



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

eXIST – news

Existenzgründungen aus Hochschulen
Ein Programm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

www.exist.de

exist 01/2006

Existenzgründungen aus Hochschulen



**Gründerraum und Inkubator –
Was kommt heraus?**



Ein Programm des Bundesministeriums
für Wirtschaft und Technologie

Dieser Newsletter ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie; er wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), Referat Öffentlichkeitsarbeit P3, 10115 Berlin, www.bmwi.de

Bestellungen

E-Mail: info@exist.de

Ihr Ansprechpartner

Projekträger PTJ, Forschungszentrum Jülich GmbH Außenstelle Berlin
Wallstraße 18, 10179 Berlin
E-Mail: t.bausch@fz-juelich.de, Internet: www.exist.de

Konzeption und Redaktion

Zeitbild Verlag GmbH
Kaiserdamm 20, 14057 Berlin

Corporate Design

Atelier Hauer+Dörfler, Berlin

Druckerei

Conrad, Berlin

Bildnachweis

MEV S. 1, S. 3 (oben), S. 6, S. 8, S. 12 (links), S. 15 (oben); creativ collection S. 4, S. 12 (rechts), S. 13 (rechts); getty images S. 3 (Mitte/unten), S. 13 (links), S. 15 (unten); Zeitbild S. 5; SmartProjector S. 10, S. 11

Inhalt www.exist.de

News 3

Neues aus den EXIST-Netzwerken

- Ideenreich
- Effektiv
- Barrierefrei
- Schrittweise

Region 5

- Pforzheim!

Schwerpunkt 6

- Gründerräume und Inkubatoren – Was kommt heraus?

Gründer 10

- SmartProjector – Gegen die Wand

Studien 12

- Gründergefühle
- Gründerkröten
- Gründliche Ausbildung
- Uni-Liga

Campus 14

- Wahre Größe

Forum 15

- Die selbstständige Frau
- Es sind Zwillinge

Guide 16

Wichtige Kontaktadressen zum EXIST-Programm und den regionalen EXIST-Netzwerken

In eigener Sache / Neues Layout

Die mit dem Organisationserlass der Bundeskanzlerin vom 22.11.2005 verbundene Verlagerung der Zuständigkeit für das EXIST-Programm vom BMBF in das BMWi wurde zum 1. März 2006 vollzogen. Künftig wird dort das neue Referat II C 7 – Technologiegründungen, Gründungsfinanzierung – für EXIST zuständig sein. Die EXIST-news erscheinen deshalb in etwas verändertem Gewand. Aber der Projekträger Jülich wird auch in Zukunft das EXIST-Programm begleiten.



Ideenreich

Geschäftsideen aus Hochschulen des Nordens marktfähig zu machen war das erklärte Ziel des schleswig-holsteinischen Ideenwettbewerbs 2004. Ob und wie das geklappt hat, berichteten nun einstige Gewinner des Wettbewerbs. Die froheste Botschaft konnte sicher das Team von *Vision Trainer* verkünden. Eike Jähn und Marc Willmann, ursprünglich Träger des Zweiten Preises, sind inzwischen gründer-technisch ganz vorn. Ihr softwaregestütztes Sehtrainingsprogramm für Patienten mit zerebralen Gesichtsfeldausfällen – zum Beispiel nach einem Schlaganfall – ist bereits patentiert und durch EXIST-SEED gefördert. Die Technologie dazu entwickelten sie am Institut für Medizinische Psychologie der Universität Lübeck. Mittlerweile ist der Businessplan fertig und die eigentliche Gründung steht kurz bevor. „Der Ideenwettbewerb war ein Türöffner“, bestätigen die beiden jungen Gründer. Wer sich davon inspirieren lässt und seine Ideen im Wettbewerb und an der Wirklichkeit testen will, erhält jetzt dazu weitere Gelegenheit: Die neue Runde des Ideenwettbewerbs eröffnen die Veranstalter von der FH Lübeck mit dem Kompetenzzentrum Gründung und Management und dem Netzwerk KOGGE am 1. April 2006.

Weitere Infos unter: www.kogge-sh.de

Effektiv

EFFEKT!, das Existenzgründerinnenprojekt der Universität München unter dem Dach der **GründerRegio M**, sucht mit dem Geschäftsideen-Wettbewerb BEST CONCEPT bei allen gründungsinteressierten Frauen in Bayern nach einem ebensolchen. Abgabetermin ist der 3. April 2006. Teilnehmende Gründerinnen dürfen sich auf ein individuelles Feedback der Jury freuen, gewinnende Gründerinnen sogar auf wertvolle und vor allem nützliche Preise wie eine Werbe- und Designberatung, ein Potential-Coaching, Gutscheine für Weiterbildungsseminare und vieles mehr. Darüber hinaus erfahren sie durch BEST CONCEPT, wie Kunden und Kapitalgeber von der eigenen Idee zu begeistern sind und das eigene Konzept in punkto Tragfähigkeit kritisch zu überprüfen ist. Ein praktischer Leitfaden für die Erstellung eines Geschäftskonzepts hilft bei der Teilnahme und steht als Download zur Verfügung.

Weitere Infos unter: www.effekt-online.de



Barrierefrei

G Dur ist seit Januar 2006 strategischer Partner des Netzwerks GO! unlimited. Ziel dieses Modellprojekts ist es, den Gründergeist bei Menschen mit Behinderung zu wecken, besonders bei arbeitssuchenden Menschen in Erst- und Zweitausbildung, Akademikerinnen und Akademikern und abhängig Beschäftigten. Interessierte Gründerinnen und Gründer können sich durch die Initiative nachhaltig informieren und qualifizieren. GO! unlimited wird vom Diakonischen Werk Westfalen koordiniert und arbeitet dabei mit erfahrenen Partnern in Beratung und Qualifizierung von Menschen mit Behinderung zusammen. Diese unterstützen die Gründungswilligen von der Idee über die Finanzierung bis hin zur Begleitung in der ersten Phase der Selbstständigkeit. Erwartet werden Gründungen vor allem in den Bereichen technische und kaufmännische Dienstleistungen, Informatik, Journalismus, Kfz-Service und Gesundheitswesen. GO! unlimited läuft vom 1. Januar 2005 bis zum 31. Dezember 2007 als Projekt der Gemeinschaftsinitiative EQUAL der Europäischen Union und wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie unterstützt.

Weitere Infos unter: www.go-unlimited.de



Schrittweise

Vor Gründung und Selbstständigkeit steht manche Schwelle, die hemmt – oft lange bevor es ans eigentliche Business geht. Die Erstellung eines vernünftigen Geschäftsplans ist solch eine Schwelle und darüber hinaus für eine solide Finanzierung und Unternehmung zwingend notwendig. Mit ihren zehn „GründerSchritten“ hilft die **GründerRegion Aachen** Gründungsinteressierten auf den entscheidenden ersten Metern. Dieser praktische Leitfaden zur Planung und Erstellung eines Geschäftsplans steht unter www.gruenderregion.de zum Download zur Verfügung. Die „GründerSchritte“ unterstützen und begleiten Existenzgründer aller Branchen und unabhängig von der geplanten Unternehmensgröße. Zehn Bausteine geben Auskunft über alle relevanten Bestandteile des Geschäftsplans, zudem wird der Inhalt in jedem Abschnitt kurz beschrieben. Sollten dennoch Fragen zu den zehn Planungsschritten auftauchen, empfiehlt sich der Nachschlag von Zusatzinformationen im „GründerBuch“, das ebenfalls von der **GründerRegion Aachen** angeboten wird. Eine Anleitung zur Finanzplanung rundet das Angebot der „GründerSchritte“ ab, denn es gibt diverse Möglichkeiten, ein Zahlenwerk zu präsentieren. Zur Erleichterung bietet dieses Modul eine Rentabilitätsvorschau, eine Liquiditätsplanung, einen Kapitalbedarfsplan und einen Musteraufbau.

Weitere Infos unter: www.gruenderregion.de



EXIST-SEED

Die Förderung von Gründungen aus Hochschulen

Sind Sie Student(in), junge(r) wissenschaftliche(r) Mitarbeiter(in) oder längstens 3 Jahre Absolvent(in)? Haben Sie eine technologisch orientierte und innovative Idee für eine Existenzgründung, das Unternehmen aber noch nicht gegründet?

Dann nutzen Sie Ihre Chance auf EXIST-SEED!

EXIST-SEED ist ein bundesweites Förderprogramm zur direkten Unterstützung von technologieorientierten Unternehmensgründungen in der Frühphase, d. h. von der Gründungsidee bis zum Businessplan. Gefördert werden anteilige Personalkosten und Sachmittel für 1 Jahr.

Und so geht das:

- Der oder die potenziellen Gründer reichen bei der Hochschule ihre Geschäftsidee in Form eines Ideenpapiers ein.
- Antragsteller für die Förderung ist die Hochschule. Sie stellt einen Mentor und den GründerInnen einen Arbeitsplatz für ein Jahr zur Verfügung, gewährleistet die Einbettung in ein Gründungsnetzwerk und die Beratung der GründerInnen durch eine Gründungsinitiative.
- Jährliche Bewerbungstermine: 31. Januar, 31. Mai, 30. September
- Start der Förderung: 3 Monate nach dem Bewerbungstermin



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Ansprechpartnerin:
Projektträger Jülich (PTJ) Forschungszentrum
Jülich GmbH, Madeleine Krauss, Wallstr. 18, 10179
Berlin, m.krauss@fz-juelich.de, Tel.: (030) 20 19 94 61,
Fax: (030) 20 19 94 70, www.exist.de/existseed

Gefördert von:



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds

Pforzheim!



„Wer wird Deutscher Meister?“, fragte EXIST-news in der letzten Ausgabe. Der Gewinner des EXIST-priME-Cup war gesucht, des ersten bundesweiten EXIST-Planspielwettbewerbs für Hochschulen. Nun ist er gefunden: Die Hochschule Pforzheim vom exist-Netzwerk KEIM landete im Stuttgarter Finale einen Heimsieg.

Bevor Mitte Dezember acht Final-Teams in die Welt der Simulationen entlassen wurden, hatten sie sich zunächst um die Wirklichkeit zu kümmern. Sonderaufgabe des Wettbewerbs: eine Reportage über einen Gründer aus der Region erstellen. „Normalerweise macht so etwas niemand. Die regionale Verankerung der Studierenden zum Gründungsgeschehen vor Ort stand dabei im Vordergrund, außerdem bekommen die Teilnehmer Kontakt zu den EXIST-Netzwerken“, sagt Professor Dr. Helmut Wittenzellner, geistiger Vater des priME-Cup-Konzepts und Leiter des bundesweiten Modellversuchs. BEGIN, GROW, G DUR, START, KEIM, KoNet, Gründerflair und Thüringer Gründer Netzwerk – alle waren sie da. Nur selten begegnet man den Netzwerken in so geballter Form. „Die Zusammenarbeit mit denen war unkompliziert und hat reibungslos geklappt. Sehr erfreulich war das!“, sagt Professor Wittenzellner.

Aber wie wird man eigentlich Deutscher Meister? „Wir positionierten uns beim zweitägigen Finale von Beginn an auf Platz eins des Marktes für Fitnessgeräte-Dienstleister. Am Ende waren wir das einzige Unternehmen, das durchgehend schwarze Zahlen geschrieben hat“, sagt Michael Dietrich. Eigentlich studiert er Wirtschaft in Pforzheim, als Mitglied des Siegerteams aber kümmerte er sich um die Finanzen. Alena Schmidt, Nadja Nies, Jan-Philipp Hertlin, Max Monauni und Michael Dietrich zeigten kaum Schwächen, meisterten Konjunkturunbrüche wie steuerpolitische Änderungen. Die Abschlusspräsentation gelang ihnen mit Abstand am besten. „Gerade in unseren unterschiedlichen Studienrichtungen – Steuer- und

Revisionswesen, Marketing oder Logistik – lag unsere Stärke“, erklärt sich EXIST-Meister Dietrich den Erfolg. „Die Herausforderung, als Team Kompromisse zu finden, war vielleicht sogar die interessanteste.“

Über die Performance aller Finalisten weiß Professor Wittenzellner nur Gutes zu berichten. „Die Studierenden waren wirklich überdurchschnittlich motiviert, hochkonzentriert und gut vorbereitet. Sie haben sich wie bei einem Bewerbungsverfahren verhalten und hatten gleichzeitig Spaß dabei.“ Mit insgesamt 300 Teilnehmern von 55 Hochschulen hat der Wettbewerb als hochschulübergreifendes Angebot schon in seiner Modellphase eine gute Bilanz vorzuweisen.

Doch Professor Wittenzellner plant bereits die EXIST-priME-Cup-Zukunft. „Wir möchten gerne mehr StartUp-Elemente einbeziehen, das hat uns dieses Mal etwas gefehlt. Deshalb freue ich mich auf den dreistufigen Wettbewerb, da können wir wieder mehr Gründung machen.“ Beabsichtigt ist für nächstes Jahr ein Konzept mit Simulationen von Unternehmensgründung auf Campus-Cup-Ebene, Unternehmensführung auf der mittleren Stufe des Master Cup und Unternehmensnachfolge im Finale. Den Studierenden zumindest hat der Wettbewerb laut Michael Dietrich weit mehr gebracht als Preise, Lernerfolge und ECTS-Punkte – soziale Erfahrung nämlich. „Aus fünf Studierenden der Hochschule Pforzheim sind fünf befreundete Entrepreneurere geworden. Denn wir haben zusammen ein Unternehmen geleitet.“

Die acht Final-Hochschulen:

- FH Brandenburg an der Havel (BEGIN)
- FH Deggendorf (GROW)
- FH Dortmund (G DUR)
- Universität Göttingen (START)
- Universität Jena (Thüringer Gründer Netzwerk)
- Hochschule Pforzheim (KEIM)
- WHU Vallendar (KoNet)
- Hochschule Wismar (Gründerflair)
- Hochschule Pforzheim (KEIM)

Gründerräume und Was kommt heraus?

„Klimatisierte Kammer zur Behandlung und Pflege unreif Frühgeborener“, meint medizinisch schlicht das Lexikon zum Thema Inkubator. Weder exakt definiert noch geschützt ist der Begriff allerdings im Zusammenhang mit der Unterstützung von Gründungen und Unternehmen in der Frühphase. Deshalb heißt es zunächst einmal: Überblick behalten.

Inkubatoren sind Einrichtungen, die sehr jungen Unternehmen materielle und immaterielle Infrastruktur zur Verfügung stellen – und das besonders kostengünstig. Das können Büroräume und Technologie sein ebenso wie Labore, Maschinen, Dienstleistungen, Beratung oder Kontakte. Allen Inkubatoren gemeinsam ist die Behandlung und Pflege von Neugründungen in der Pre-Seed- oder Seedphase – entscheidend am Standort Deutschland, wo Seed-Kapital momentan kaum zur Verfügung steht. Aber nicht jede Einrichtung, die sich mit dem Etikett „Inkubator“ in der Existenzgründerszene tummelt, kommt auch für jede Gründung in Frage.

Anders motiviert

Da wären zunächst jene Brüter, deren Motivation eher als gemeinnützig zu verstehen ist. Diese Variante findet sich besonders bei staatlichen Gründer- und Technologiezentren – oft in der Nähe zu einer Hochschule. Strukturpolitisches steht im Vordergrund, erhofft sind Effekte für die regionale Wirtschaft, neue Arbeitsplätze und zusätzliche Steuereinnahmen. Die angebotene Beratung bezieht sich meist auf die Entwicklung der Geschäftsidee, das Erstellen des Businessplans, Wettbewerbsanalysen, Markteintritt und Finanzierung. „Strukturbedingt ist das Angebot in solchen Zentren oft nicht besonders an den erfolgs-



Inkubatoren –

kritischen Faktoren orientiert oder auf die sehr frühe Phase zugeschnitten“, sagt Professor Dr. Christian Lendner, Hans-Lindner-Stiftungsprofessor für Gründungsmanagement und Entrepreneurship an der FH Deggendorf und Experte in Sachen Inkubator. In seiner Dissertation „Organisationsmodell und Erfolgsfaktoren von Hochschulinkubatoren“, die 2002 unter Professor Dr. Michael Dowling von der Universität Regensburg im Rahmen des EXIST-HighTEPP-Programms entstanden ist, untersuchte er als erster Wissenschaftler Hochschulinkubatoren weltweit.

Doch auch Technologie- und Gründerzentren sorgen für gute Erfahrungen – so zum Beispiel am Bremer BITZ, das seit 1986 existiert. „Wir sind eine Ausgründung der Uni Bremen. Das BITZ hat uns eindeutig weitergebracht“, berichtet Hauke Ernst, einer von vier Gründern der Firma bendit. „Wichtig war für uns, dass wir innerhalb des Zentrums wachsen konnten, ohne dafür immer neue Bürostandorte suchen zu müssen. Ideal war auch die Beratung für den Auftritt des Unternehmens nach außen und die Orientierung im Förderdschungel.“ Inzwischen sind die Gründer mit ihrer digipen-Technologie erfolgreich – ein Stift erfasst, digitalisiert und versendet handschriftliche Daten in Echtzeit.

Private Businessinkubatoren stehen auf der anderen Seite des Brütterspektrums. Sie selbst agieren als Unternehmen, sind ganz auf Rendite ausgerichtet. Die Inkubatoritätigkeit lässt sich der Businessinkubator mit Beteiligungen an den jungen Unternehmen und entsprechend erfolgreichem Börsengang oder Verkauf bezahlen. Was den Vorteil hat, dass die Gründer hier ein breites und sehr professionelles Leistungsangebot abrufen können – denn der Erfolg der Betreuten liegt im ureigensten Interesse des Inkubators. Dafür kommen als Klientel ausschließlich

Gründungen in Frage, die aus dem Größten heraus sind. Für Unternehmen in der Pre- oder sehr frühen Seed-Phase sind Businessinkubatoren von geringem Interesse – wie auch umgekehrt.

Brüter im Geiste

Eigentliche Brüter hingegen, die für Nestwärme und Unterstützung sorgen, damit eine gute Idee zu einem erfolgreichen Spin-Off gedeiht, finden sich woanders – an den Hochschulen. Was in Deutschland immer noch eher unter Neuigkeit läuft, hat in den USA bereits jahrzehntelange Tradition. Die Henne des ersten Eis war in Ithaca im Staat New York zu Hause: „Student Agencies Inc.“ begann im Jahr 1942 damit, Studierende bei der Gründung zu unterstützen. In Deutschland haben sich mittlerweile eine Handvoll Hochschulinkubatoren etabliert – auch und gerade wegen der Aktivitäten der EXIST-Netzwerke. „Programme wie EXIST-SEED oder Go-Bio sind da unheimlich wichtig, weil die an der Hochschule andocken. Und genau dort können die Gründer Bereiche nutzen, die wirklich wichtig für den späteren unternehmerischen Erfolg sind – Labore, Know-how, Coaching durch die Hochschule und ein gutes Netzwerk“, sagt Professor Lendner. „Nur das macht einen wirklichen Inkubator aus – und nicht, dass ein Gründer nur ein Zimmer, einen Internetzugang und eine Postadresse bekommt. Das ist nicht erfolgskritisch.“ Der Experte sieht die Seed-Finanzierung der EXIST-Programme als wertvolle Unterstützung von Technologietransfer und Inkubatorenaktivitäten.

Vielfalt statt Einfalt

All jene, die wissensintensiv und technologiebasiert gründen können und wollen, deren Forschung oder Produkt aber noch Entwicklung

TGZ-News im EXIST-Netzwerk:

Für Gründungsinteressierte aus Trierer Hochschulen hält das Technologiezentrum Trier in unmittelbarer Nähe zur Universität Inkubatorräume bereit. **Weitere Infos: Projektleitung fit-exist-trier, Martina Josten, E-Mail: josten@inmit.de, Internet: www.tz-trier.de**

Ein Netzwerk aus dreizehn Technologie-, Gründer- und Servicezentren der GründerRegion Aachen ist zentraler Bestandteil der Wirtschafts- und Technologieregion Aachen und bietet u. a. an der deutsch-niederländischen Grenze europaweit das erste grenzüberschreitende Businesszentrum. **Weitere Infos zu den TGZ als Download: www.agit.de/Download/_TZ-Einleger_30.07.-end.pdf**



braucht, denen es noch an Managementenerfahrung oder in der Startphase schlicht an Geld für ausreichende Infrastruktur fehlt, sind bei Inkubatoren an Hochschulen an der richtigen Adresse. Nutzer von Hochschulinkubatoren können dabei auf ganz spezifische Ressourcen zurückgreifen. Die (Mit-)Benutzung von Büro- und Laborräumen, Maschinen und Anlagen, Hörsälen, Bibliotheken, Speisesälen und IT-Netzwerken gehört dazu. Weil an den Hochschulen meist entsprechende Grundlagenforschung betrieben wird, kann sich der Incubatee des allerneuesten technischen Standards sicher sein. Aber ebenso wie die Inkubatorenszene auf der freien Wildbahn differiert die Performance der Hochschulinkubatoren untereinander. So unterscheiden sich Hochschulinkubatoren u. a. in der Gewichtung materieller und immaterieller Leistungen, dem Reifegrad der Incubatees, einer forschungslastigen oder marktnahen Ausrichtung, einer erwerbswirtschaftlichen oder eher gemeinnützigen Orientierung, in der Schwerpunktsetzung auf Finanzierung oder Beratung, im Branchenbeziehungsweise Technologiefokus und ob sie sich im Besitz der Hochschule befinden oder nur einen losen Bezug dazu unterhalten.

Brüter-Varianten

Gerade innerhalb der EXIST-Community gibt es diverse Einrichtungen, die Inkubator- oder dem Inkubator ähnliche Funktionen wahrnehmen. Pre-Inkubatoren und Gründerräume zum Beispiel sind abgespeckte Varianten des Hochschulinkubators. Sie verfolgen einen ähnlichen Ansatz, haben aber eher den Charakter von Ideenschmieden und werden vorrangig in der Pre-Seed-Phase genutzt. In der Regel ist in ihnen noch nichts Gegründetes zu Gast. Zielgruppen sind Studierende, Absolventen und wissenschaftliche Mitarbeiter von Hochschulen und Forschungseinrichtungen. In Pre-Inkubatoren testen sie Ideen, sammeln Geschäftserfahrung, ohne ein eigenes Unternehmen zu besitzen. Leistungen wie Räumlichkeiten, Infrastruktur, Entrepreneurship-Ausbildung, individuelles Mentoring und Zugang zu Netzwerkpartnern sind meist kostenlos. Im Gründerraum-Modell steht die Bereitstellung von Räumlichkeiten und universitärer Infrastruktur im Vordergrund. Obwohl darin gelegentlich erste Umsätze erwirtschaftet werden, ist der Fokus auf Unternehmensgründung weniger ausgeprägt als im Inkubator. Pre-Inkubatoren und Gründerräume schließen eher die Lücke, die sich auftut zwischen der Hochschulausbildung des Gründers und der Unternehmensgründung in einem Inkubator oder Technologie- und Gründerzentrum. Die Grenzen sind deshalb fließend – und hinter Pre-Inkubator, Gründerraum und Inkubator verbergen sich von Fall zu Fall Angebote von recht unterschiedlicher Qualität.

Darüber hinaus existieren aber auch interessante Formen der tatsächlichen Forschungskommerzialisierung, die eine klassische Inkubatorfunktion übernehmen, ohne sich mit diesem Etikett zu positionieren. Professor Lendner hat ein Beispiel vor der Haustür: „Noch nahezu unbekannt sind beispielsweise größere Professorenfirmen. Davon gibt es hier in Deggendorf einige. Professoren der FH gründen Unternehmen und stellen dort Absolventen ein. Daraus entstehen dann wiederum Spin-Offs.“

Dichte Netze und guter Ruf

Was Hochschulinkubatoren allerdings jenseits der physischen Infrastruktur besonders auszeichnet: ihre Netzwerkstärke – die Möglichkeit also, personelle Ressourcen zu nutzen, wie nirgendwo sonst. Studenten, Praktikanten, Diplomanden, Absolventen, Doktoranden, Labormitarbeiter und Professoren werden für den Hochschulinkubator selber und vor allem auch für die Incubatees zu Mitarbeitern,

Beratern oder Diskussionspartnern. „Intensive Netzwerkarbeit hat zentrale Bedeutung zur Förderung von Unternehmensgründungen“, sagt Professor Lendner. „Hochschulen stellen bereits Netzwerke an sich dar und leben dieses Konzept: Unternehmer, darunter viele frühere Absolventen, sind in Vorlesungen eingebunden. Professoren an der FH haben zudem jahrelange Berufserfahrung in der unternehmerischen Praxis, da bringt jeder sein persönliches Netzwerk in die Hochschule mit. Drittmittelprojekte oder Diplomarbeiten in der Praxis stellen Kontakte zu Unternehmen her. Viele Partner also mit unterschiedlicher Stärke und Kompetenz – so etwas leistet kein Gründerzentrum.“ Die persönlichen Kontakte machen sich zudem immer gut beim späteren Auftritt. Ein gutes Verhältnis zur akademisch-unternehmerischen Community durch einen Hochschulinkubator sorgt nach wie vor für die beste Reputation, mit der ein Neuling in die Marktperformance gehen kann.

Dem Gründer bringen Uni-Brüter nicht zuletzt eine höhere Überlebenschance seines Unternehmens. Die durchschnittliche Überlebensrate von jungen Unternehmen nach fünf Jahren liegt in der Europäischen Union bei etwa 50 Prozent. Sind die Gründungen allerdings in einem Inkubator ausgebrütet, dann steigt die Rate auf bis zu 80 Prozent.

Tipps für Gründer

Woher aber weiß ein Gründer, welcher Inkubator ihm gut tut? „Am allerwichtigsten ist der Praxisbezug. Am besten lässt man sich Referenzen des Inkubators zeigen, spricht persönlich mit Unternehmen, die im Coaching waren, und sieht sich das Netzwerk an“, sagt Professor Lendner. „Ein Netzwerk hat ohnehin jeder, nur: Wer ist da tatsächlich drin? Sind da die Leute eher aus der Theorie oder aus der Praxis? Sind dort Personen, die einem bei der kommerziellen Verwertung helfen können, ist da ein Investor oder gibt es mögliche Kooperationspartner für den Bereich

Entwicklung und Vermarktung? Solche Dinge stemmt ja kein Gründer völlig alleine.“ Wie gut ein Inkubator auf Marktfähigkeit ausgerichtet ist, erkennt der Gründer auch an klar definierten Meilensteinen für die Erfolgskontrolle und den Kriterien für den Ein- und Ausstieg. „Jeder gute marktorientierte Inkubator wird einen Beirat haben, der diese erstellt und deren Einhaltung überwacht.“

Moderat in die Zukunft

Die Entwicklung eines etablierten Systems von Inkubatoren an Hochschulen in Deutschland geht weiter. „Seit fünf Jahren nimmt die Anzahl von Hochschulinkubatoren zu. Und die Hochschulen – auch in der Verwaltung – sind sich inzwischen der Bedeutung dieser Einrichtungen bewusst geworden für Technologietransfer, Forschungskommerzialisierung, aber auch als wichtige Einkommensquelle durch Beteiligungen und Verwertung von Unternehmensgründungen“, sagt der Experte. Dennoch kann momentan noch nicht von einem Boom im Bereich Hochschulinkubatoren gesprochen werden. Darin sieht Professor Lendner aber durchaus Positives: „Eine moderate Entwicklung ist mir lieber, als dass sich jetzt alles wie wild auf ein Konzept stürzt, das für das eigene Haus nicht ausgereift ist. Jede Hochschule kann je nach eigener Ausrichtung entscheiden, welchen Inkubator sie für geeignet hält. EXIST-SEED unterstützt hier genau an der richtigen Stelle.“ Ohnehin sieht Professor Lendner Inkubatoren nicht als allein selig machend in der Existenzgründungsförderung. „In Inkubatoren arbeiten Menschen, die bereits auf einem gewissen Level sind, die den Entrepreneurship-Spirit in sich tragen und entsprechend Kompetenz besitzen. Das klappt aber nur, wenn die Gründungslehre und -motivation an den Hochschulen weiter ausgebaut und verbessert wird. Entrepreneurship-Ausbildung und Hochschulinkubatoren sehe ich als Ganzes – zwei Seiten einer Medaille.“

Literatur:

- **Fraunhofer ISI (Thomas Stahlecker, Dr. Vivien Lo): Gestaltungsmöglichkeiten von Gründerräumen und Inkubatoren an der Hochschule**

Download: www.exist.de/kooperation/dateien/130_Inkubatoren_Gestaltung.pdf



- **Christian Lendner: Organisationsmodell und Erfolgsfaktoren von Hochschulinkubatoren. Eine internationale Studie (FGF Entrepreneurship-Research Monographien Bd. 45)**

Tipp: Im Anhang befindet sich ein Forschungsfragebogen, dessen Kriterienkatalog sich gut für die eigene Inkubatorensuche eignet.

Gegen die Wand

Augmented Reality nennt sich der Lehrstuhl an der Bauhaus-Universität Weimar, also „erweiterte Realität“. Dort lernt man Saurierskeletten virtuelles Leben einzuhauchen. Ins Leben gebracht hat Juniorprofessor Oliver Bimber aber auch die dazugehörigen Patente. Mit Unterstützung von EXIST-SEED und eines nicht ganz unbekanntes Software-Unternehmens sieht man das Ergebnis: SmartProjector – die Überall-Projektion.



„Die Uni wollte diese Technologie an ihre Studenten herausgeben, sich am Erfolg beteiligen. Und auch am Risiko“, erzählt Emanuel Züger, einer der drei Gründer von SmartProjector. In den Lizenzverhandlungen einigte man sich auf ein Fixum und eine erfolgsabhängige Komponente. Die Gründungsidee von SmartProjector: Bilder und Filme auf Oberflächen wie Mauern oder Tapeten farbecht und verzerrungsfrei projizieren – jede Fläche wird zur Projektionsfläche! Das Prinzip klingt einfach. Eine Videokamera erfasst die Eigenschaften der Grundlage 30 Sekunden lang. Dann berechnet eine Software die Fläche geometrisch wie farblich und korrigiert entsprechend

die Projektion, so dass diese in der perfekten Form und Farbe erscheint. Züger ist vom Produkt überzeugt: „SmartProjector hat das Potenzial, eine Technik für den Alltag zu werden.“ DVDs oder Konsolenspiele kann man künftig ohne Leinwand direkt auf die Wohnungseinrichtung projizieren.

Think Big

Die größten Marktchancen sieht Züger aber in „BigScreen“, einer speziellen Variante der SmartProjector-Software, die großformatige, hochauflösende Projektionen ermöglicht. Bisher waren für so etwas mehrere Beamer notwendig, die mit großem Aufwand justiert und aufeinander abgestimmt werden mussten. „Bei den Roadshows der großen Autohersteller sitzt da ein Techniker den ganzen Tag dran“, sagt Züger. Einfacher und billiger geht es mit „BigScreen“. Damit lassen sich nicht nur Oberflächen korrigieren, sondern auch Bilder untereinander koordinieren. „Diese Anwendung stand bei uns zunächst nicht im Vordergrund, aber allmählich kapieren wir, dass wir hier die besten Verkaufsargumente haben.“ Schließlich sind große Leinwände richtig teuer. Die Preise liegen bei großen Events schon mal im sechs- oder siebenstelligen Bereich, dazu die Kosten für den Aufbau. Wände aber stehen überall – und das gratis.

Partner fürs Leben

Bereits mit ihrem ersten Unternehmen Liqui.net, einem technischen Dienstleister für zwei Datingportale und einen der größten Online-Feinkosthändler, waren die Gründer im Weimarer Gründerzentrum neudeli einquartiert. „Ein ganz wichtiger Partner für uns.“ Hier lernten sie wichtige Netzwerke kennen, etwa Leute aus der Leitungsebene der Uni, von der IHK oder der KfW. „An die kommt ein Student ja normalerweise nicht ran.“ Das Vertrauen, das sie mit Liqui.net gewannen, war Voraussetzung für die aktuelle Unternehmung. Der wichtigste Kontakt allerdings war der zu Microsoft. Der Software-Gigant

übernahm eine Unternehmenspatenschaft für Smartprojector. „Uns ist durchaus bewusst, dass wir Teil der PR von Microsoft sind“, sagt Züger. Der Konzern entpuppte sich aber als guter Türöffner, ihr Mentor verschaffte ihnen Termine auf der CeBit.

„neudeli und Microsoft ergänzten sich für uns hervorragend“, meint Züger. „Ein Gründernetzwerk kann den Rahmen abstecken, Netzwerkpartner vermitteln, als Anfangserhitzer dienen und mit den Fördermöglichkeiten vertraut machen. Das allein bringt aber noch keinen Erfolg, das größte Problem bleibt der Marktzugang.“

Finanziell half in der ersten Zeit EXIST-SEED. „Wir haben einen der besten Anträge abgegeben, den es je gab, 13 von 13 Punkten“, erzählt Emanuel Züger. „EXIST-SEED war uns sehr nützlich. Man ist als Gründer Angestellter der Uni, bekommt ein monatliches Salär, muss aber nicht forschen. Das verschafft Freiraum.“

Showtime

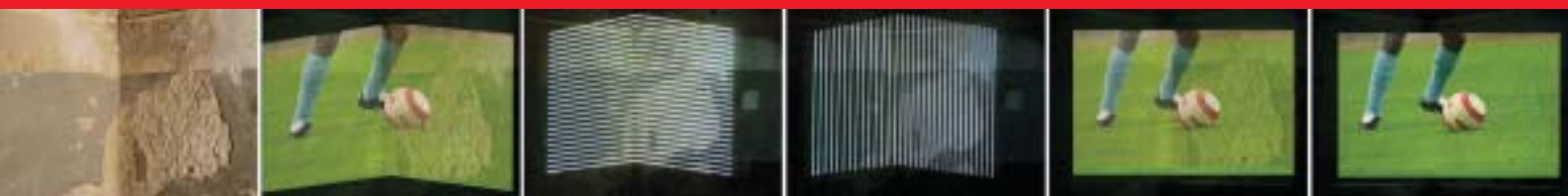
Im März wurde es für die Gründer richtig spannend. Denn seit der CeBIT gibt es „Big Screen“ zu kaufen. „Die große Kunst ist, eine der großen Event- und Werbeagenturen dafür zu begeistern. Wenn es einer hat, wollen es alle.“ Denn irgendwann wird es mit der Technologie möglich sein, bewegte Gegenstände wie einfahrende U-Bahnen als Werbefläche zu nutzen. Oder Menschen. „Wir werden so lange rumbohren, bis es klappt!“, sagt Züger. Jeder der drei Gründer hat dabei seine Aufgabe. Benjamin Schmidt und Emanuel Züger sind für den Verkauf zuständig, Andreas Emmerling für Forschung und Entwicklung. „Das 2:1-Verhältnis trifft es ganz gut. Der Anteil der Entwicklung ist viel kleiner, als man denkt.“ Siegesicher ging Züger keineswegs zur CeBIT. „Es ist möglich, dass der Wunsch, die Leinwand zu ersetzen,

nicht so groß ist, wie wir glauben.“ Und er will sich dort nicht zu sehr in die Home-Entertainment-Ecke drängen lassen. „Kino auf der Blümchentapete“, ist ein schöner Spruch. Aber wir wollen auch ernst genommen werden von B2B-Kunden“, sagt Züger. Anwendungsgebiete gebe es schließlich auch in Industrie- oder Medizintechnik. Vor der CeBIT führten die Gründer deshalb schon diverse Vorgespräche, um Kunden neugierig zu machen. „Der Kunde muss möglichst schnell verstehen, welchen Vorteil er mit unserem Produkt hat. Professionelle Verkäufer haben uns da noch etwas voraus.“ Das Produkt selbst sei für den Erfolg letztlich gar nicht so entscheidend. „Der größte Aufwand ist, ein schlagkräftiges Produkt zu vermarkten. Man muss sehr oft anklopfen, das erste Gespräch bringt meist noch nichts. Der eine in der Firma denkt so, der andere anders. Aber genau dann erwacht bei uns der Jagdtrieb.“

Unser Ding

Die entscheidenden Kniffe lernt man nicht an der Uni. „Ich rate jedem Studenten, möglichst früh mit dem Gründen anzufangen. Egal, ob man auf die Nase fällt, auch schlechte Erfahrungen nützen einem irgendwann. Niemand sollte sich aber hinstellen und sagen: Jetzt hab ich mein Diplom, jetzt gründe ich.“ Ein weiterer Tipp: sich möglichst schnell von der Rolle des Studenten verabschieden, die akademische Vorsicht, das Problematisieren bleiben lassen. „Wir haben viele Kunden verprellt, weil wir ständig betont haben, was unsere Technologie alles *nicht* kann.“ Wissenschaft und Markt funktionieren nun mal ganz anders. „Was wir wichtig fanden, war für Kunden nicht wichtig. Und was wir selbstverständlich fanden, war für Kunden höchst interessant.“ Das Gründen hat Züger aber nie bereut: „Es macht Spaß. Es ist unser Ding!“

www.smartprojector.de



Gründergefühle

Wären die Deutschen ebenso optimistisch, selbstbewusst und risikofreudig, sie würden im anteiligen Vergleich sogar mehr gründen als die US-Bürger. Das ist das überraschende Ergebnis einer Modellschätzung, die im Rahmen des Wochenberichts „Warum Amerikaner mehr Unternehmen gründen als Deutsche. Der Einfluss von subjektiven Wahrnehmungen auf Gründungsentscheidungen“ des DIW Berlin durchgeführt worden ist. Hierzu wurden die Ergebnisse des GEM-Monitors genutzt, der das Gründungsverhalten in 29 Ländern untersuchte. Mit einem Anteil an Unternehmensgründern von ca. 4 Prozent der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter liegt Deutschland im Vergleich zu anderen Industriestaaten im Mittelfeld – in den USA allerdings sind es 7 Prozent. Aber: Diese Entwicklung basiert nicht allein auf den berühmten Rahmenbedingungen, sondern auch auf Gefühlen. Gründungsentscheidungen hängen maßgeblich ab von der subjektiven Einschätzung der eigenen Gründungsfähigkeiten und Gründungschancen – und die fällt von Land zu Land eben sehr unterschiedlich aus. Besonders überzeugt von sich selbst sind Menschen in den USA, Ungarn und Argentinien (55 Prozent), ganz im Gegensatz zu Japan (11 Prozent), Schweden (24 Prozent) oder Deutschland (31,4 Prozent). Und: Deutlich größer als im Durchschnitt ist hier die Angst vor dem Scheitern. Fast jeder zweite Deutsche, aber nur jeder fünfte US-Amerikaner ließe sich deswegen von einer Unternehmensgründung abhalten. Obwohl Zuversicht das Gründungsgeschehen offensichtlich fördert, empfiehlt der Bericht dennoch Realismus, warnt vor übersteigertem Selbstvertrauen, ungerechtfertigtem Optimismus und einem zu hohen persönlichen Risiko. Denn immerhin etwa 60 Prozent der jungen Unternehmen vieler Branchen haben sich nach fünf Jahren wieder aus dem Markt zurückgezogen.

Studie zu bestellen unter: www.diw.de



Gründerkröten

Abschied von lieb gewonnenen Leitbildern: Das empfiehlt die Studie „Erfolgsfaktoren für Unternehmensausgründungen aus der Wissenschaft“ des Fraunhofer ISI. Der weltweit ambitionierte Risikodynamiker als Gründerperson und der High-Flyer als Unternehmenstypus sind heute von gestern. Zukunftsfähiger seien „Schildkröten“: langsam, aber stetig wachsende Start-Ups. Sie schaffen Beschäftigung und Wertschöpfung, schonen gleichzeitig private und staatliche Ressourcen. Dynamischer daher kommende Hochflieger dagegen sind oft nach wenigen Jahren exorbitanten Wachstums vom Markt verschwunden. Nicht ohne dabei sehr viel privates und öffentliches



Geld verbrannt und Vertrauen bei Mitarbeitern, Kapitalgebern, Banken, Gewerkschaften und Politikern verspielt zu haben. Die Politik sollte deshalb die Erwartungen gerade an wissenschaftliche Unternehmensgründer realistischer formulieren und die Förderpolitik an die Mentalität deutscher Wissenschaftler und deren tatsächliche Bedürfnisse anpassen. Die Studie zeigt, inwieweit akademische Spin-Offs im betriebswirtschaftlichen Sinne erfolgreich sowie welche künftigen Fördermaßnahmen vernünftig sind und welche Faktoren ganz allgemein zum Erfolg akademischer Ausgründungen beitragen. Zudem werden Art und Organisationsbedingungen der Muttereinrichtung des Gründungsunternehmens unter die Lupe genommen – von den Hochschulen über FhG/GMD, MPG bis hin zu den Wissenschaftsgemeinschaften Helmholtz, Leibniz oder von Guericke.
Download: www.exist.de/kooperation/dateien/TLF-Spin-Offs_Zusammenfassung.pdf

Uni-Liga

An welchen Unis findet gründungsinteressierter Nachwuchs am ehesten sein Glück?

Die Universität Lüneburg als Nummer eins mit Rekordergebnis, die Universität Potsdam und die Bergische Universität Wuppertal auf den Plätzen zwei und drei bieten künftigen Unternehmern und Selbstständigen die besten Voraussetzungen. Der ehemalige Spitzenreiter Wuppertal konnte zudem seine Position als beste deutsche Uni in der Kategorie Gründungsausbildung behaupten. Das ist das Ergebnis des diesjährigen Uni-Rankings „Vom Studenten zum Unternehmer: Welche Universität bietet die besten Chancen?“, durchgeführt vom Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeographie der Universität Regensburg. Insgesamt 72 deutsche Universitäten wurden in acht Themenfeldern bewertet: vom Ausbildungsangebot über stimulierende Programme und Transferaktivitäten bis hin zur Netzwerkbildung und dem tatsächlichen Gründungsgeschehen. Die Resultate des nach 2001 und 2003 zum dritten Mal durchgeführten Rankings zeigen, dass sich die Situation an den Hochschulen erneut verbessert hat: Es gibt fast keine Universität mehr, die sich nicht der Ausbildung im Bereich Entrepreneurship widmet.

Das ausführliche Ranking unter:
www.handelsblatt.com/uni-ranking



Gründliche Ausbildung

Vollständigkeit kann der Anspruch nicht sein – aber einen guten Überblick über die Entrepreneurship Education vornehmlich in Europa und Nordamerika gibt die Studie des FGF „Good Practice in der Entrepreneurship-Ausbildung – Versuch eines internationalen Vergleichs“. Sie untersucht die verschiedenen institutionellen Organisationsstrukturen, Charakteristika und Vernetzungen und analysiert die Stärken und Schwächen einzelner Modelle. Die Untersuchung versetzt deutsche Hochschulen in die Lage, sich selber international einzuordnen. Darüber hinaus können sich Hochschulen, die noch in der Planung für eine Entrepreneurship Education sind, an Vorbildern orientieren. Neben dem Lob für unübersehbar große Fortschritte mit inzwischen rund 60 aktiven oder geplanten Lehrstühlen in Deutschland kritisiert die Studie die konkrete Umsetzung. So seien Entrepreneurship-Professuren zumeist Fachhochschulen zugeordnet, seltener Universitäten oder Technischen Hochschulen. Es mangle außerdem an Interdisziplinarität: Zu 73 Prozent ist die Gründungslehre im Fachbereich der Wirtschaftswissenschaften zu Hause, nur zu einem weitaus geringeren Teil bei natur- und ingenieurwissenschaftlichen Fakultäten. Doch gerade ein fächerübergreifendes Lehrangebot und interdisziplinäres Arbeiten seien für den wirtschaftlichen Erfolg junger akademischer Gründer wichtig. Als Fazit liefert die Studie Handlungsoptionen sowohl für eine zielgerichtete und erfolgreiche Entrepreneurship Education in Deutschland als auch für deren Einbettung in das deutsche Bildungssystem.

Download unter: www.fgf-ev.de

Wahre Größe

Was braucht Bremen? Und wie beantwortet eine Hochschule diese Frage? Am besten mit einem Lehrstuhl nach Bedarf. Das ist LEMEX, der Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship.

Noch im April 2001 war es eine Stiftungsgastprofessur für das Management mittelständischer Unternehmen im internationalen Geschäft, auf die Lehrstuhlinhaber Professor Dr. Jörg Freiling berufen wurde. Bereits im Januar 2002 wurde die Mittelstandsprofessur in eine Mittelstands- und Gründungsprofessur umgewandelt, die sich an der Universität Bremen seitdem nicht nur kleinen, sondern eben auch jungen Betrieben widmet. Für Professor Freiling eine logische Entwicklung: „Schon länger waren von Universitätsseite aus Überlegungen im Gange, die Aus- und Weiterbildung in Sachen Existenzgründung zu institutionalisieren. Auch die bevorstehende Beteiligung am EXIST-Programm über das BRIDGE-Netzwerk spielte dabei eine Rolle.“ Nicht zuletzt hatte man mit der erweiterten Ausrichtung das eigene Umfeld im Blick – den Standort Bremen mit all seinen Problemen und Möglichkeiten. „Hier in Bremen hat sich inzwischen das Bewusstsein durchgesetzt, noch viel mehr als bisher auf Klein- und Jungbetriebe zu setzen. Das ist die Konsequenz aus der schlechten Erfahrung mit dem Wegfall vieler Großbetriebe, mit diversen Firmenpleiten und Übernahmen. Im Mittelstand entstehen die Arbeitsplätze, er ist der Innovationskern in Deutschland. Das sind Attribute, die auf die Großen kaum mehr zutreffen.“

Ebenso bewusst setzt der Lehrstuhl seine Schwerpunkte. Dazu gehört neben der Verbindung anwendungsorientierter Fragen des Gründungsmanagements mit der klassischen Theorie der Unternehmer-

funktionen besonders der Bereich Dienstleistung. Die Gründe liegen auf der Hand: „Der Dienstleistungsbereich ist nicht nur der mit Abstand umsatz- und beschäftigungsstärkste Wirtschaftssektor, er ist die treibende Kraft der deutschen Gründungsaktivität. Je nach Abgrenzung fallen bis zu 80 Prozent der Ventures in diesen Bereich“, sagt Professor Freiling, der sich selbst als traditionellen Dienstleistungsforscher begreift. „Trotzdem sind die Besonderheiten von Dienstleistungsgründungen bislang weitgehend unbeachtet geblieben, beispielsweise der riesige Akquisitionsnachteil: Ein Dienstleister kann dem Kunden eben keinen Prototypen präsentieren, sondern nur seine Idee und seine Persönlichkeit. Permanent lebt er von einem Leistungsversprechen, das er erst im Nachhinein bestätigen kann.“ Die speziellen Herausforderungen für junge Dienstleister greift die Bremer Gründungslehre im Curriculum auf. Kernstück ist die Veranstaltung „New Service Ventures“, die als Kombination aus Vorlesung, Übung und Gästen aus der Praxis konzipiert ist und regelmäßig einmal im Jahr stattfindet.

Die Aktivitäten seines Lehrstuhls sieht Professor Freiling als Teil einer Entwicklung, die nicht mehr aufzuhalten sein wird. „Ich denke, die Diskussion um die Bedeutung des Mittelstands hat inzwischen tatsächlich Nachhaltigkeit erreicht. Es entstehen immer mehr Mittelstandslehrstühle und in der Betriebswirtschaftslehre selbst sind klassische Disziplinen wie Management und Rechnungswesen auf dem Rückzug, während die KMU-Forschung und -lehre weiter an Bedeutung gewinnt. Man hat endlich erkannt, dass es zwischen großen und kleinen Betrieben nicht nur quantitative, sondern auch qualitative Unterschiede gibt, gerade bei Themen wie Unternehmerperson, Mitarbeiterführung oder -identifikation.“ Das Fazit des Bremer Lehrstuhlchefs ist positiv, trotz aller Kritik gegenüber den bisherigen Versäumnissen: „Natürlich hat man hier in Deutschland einen Nachholbedarf von Jahrzehnten, was die Forschung und Lehre im Bereich Entrepreneurship betrifft. Man muss aber die Dynamik sehen. Wir haben inzwischen eine fantastische Entwicklung hinter uns.“



Prof. Dr.
Jörg Freiling

Universität Bremen
Fachbereich
Wirtschaftswissenschaft
Postfach 330440
28334 Bremen
Tel.: 0421 – 218 96 52
E-Mail: lemex@uni-bremen.de
Internet: www.lemex.uni-bremen.de



Die selbstständige Frau

Weniger beschäftigte Mitarbeiter, dafür mehr Nebenerwerb und mehr Frauen als früher – so heißen die aktuellen Trends der Selbstständigkeit. Das ergab eine Auswertung des Mikrozensus des Statistischen Bundesamts durch Wissenschaftler der Universität Bonn. Danach hat sich bis 2004 die Zahl der Gründerinnen gegenüber 1996 um knapp ein Viertel auf 1,25 Millionen erhöht, das entspricht einem Anteil von knapp 30 Prozent. Insgesamt waren im Jahr 2004 rund 4,2 Millionen Männer und Frauen in Deutschland selbstständig, ebenfalls mehr als jemals zuvor. Die Zahl der weiblichen Selbstständigen im Zu- und Nebenerwerb nahm dabei seit 1996 um ein Drittel zu – die der „im Hauptberuf“ selbstständigen Frauen allerdings nur um 17 Prozent. Im Haupterwerb hat sich der Anteil von Selbstständigen ohne Beschäftigte von 44 Prozent im Jahr 1996 auf 49 Prozent im Jahr 2004 erhöht. Ein Teil dieses Anstiegs ist sicherlich auf die Förderung so genannter Ich-AGs seit Januar 2003 zurückzuführen. Die Ergebnisse sind ein Ausschnitt des „Gendermonitor Existenzgründung“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Download: www.destatis.de/download/d/veroe/gendermonitor_existenzgruendung2004.pdf

Es sind Zwillinge

Zusammen mit den 7. Gründungstagen der BremerExistenzGründungsInitiative B.E.G.IN wird in der Hansestadt am 5. und 6. Mai die START-Messe stattfinden, die Veranstaltung für Existenzgründung, Franchising und junge Unternehmen in Deutschland. Gemeinsam mit den Gründungstagen bildet START eine Plattform für Existenzgründer, zudem hat das Schwerpunktthema Franchising auf der Messe bereits Tradition. Mehr als 2600 Besucher nutzten schon im letzten Jahr das breite Informationsangebot von insgesamt 123 Ausstellern. Daneben geben Experten in kostenfreien Workshops, Vorträgen und Seminaren wertvolle Tipps und Hilfestellungen. Die Themen reichen von Finanzierung und Fördermittel über Gründungskonzepte und innovative Ideen bis hin zu Unternehmenssicherung und Wachstumsstrategien. Übrigens: Wer im Mai nicht kann, kann dann im Herbst. Denn seit 1998 startet START auch in Essen, dort läuft die Zwillingsveranstaltung dieses Jahr vom 22. bis 24. September.

Weitere Infos unter: www.start-messe.de



Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie unentgeltlich abgegeben. Sie ist nicht zum gewerblichen Vertrieb bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerberinnen/Wahlwerbern oder Wahlhelferinnen/Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen sowie für Wahlen zum Europäischen Parlament. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift der Empfängerin/dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.



Regionale EXIST-Netzwerke www.exist.de



Die Ziele von EXIST

- eine „Kultur der unternehmerischen Selbstständigkeit“ in Lehre, Forschung und Verwaltung an den Hochschulen
- Verbesserung des Wissens- und Technologietransfers
- das Finden von Geschäftsideen und Förderung unternehmerischer Persönlichkeiten an Hochschul- und Forschungseinrichtungen
- mehr innovative Unternehmensgründungen und damit mehr Beschäftigung

eXIST – news-abo

Sie können EXIST-news kostenfrei abonnieren. Nutzen Sie die Erfahrung und das Know-how engagierter Professoren, Wissenschaftler, Unternehmensgründer und Berater. Informieren Sie sich über die EXIST-Angebote und lassen Sie sich zu mehr unternehmerischer Selbstständigkeit an unseren Hochschulen inspirieren. Die EXIST-news erscheinen 4 x jährlich. Bestellen Sie einfach und bequem unter www.exist.de.