkeit.

► www.gruendungsbuero.info

Gründerwerkstatt für Biowissenschaftler in Sachsen-Anhalt

Die Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU) profitiert neben zwei weiteren Hochschulen vom neuen Förderprogramm „ego.-INKUBATOR“. Das Wirtschaftsministerium des Landes Sachsen-Anhalt stellt für die drei Pilotvorhaben insgesamt eine Million Euro zur Verfügung, die für die Einrichtung und Ausstattung von Gründerräumen, Werkstätten sowie kleinen Versuchsanlagen mit gründungsbezogener Infrastruktur genutzt werden sollen. Forscherinnen und Forscher an den Hochschulen

in Sachsen-Anhalt mit einer Gründungsidee aus dem Bereich Biowissenschaften können ab sofort die Ressourcen der „Gründerwerkstatt Biowissenschaften“ im Technologiepark Weinberg campus nutzen.

► www.hochschulgruender.net

Computerspielpreis 2011 für Start-up der Universität Kassel

Die Spieleentwickler von „Black Pants Game Studio“, einem Spin-off der Universität Kassel, haben für ihre herausragende künstlerische Innovationskraft den Deutschen Computerspielpreis 2011 in der Kategorie „Bestes Nachwuchskonzept“ gewonnen. Die Absolventen und Studierenden des Fachbereichs Elektrotechnik/Informatik der Universität Kassel und der Kunsthochschule Kassel erhielten für ihr 3D-Puzzle-Adventure „TINY & BIG – Grandpa’s Leftovers“ die mit 35.000 Euro dotierte Auszeichnung von Kulturstaatsminister Bernd Neumann. Laut Fachjury fördert das Spiel das dreidimensionale und strukturelle Denken des Spielers.

► www.uni-kassel.de

Start-up der TU Berlin: Vertrag mit Indiens führendem Filmproduktions-Unternehmen

Indiens führendes Filmproduktions-Unternehmen, die Prasad Corporation Ltd., hat einen Vertrag mit dem Start-up imcube labs geschlossen. Die Gründer haben innovative 3D-Technologien entwickelt und konvertieren herkömmliche zweidimensionale Filme in dreidimensionale bzw. stereoskopische Filme. Die Gründungsidee wurde an der Technischen Universität Berlin, am Institut für Telekommunikationssysteme, entwickelt. Das Team wurde vom Gründungsservice der TU Berlin und durch den EXIST-Forschungstransfer unterstützt.

► www.imcube.com



Teamfoto (von links nach rechts): Asaf Moses, Philipp Strathausen, Sebastian Schulze, Philipp Abromeit und Kevin Ibeka.

„Das Team ist absolut erfolgsentscheidend.“

Zu lang, zu eng, zu weit: Wer Kleidung im Internet bestellt, kennt das Problem. Der Grund ist: Viele Kunden kennen ihre genaue Konfektionsgröße nicht. Sebastian Schulze, Asaf Moses und Philipp Strathausen haben nun eine Technologie entwickelt, mit der sich per Webcam die exakten Körpermaße erfassen lassen.

EXIST-news: Herr Schulze, Sie haben Betriebswirtschaft und Politologie studiert. Asaf Moses ist Volkswirt, und Philipp Strathausen ist Informatiker. Wie kommt man da auf die Idee, ein Verfahren zu entwickeln, das Körpermaße erfasst?

Schulze: Asaf hat während unserer Studienzeit immer mal wieder Kleidung im Internet bestellt, die ihm aber oft nicht richtig gepasst hat. Also hat er sie entweder Freunden angeboten oder zurückgeschickt. Wir haben dabei festgestellt, dass im Textil-Versandhandel die Zahl der Retouren sehr hoch ist, weil Kleidungsstücke nicht passen. Allein in Deutschland wird nahezu jedes zweite bestellte Kleidungsstück wieder zurückgeschickt, was natürlich erhebliche Kosten verursacht. Diese Probleme auf Käufer- und Verkäuferseite waren dann der Ausgangspunkt für unser Geschäftsmodell.

EXIST-news: Und das besteht darin, seine Körpermaße genau zu ermitteln und beim Online-Kauf anzugeben.

Schulze: Richtig. Sie stellen sich dazu zu Hause etwa eine Minute vor die eigene Webcam – einmal frontal, einmal im Profil zur Kamera. Die Software, die wir derzeit entwickeln, ist dann in der Lage, automatisiert die Körpermaße einer Person mit Hilfe einer Standard-Webcam

exakt zu erfassen. Außerdem speichert die Software die ermittelten Maße, so dass man sie jederzeit wieder abrufen kann.

EXIST-news: Mit diesen Maßangaben kann man sich als Kunde dann entweder Maßanzüge oder Maßhemden anfertigen lassen. Oder sie helfen dem Online-User beim Kauf etwa von Hosen oder Hemden dabei, seine Größe zu finden und zu bestellen.

Schulze: Die Technologie ist aber auch für andere Bereiche, zum Beispiel für Ernährungsberater, einsetzbar. Da interessieren sich Menschen nicht nur dafür, wie viele Kilos sie abnehmen, sondern auch, an welchen Stellen sie Gewicht oder auch Umfang verlieren.

EXIST-news: Die Idee allein macht noch keinen Unternehmer. Wann stand für Sie fest, dass Sie sich selbständig machen wollen?

Schulze: Eigentlich schon während des Studiums. Wir haben uns schon früh für Entrepreneurship begeistert. Die Idee, selber ein Thema voranzutreiben und ein Unternehmen zu gründen, hat uns von Beginn an fasziniert. Obwohl wir alle drei gute Erfahrungen in größeren Unternehmen gemacht und uns dort auch wohl gefühlt haben.

Aber für uns stand fest, dass wir lieber etwas Eigenes aufbauen und Verantwortung tragen wollen.

EXIST-news: Wann fiel der Startschuss für Ihre Gründungsvorbereitungen?

Schulze: Während des Studiums haben wir angefangen, erste Ideen zu entwickeln. Nach dem Studium hat Asaf Moses sich intensiver mit der Idee beschäftigt und ein erstes Entwicklungspapier geschrieben. Im Jahr 2009, nach Abschluss unseres Studiums, haben wir uns dann entschlossen, das Thema massiv voranzutreiben, und einen dritten Gründer für den Technologiebereich gesucht. Das war dann Philipp Strathausen.

EXIST-news: Die Teamzusammensetzung spielt für Sie eine wichtige Rolle. Warum?

Schulze: Weil nicht nur die Idee erfolgsentscheidend ist, sondern vor allem auch das Team, das die Idee umsetzt.

Asaf Moses und ich haben einen wirtschaftlichen Background. Da war es notwendig, einen Dritten zu finden, der in ein bereits funktionierendes Gespann passt. Das war nicht so einfach, weil Asaf Moses und ich uns schon sehr gut kannten. Wir kennen unsere Einstellungen, unsere Wertvorstellungen, und wissen voneinander, wie wir uns in verschiedenen Situationen verhalten, auch in Stresssituationen.

Als Philipp Strathausen zu uns gestoßen ist, haben wir sehr darauf geachtet, von Beginn an auch ein persönliches Verhältnis aufzubauen, damit er unsere und wir seine Stärken und Schwächen kennenlernen konnten. Wir haben ganz offen darüber gesprochen, wie wir uns beispielsweise im Erfolgsfall, in Stresssituationen, in Verhandlungen verhalten. Das sind ganz wichtige Punkte, die so gut wie möglich geklärt werden sollten, denn das Team ist der Knackpunkt für den Erfolg.

UPcloud GET READY CHECK MEASURE RESULTS X RETURN TO SHOP

A couple of things to do before you get measured.
Make some preparations, in the next stage we will check everything is OK

WHERE
Find a plain wall to stand in front of, with room to stand 3m back from your webcam.
It can be dark or light, just not covered in stuff
[More info / Examples](#)

YOU
We need to see your shape. Wear tight fitting clothes, in a colour that contrasts with the wall.
Tie your hair up
[More info / Examples](#)

LIGHT
There needs to be plenty of light
Put the lights on!
[More info / Examples](#)

DISC
We need to judge your actual size. Find a CD or DVD.
This will enable us to Calibrate
[More info / Examples](#)

OK, I'm ready **CHECK** →

Screenshot der UPcloud-Anwendung

EXIST-news: Für Ihre weitere Vorbereitung haben Sie die Unterstützung der Humboldt-Universität in Berlin in Anspruch genommen.

Schulze: Ja, unser Ansprechpartner ist die Humboldt-Innovation, die Wissens- und Technologietransfergesellschaft der Berliner Humboldt-Universität. Sie hat uns beim Antrag für das EXIST-Gründerstipendium unterstützt und steht uns auch weiterhin mit Rat und Tat zur Seite. Beispielsweise bei der Suche nach einem geeigneten Anwalt oder anderen Personen, die uns mit ihrem Know-how weiterhelfen können. Über die Humboldt-Innovation haben wir auch schnell ein Büro zur Verfügung gestellt bekommen, mit Telefon und Internet, so dass eigentlich die komplette Infrastruktur vorhanden war.

Fachlich werden wir sehr gut von unserer Mentorin, Frau Professorin Beate Meffert vom Institut für Informatik, betreut. Frau Meffert ist dort für den Bereich Signalerkennung und Mustererkennung zuständig und gibt uns sehr viel fachlichen Input. Nicht nur, um unsere Technologie weiterzuentwickeln, sondern auch, um die Meilensteine für unsere Gründungsvorbereitungen festzulegen.

Außerdem haben wir über EXIST einen Coach zur Seite gestellt bekommen, der uns bei Verhandlungen, aber auch bei Fragen der Finanzierung beratend unterstützt. Er hat eigentlich immer Zeit für uns und hat auch dazu beigetragen, dass wir uns als Gründerpersönlichkeiten weiterentwickeln konnten.

EXIST-news: Für die Beantragung des EXIST-Gründerstipendiums mussten Sie einen Prototyp bauen. Das ist ungewöhnlich.

Schulze: Ja, der Grund dafür war, dass unsere Idee sehr anspruchsvoll und herausfordernd ist. Wir mussten also erst einmal einen Prototyp entwickeln, um zu zeigen, dass wir in der Lage sind, die Technologie überhaupt zu entwickeln. Das bedeutete für uns einen hohen Aufwand, nicht zuletzt deshalb, weil es schwierig ist, einen Prototyp ohne Finanzierung zu entwickeln. Aber wir haben es geschafft, und im Anschluss hat jeder von uns ein EXIST-Gründerstipendium erhalten, was uns nicht nur den Lebensunterhalt in der Anlaufphase sichert, sondern auch ein Budget für Sachmittel beinhaltet. Davon haben wir bisher einen externen Dienstleister bezahlt, um unser Verfahren benutzerfreundlicher zu gestalten. In diesem Jahr werden wir das Budget voraussichtlich für Mitarbeiter und neue Hardware gut gebrauchen können.

EXIST-news: Welche weitere Finanzierung haben Sie in Anspruch genommen?

Schulze: Privates Kapital von klassischen Business Angels, die uns nicht nur mit ihrem Kapital unterstützen, sondern auch mit ihrer Erfahrung als Unternehmer.

Dazu gehören die Kompetenzen in verschiedenen Bereichen, beispielsweise im juristischen Bereich oder auch im Aufbau von Unternehmen. Ich halte es für sehr wichtig, dass man als Gründer von den Erfahrungen anderer Unternehmerinnen und Unternehmer profitieren kann und sich immer wieder Rat holt.

EXIST-news: Sie haben eine Geschäftsidee, die es so noch nicht gab. Haben Sie keine Angst, dass Ihnen während der Vorbereitungsphase die Idee geklaut wird?

Schulze: Diese Angst hatten wir natürlich zunächst. Aber nichtsdestotrotz sind wir immer sehr offen mit unserer Idee umgegangen und haben uns von vielen Professoren und anderen Experten Feedback geholt. Bei den Gesprächen hat man natürlich immer ein gewisses Restrisiko, dass einem jemand die Idee wegschnappt. Dennoch würde ich anderen Gründerinnen und Gründern raten, mit möglichst vielen über seine Idee zu sprechen, denn das Feedback ist unglaublich wertvoll.

EXIST-news: Haben Sie noch weitere Tipps für Gründerinnen und Gründer?

Schulze: Netzwerkarbeit ist ganz entscheidend, vor allem in der Gründungsphase. Ein wichtiger Punkt ist auch, dass man den Markteintritt vorantreibt, dass man sich nicht zu sehr damit beschäftigt, wie das ganze Modell noch breiter ausgelegt werden könnte, sondern dass man sich recht früh fokussiert auf das eigentliche Produkt und zunächst mal einen Prototyp entwickelt. Damit man etwas in der Hand hat und damit an den Markt gehen kann.

Entscheidend ist aus meiner Sicht auch Schnelligkeit, denn gerade das Gründerumfeld ist sehr dynamisch, auch der ganze Markt ist unheimlich in Bewegung. Wenn man zu lange wartet und zu sehr daran feilt, bevor man in den Markt eintritt, wird es schwierig. Deswegen: Schnelligkeit, Fokus und Netzwerk sind die drei Schlagworte, die ich als Empfehlung weitergeben würde.

EXIST-news: Und wie wird die Zukunft von UPcloud aussehen?

Schulze: Ich bin da sehr optimistisch und vom Potenzial der Idee sehr überzeugt. Wir haben vor Kurzem eine erste große Finanzierungsrunde abgeschlossen und werden in wenigen Monaten bei einem Online-Maßkonfektionsanbieter live gehen.

Kontakt

Sebastian Schulze, Asaf Moses,
Philipp Strathausen
UPcloud GmbH
Ziegelstraße 13c
10117 Berlin
contact@upcloud.com
www.upcloud.com



Teamfoto (von links nach rechts): Rafael Feld, Carsten Saathoff, Simon Schenk, Dr. Ansgar Scherp und Dr. Thomas Franz

„Das Umdenken zum Unternehmer war der Schlüsselpunkt.“

Wer Bilder so archivieren möchte, dass sie anschließend wieder gut zu finden sind, muss Zeit und Mühe in die Beschreibung der Bilder stecken. Die Software von Simon Schenk, Carsten Saathoff und Dr. Thomas Franz vereinfacht die Verschlagwortung und optimiert die Auffindbarkeit, wie „Kreuzverweis“-Gründungsmitglied Simon Schenk erläutert.

EXIST-news: Herr Schenk, was ist das Besondere an Ihrer Geschäftsidee?

Schenk: Wenn wir Inhalte – Texte, Bilder oder Videos – wiederauffindbar machen möchten, benutzen wir heutzutage standardmäßig die Textsuche. Die funktioniert zwar bei Texten, aber leider nicht bei Bildinhalten, da es dort keinen Text gibt. Deswegen muss man Bilder mit Schlagwörtern oder einem Text beschreiben. Das verursacht zusätzlichen, oft lästigen Aufwand.

Wir automatisieren daher diesen Beschreibungsprozess für Bilder teilweise, so dass die Nutzer weniger beschreiben müssen, die Inhalte aber trotzdem besser wiederfinden. Wir analysieren die Begriffe, die für die Beschreibung benutzt werden, und schauen uns dann das Umfeld dieser Begriffe an. Ein einfaches Beispiel: Das Bild einer Espressotasse beschreibe ich mit „Espresso“. Automatisch hinzugefügt werden dann weitere Begriffe wie „Kaffee“, „italienische Küche“. Diese Information können wir auch für die Suche benutzen oder weitere Bilder zum Thema Kaffee anschauen.

EXIST-news: Wer ist Ihre Zielgruppe?

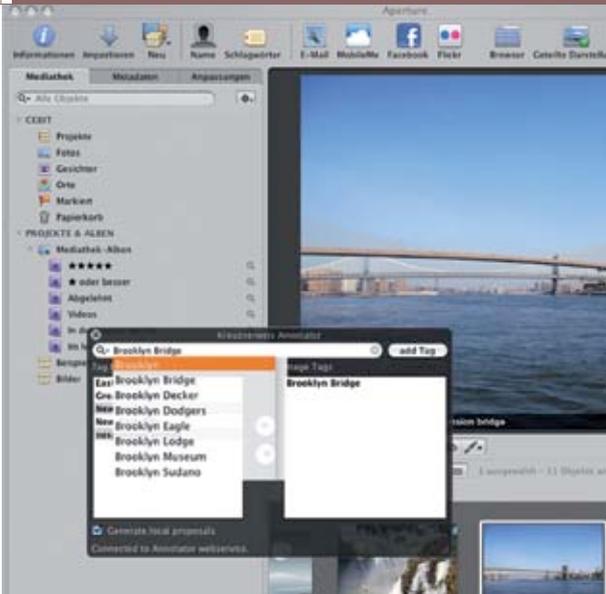
Schenk: Grundsätzlich wollen wir Medienarchive ansprechen. Sowohl solche, die thematisch sehr breit archivieren, beispielsweise Nachrichteninhalte, als auch spezialisierte Archive, die sich etwa mit historischen Bildern beschäftigen und eher in die Tiefe gehen. Worin sich diese Zielgruppen unterscheiden, ist die Art des Hintergrundwissens, das wir bei der Verschlagwortung benutzen. Die grundsätzliche Idee aber bleibt gleich.

EXIST-news: Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?

Schenk: Carsten Saathoff, Dr. Thomas Franz und ich haben Informatik studiert und arbeiten schon länger im Bereich „Beschreibung von Medien“. Das sind auch unsere Promotionsthemen. Wir waren außerdem in verschiedene Forschungsprojekte involviert, sowohl auf EU-Ebene als auch mit Industriepartnern. Dabei wurde uns klar, dass es einen hohen Bedarf gibt, diesen Beschreibungsprozess bei Bildern zu verbessern und preisgünstiger zu gestalten. Wir haben dann überlegt, wie eine industrielle Anwendbarkeit hergestellt werden kann.

EXIST-news: Gab es besondere Hürden bei Ihrer Gründungsvorbereitung?

Schenk: Ja. Das Hauptproblem war, nicht mehr nur als Forscher, sondern auch als Unternehmer zu denken. Als Forscher beschäftigt man sich ab und zu auch mit Fragestellungen, die für die Praxistauglichkeit des Verfahrens vielleicht nicht nötig, aber dennoch interessant sind. Als Unternehmer steht dagegen eher die Frage im Vordergrund: Wo hole ich den potenziellen Kunden eigentlich ab? Wir waren beispielsweise anfangs mit unserer Idee viel zu weit voraus. Das heißt, unsere Ideen waren interessant, sehr innovativ und auch technisch umsetzbar. Aber wenn in den Unternehmen die ganze Infrastruktur zehn Jahre hinter dem Stand hinterherhinkt, mit dem wir uns in der Forschung beschäftigen, dann nützt es ja nichts, ein Produkt auf den Markt zu bringen, das den realen Gegebenheiten acht oder neun Jahre voraus ist. Das ist zwar ein tolles Produkt, aber das kauft heute keiner.



Screenshot der Kreuzverweis-Software

Letztendlich muss man daher immer sehen: Was ist an meiner Idee bzw. meinem Produkt tatsächlich marktauglich? Was kann ich heute oder in drei Monaten und nicht erst in fünf Jahren verkaufen? Deshalb haben wir ein paar Gänge zurückgeschaltet. Wir machen weniger, als wir eigentlich könnten. Dieses Umdenken zu lernen, war sehr wichtig. Ich glaube, das war für uns so ein Schlüsselpunkt in der Entwicklung hin zum Unternehmer. Dazu gehörte übrigens auch, unser Produkt verständlich und zielgruppengerecht zu beschreiben.

EXIST-news: Was ist Ihnen bisher besonders gut gelungen?

Schenk: Gut funktioniert interessanterweise gerade die Kundenansprache. Allerdings haben wir zurzeit noch Pilotkunden, wir haben noch kein Produkt am Markt. Das liegt daran, dass wir erst vor fünf Monaten angefangen haben. Außerdem arbeitet das Team gut zusammen. Das liegt sicherlich daran, dass wir uns vorher lange kannten, teilweise seit fünf Jahren. Unser Betriebswirt, Rafael Feld, ist vor zwei Jahren als Letzter zu uns gekommen.

Hilfreich waren Kontakte zu Industriepartnern aus unseren früheren Forschungsprojekten. Es ist gut, wenn man sieht, wer zu den potenziellen Kundengruppen gehört und wenn man schon einfach einmal die Idee durchsprechen kann, auch wenn es sich nicht um den Endnutzer handelt, sondern eher um jemanden aus der Entwicklungsabteilung oder Geschäftsführung. Wir haben aber auf diese Weise beispielsweise auch erfahren, welche Preise realistisch sind.

EXIST-news: In welcher Phase sind Sie jetzt?

Schenk: Seit September 2010 werden wir für anderthalb Jahre in der Förderphase I bei EXIST-Forschungstransfer unterstützt. Wir fanden die Struktur sehr hilfreich, die EXIST-Forschungstransfer bietet, gerade weil wir aus der Forschung kommen und noch keine unternehmerischen Erfahrungen haben. Besonders nützlich sind auch der

vorgegebene Zeitrahmen und die klar formulierten Rahmenvorgaben, wie zum Beispiel: Sucht euch einen Coach. Nehmt eine Beratung in Anspruch.

EXIST-news: Wo haben Sie sich Beratung gesucht?

Schenk: Wir haben über unseren Mentor an der Universität einen freiberuflichen Coach gefunden, der sehr viel Erfahrung in der Betreuung von Technologie-Start-ups mitbringt. Das passt also sehr gut.

Außerdem lassen wir uns intensiv zu Gesellschaftsrecht und Schutzrechten beraten. Der klassische Weg der Patente ist in unserem reinen Software-Bereich nur bedingt gangbar. Ich denke, sowohl das Coaching als auch die rechtliche Beratung hätten wir wahrscheinlich in jedem Fall genutzt; allerdings nicht so früh und nicht so intensiv wie jetzt durch EXIST. Wichtig waren auch die Kontakte und Veranstaltungen über das Gründernetzwerk, um den Überblick zu bekommen: Was muss man bedenken? Mit wem kann man sprechen?

EXIST-news: Ist EXIST-Forschungstransfer für Ihre Zwecke ein geeignetes Finanzierungsinstrument?

Schenk: Ja, denn es hält uns den Rücken frei. Man gewinnt Zeit, um die notwendige Forschung weiterzutreiben. Als reines Softwareprojekt sind unsere Investitionen in Geräte und Maschinen relativ leichtgewichtig. Das ist überschaubarer, als wenn man etwa im Maschinenbau tätig ist. Wenn ich morgen zehn Rechner brauche, dann miete ich mir welche in einem Rechenzentrum für einen Monat. Das ist alles flexibler geworden, als es noch vor zehn Jahren war. Aber wir müssen natürlich unsere „Köpfe“ bezahlen.

EXIST-news: Was würden Sie anderen Gründerinnen und Gründern empfehlen?

Schenk: Sie sollten einen Vorlauf von etwa einem Jahr einplanen, um ihre Idee genau abzuwägen. Dann sollten sie die Idee testen, testen, testen, jedem davon erzählen und Feedback einholen. Dazu gehört, sich frühzeitig einen guten Coach zu suchen, der einem auch mal sagt: „Nein, das, was ihr macht, ist Mist, das geht so nicht.“ Wenn einer so etwas rechtzeitig sagt, ist das ein sehr hilfreiches Feedback. Dazu gehört auch der Kontakt mit dem Markt. Sich die Zeit dafür zu nehmen ist besser, als ein Jahr lang zu investieren und dann festzustellen, dass man in die falsche Richtung gelaufen ist.

X

Kontakt

Simon Schenk, Carsten Saathoff
und Dr. Thomas Franz
Kreuzverweis Solutions GmbH
Gauweg 35
51067 Köln
info@kreuzverweis.com
www.kreuzverweis.com

„Entwicklung von Geschäftsmodellen im Medienbereich“

Dr. Matthias Maier ist Professor für Medienmanagement an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar. Er ist außerdem Studiengangssprecher für den Masterstudiengang Medienmanagement sowie Projektleiter und Initiator von „neudeli“. Die Gründungswerkstatt „neudeli“ bietet kreativen und innovativen Unternehmensgründerinnen und -gründern ein optimales Umfeld, um ihre Geschäftsideen weiterzuentwickeln.



Prof. Dr. Matthias Maier

EXIST-news: Herr Prof. Maier, was ist das Besondere an Geschäftsmodellen im Medienbereich?

Prof. Dr. Maier: Ein gutes Geschäftsmodell im Medienbereich unterscheidet sich zunächst nicht grundlegend von Geschäftsmodellen in anderen Branchen. Es geht immer darum, eine klare Zielgruppe zu bestimmen, dieser einen Mehrwert zu liefern, sich vom Wettbewerb abzuheben und schließlich Erlöse zu generieren.

Produkte und Dienstleistungen im Medienbereich zeichnen sich allerdings durch besondere Eigenschaften aus. Diese Besonderheiten müssen Gründerinnen und Gründer bei der Entwicklung ihres Geschäftsmodells berücksichtigen. Beispielsweise haben wir es im Medienbereich meist mit immateriellen Gütern zu tun, die oftmals von einer bestimmten Plattform bzw. einem besonderen Vertriebskanal abhängig sind. Hier ergeben sich Netzeffekte, wie sich das z. B. beim iPhone von Apple beobachten lässt: Die Entwicklung einer Applikation oder eines spezifischen Medieninhalts lohnt sich nur dann, wenn möglichst viele Nutzer ein solches Gerät besitzen. Umgekehrt benötigt man Applikationen und Inhalte, um das Gerät für viele interessant zu machen. Von positiven Netzeffekten kann man also sprechen, wenn sich möglichst viele Kunden an einem elektronischen Netzwerk beteiligen. Je höher die Zahl der Teilnehmer, desto größer der Nutzen für den Einzelnen und desto größer der Nutzen für die daran beteiligten Unternehmen.

EXIST-news: Inwiefern müssen Geschäftsmodelle auch die Wünsche der Online-Community berücksichtigen?

Prof. Dr. Maier: Das ist eine zweite Besonderheit. Medienprodukte sind Erfahrungsgüter. Das heißt, der Kunde kann sich erst dann ein Bild von der Qualität des Produktes machen, nachdem der Konsum bereits stattgefunden

hat. Aus diesem Grund sind communitybasierte Empfehlungssysteme so erfolgreich geworden. Man denke nur an Amazon: Das Unternehmen hat es erreicht, Informationsbarrieren abzubauen und dem Kunden einen erheblichen Mehrwert zu bieten, indem es mit einem zu jener Zeit innovativen Vertriebsmodell, nämlich Shop und Kundenempfehlungen zu kombinieren, auf den Markt gegangen ist.

EXIST-news: Online-User erwarten in der Regel kostenfreien Zugang zu Webangeboten. Die Anbieter sind daher auf Werbeeinnahmen angewiesen.

Prof. Dr. Maier: Ja, was im Medienbereich fast immer eine Rolle spielt, sind die Dualität der Märkte und die damit verbundenen unterschiedlichen Zielgruppen. Die Macher von Inhalten für Print, TV oder Onlinemedien agieren zwischen dem Zuschauer und den Werbetreibenden; die Aufmerksamkeit des Zuschauers oder Lesers schlägt sich in den Preisen für das Schalten von Werbung nieder. Auch hier greifen die eben beschriebenen Netzeffekte: je mehr Rezipienten, desto höher die Erlöse. Im Onlinebereich ist insbesondere Google Vorreiter gewesen: Durch das Anbieten eines kostenfreien Suchdienstes konnte eine große Zahl von Internetusern erreicht werden, die mit kontextsensitiver Werbung angesprochen wurden. Die Innovation lag hier auch darin, die Werbetreibenden nur für jene Klicks zahlen zu lassen, die tatsächlich getätigt wurden.

Man muss dabei als Gründerin oder Gründer natürlich auch sehen, dass man sich hier schnell auf einer Gratwanderung befindet, die den eigenen unternehmerischen Ansprüchen, vielleicht auch ethischen Ansprüchen, sowie den Erwartungen der Kunden und den Erwartungen der Werbekunden gerecht werden muss. Als Gründerin bzw. Gründer sollte man sich daher bereits in der Konzeptionsphase überlegen, welche möglichen Konflikte hier entstehen können und wie damit umzugehen ist.

EXIST-news: Worin bestehen die größten Fallstricke für Gründerinnen und Gründer?

Prof. Dr. Maier: Eine ganzheitliche Sicht ist wichtig. Wir machen oft die Erfahrung, dass gerade bei technologischen Neuentwicklungen das Produkt zunächst bis ins kleinste Detail optimiert wird, ehe der Gründer überhaupt über die Zielgruppe oder den Zielmarkt nachdenkt. Die wichtigen Pfeiler eines Geschäftsmodells –

Kunden, Kundennutzen, Markt und Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmale, Marketing usw. – müssen jedoch von Anfang an im Blick der Gründerin bzw. des Gründers sein. Denn was nützt das beste Produkt, wenn gar nicht klar ist, wer es kaufen soll oder wie es überhaupt zum Kunden gelangt?

Hinzu kommt die enorme Schnellebigkeit der Branche. Es ist gar nicht lange her, da galt „Second Life“ als die Plattform, auf der jeder präsent sein musste. Heute sind Social Media der große Hype. Daraus ergeben sich natürlich auch Geschäftsideen. Social Media Monitoring hat sich für Unternehmen beispielsweise zu einem wichtigen Instrument entwickelt, um festzustellen, wie Kundengruppen über das Unternehmen und seine Produkte denken. Professionelle Dienstleister gehen hier mit sprachanalytischen und sozialwissenschaftlichen Methoden heran, um in den Blogs, Posts oder Threads „zwischen den Zeilen“ zu lesen.

Aber zurück zur Schnellebigkeit. Die bedeutet: Gründerinnen und Gründer müssen in der Lage sein, ihre Geschäftsideen schnell umzusetzen. Und: Sie müssen auch später als Unternehmerin oder Unternehmer in der Lage sein, Trends frühzeitig zu erkennen und kontinuierlich neue, innovative Ideen zu entwickeln. Ich finde in dem Zusammenhang auch die Ausführungen des Soziologen und Historikers Michel de Certeau zu Strategie und Taktik sehr passend, die er in seinem bekanntesten Werk „Kunst des Handelns“ beschreibt. Danach können langfristige Strategien nur von Unternehmen entwickelt werden, die die Macht und Ressourcen besitzen, Räume bzw. Märkte zu besetzen. Wer diese Möglichkeiten nicht hat, muss taktisch vorgehen und die vorhandenen Räume bzw. Märkte anderer nutzen, und zwar schnell, flexibel und zum richtigen Zeitpunkt. Taktisches Handeln ist aber durchaus kein Defizit, sondern ein großer Vorteil kleiner und mittlerer Unternehmen, weil sie wesentlich schneller auf Marktänderungen reagieren können als Großunternehmen.

Ein weiterer Fallstrick ist der fehlende Mut, sich festzulegen. Ob das die Konzentration auf eine Nische ist oder eine klare Markteintrittsstrategie. Wir beobachten immer wieder, dass sich Gründer gern alle Möglichkeiten offenhalten, dadurch aber schnell an ihre personellen und finanziellen Grenzen stoßen. Irgendwann aber muss das Geschäftsmodell konkretisiert werden. Allerdings – und hier liegt die Krux – darf sich ein Start-up nicht vor Alternativen und neuen Möglichkeiten verschränken. In dieser Gratwanderung zwischen Commitment und Flexibilität liegt wohl die größte Schwierigkeit für junge Unternehmen.

EXIST-news: Kennen Sie aus Ihren Erfahrungen einige gelungene Gründungsbeispiele?

Prof. Dr. Maier: VIOSO ist ein gutes Beispiel, wie aus einer technischen Produktidee ein tragfähiges Geschäftsmodell reifen kann. Das durch EXIST-Gründerstipendium geförderte Start-up hat während des Studiums eine Software entwickelt, die Projektionen auf nahezu jede Oberfläche ermöglicht. Leinwände und Bildschirme sind damit nicht mehr notwendig, sogar Ecken und Mauervorsprünge können durch die Software ausgeglichen werden. Die Gründer haben sich auf ein klares Anwendungsfeld – Großprojektionen bei Veranstaltungen mit Eventcharakter – konzentriert und so mit Hilfe starker Kooperationspartner und durch die Verknüpfung von Software und Hardware in einer All-in-One-Lösung ein konsistentes Geschäftsmodell entwickelt.

Ein weiteres gelungenes Gründungsbeispiel – ebenfalls durch EXIST-Gründerstipendium gefördert – ist mFrage, ein Live-Publikumsabstimmungsdienst per SMS. Die Gründer haben sich in Hinblick auf die begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen für einen Bootstrapping-Ansatz entschieden. Der Begriff kommt eigentlich aus der Informatik und bezeichnet den Startvorgang einer Computersoftware, die dann wiederum den Start weiterer Software in Gang setzt. Übertragen auf das Thema „Finanzierung“ bedeutet das, ein Produkt ohne langwierige Finanzierungsrunden und große Investitionen schnell an den Markt zu bringen. Vielmehr werden Investitionen über selbst erwirtschaftete Umsätze finanziert.

Alle Gründungsvorhaben wurden bzw. werden über unsere Gründerwerkstatt *neudeli* unterstützt. Sie besteht seit 2001 und hat seitdem rund 50 Unternehmen hervorgebracht. Insgesamt wurden 39 EXIST-Seed-Vorhaben bzw. Gründerstipendien betreut sowie über 250 Projekte intensiv beraten. Sie hat sich mittlerweile als zentrale Anlaufstelle für alle gründungsinteressierten Studierenden, Absolventen und Mitarbeiter aller vier Fakultäten der Universität – Architektur, Bauingenieurwesen, Gestaltung und Medien – etabliert.

Die Langfassung dieses Interviews finden Sie unter www.exist.de/dialog



Prof. Dr. Matthias Maier
Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien | Medienmanagement
Bauhausstraße 11
99423 Weimar
media@medien.uni-weimar.de
www.uni-weimar.de

Literaturtipp

Hochtechnologie-Gründungen

Im Mittelpunkt dieser Publikation stehen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des „Gründerwettbewerb – Mit Multimedia erfolgreich starten“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.

Aufbauend auf vorliegenden Studien wurden darüber hinaus Erkenntnisse zur Gründungstätigkeit im Hochtechnologiesektor zusammengestellt und Unterschiede und Parallelen zum „Gründerwettbewerb – Mit Multimedia erfolgreich starten“ herausgearbeitet. Außerdem wurden das wirtschafts- und innovationspolitische Instrument „Gründerwettbewerb“ in den Kontext der gesamten Förderlandschaft für Hochtechnologieunternehmen gestellt und seine spezifischen Vorzüge und Nachteile diskutiert.

Die Studie hat zudem Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Instruments „Gründerwettbewerb“ herausgearbeitet. So wird darauf hingewiesen, dass sich der Technologiefokus von Gründerwettbewerben kontinuierlich an die Entwicklung von Technologien und die Dynamik ihres Anwendungskontexts anpassen sollte. Je stärker beispielsweise Multimediatechnologien verschmelzen und mit ihren Anwendungsfeldern in unterschiedlichen Branchen zusammenwachsen, desto stärker muss auch das Themenspektrum des Wettbewerbs erweitert werden.

Hochtechnologie-Gründungen – Gründungsgeschehen und Gründungsunterstützung unter besonderer Berücksichtigung des Bereichs Multimedia, Institut für Innovation und Technik (iit) in der VDI/VDE-IT, Berlin, Mai 2010

Autoren:

Dr. Christiane Kerlen, Sandra Prescher,
Dr. Volker Wiedemer

Download:

Die Publikation steht im Internet unter www.iit-berlin.de/veroeffentlichungen zum kostenlosen Herunterladen zur Verfügung.

Termine

BMW-„Gründerwettbewerb – IKT Innovativ“

Gesucht werden innovative Gründungsideen aus dem breiten Anwendungsspektrum der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT). Zu gewinnen gibt es bis zu sechs mit je 30.000 Euro dotierte Hauptpreise sowie bis zu 15 weitere mit je 6.000 Euro dotierte Preise.

Bewerbungsschluss? 31. Mai 2011

Internet? www.gruenderwettbewerb.de

7. INFORMATIONSTAG „UNTERNEHMEN GRÜNDEN“

Das Highlight des Informationstages an der TU Berlin wird die Bekanntgabe der Gewinner des Ideenwettbewerbs „Gib uns Dein Rezept!“ sein. Außerdem werden ein Workshop zum Thema „Videoprototyping“ und interessante Vorträge angeboten.

Wann? 15. Juni 2011

Wo? TU-Gründungswerkstatt (AM),
Hardenbergstraße 38, 10623 Berlin

Internet? Anmeldung unter www.gruendung.tu-berlin.de

Kongress Junge IKT-Wirtschaft 2011

Auf dem Kongress präsentieren junge IKT-Unternehmen ihre Geschäftskonzepte. Referenten diskutieren Chancen und Herausforderungen für IKT-Unternehmen. Der Kongress ist eine Veranstaltung des BMWi mit seinen Initiativen „Gründerwettbewerb – IKT Innovativ“, „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ und dem High-Tech Gründerfonds. Partner sind Businessplan-Wettbewerbe aus ganz Deutschland.

Wann? 20. Juni 2011

Wo? KOSMOS, Karl-Marx-Allee 131, 10243 Berlin

Internet? Anmeldung unter www.kongress-junge-ikt.de

Ideenwettbewerb Scidea 2011

Studierende, Wissenschaftler/-innen und Absolventen/-innen der Hochschulen und Forschungseinrichtungen in Sachsen-Anhalt mit Ideen für innovative Produkte, Dienstleistungen, Verfahren oder Verwertungsideen für Forschungsergebnisse sind aufgerufen, am Wettbewerb teilzunehmen.

Wann? Bewerbungsschluss: 30. Mai 2011,

Preisverleihung: 23. Juni 2011

Wo? Sachsen-Anhalt

Internet? Anmeldung unter www.scidea.de

EISS Entrepreneurial Impact International Summer School

Unter dem Motto „Billion € Projects to foster Societal Change“ werden wieder bis zu 30 Studierende jeder Fachrichtung aus aller Welt nachhaltige Geschäftskonzepte entwickeln, die zum Wandel von Megastädten in Smart Cities beitragen und intelligente Technologien und Dienstleistungen einsetzen.

Wann? 23.– 30. September 2011

Wo? Hochschule München, Steelcase Creative Hall des Strascheg Center for Entrepreneurship SCE

Internet? Anmeldung unter www.4entrepreneurship.de

EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft ist ein Programm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.

Sie können die EXIST-news kostenfrei abonnieren (siehe Bestellungen). Informieren Sie sich über die EXIST-Förderprogramme auf www.exist.de und lassen Sie sich zu mehr Unternehmergeist und unternehmerischer Selbständigkeit an unseren Hochschulen und Forschungseinrichtungen inspirieren. Die EXIST-news erscheinen dreimal jährlich.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi),
Referat Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin,
www.bmwi.de



Bestellungen

publikationen@bundesregierung.de

Ansprechpartner

Forschungszentrum Jülich GmbH
Projekträger Jülich (PtJ)
Außenstelle Berlin
Zimmerstraße 26–27, 10969 Berlin
Marion Glowik, Nicole Ziesche
m.glowik@fz-juelich.de
n.ziesche@fz-juelich.de
www.exist.de



Redaktion

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR
Regine Hebestreit
Bernd Geisen



Gestaltung

PRpetuum GmbH, München

Druckerei

Silber Druck oHG, Niestetal

Bildnachweis

Titelbild, S. 5 IckeT – Fotolia
S. 6 Photosani – Fotolia
S. 7 Blend Images – Fotolia
S. 8 Marcito – Fotolia
S. 10–13 Universität Paderborn
S. 16, 17 UPcloud GmbH
S. 19, 20 Kreuzverweis Solutions GmbH
S. 21 Gründerwerkstatt neudeli,
Bauhaus-Universität Weimar

EXIST-Projektkarte

Die EXIST-Deutschlandkarte zeigt, an welchen Standorten Hochschulen und Forschungseinrichtungen beim Auf- und Ausbau gründungsfreundlicher Strukturen im Rahmen von „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ gefördert werden und von der Maßnahme EXIST III im Rahmen von „EXIST-Gründungskultur“ profitieren. Einige Projekte sind bereits abgeschlossen. EXIST III ist ein Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und wird mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) kofinanziert.

