



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Technologie



Europäische Union

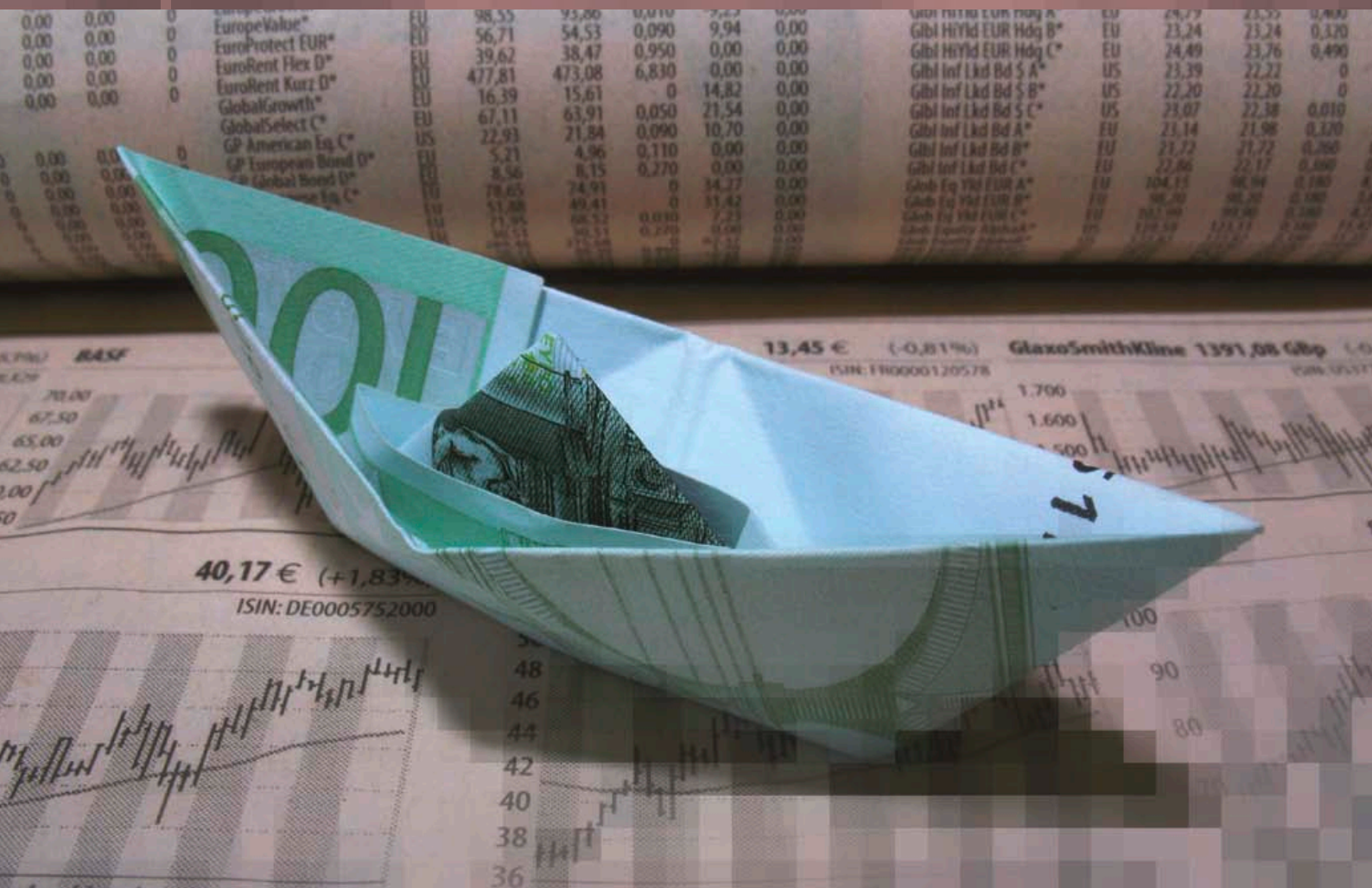
# EXIST-news

Existenzgründungen aus der Wissenschaft  
Ein Programm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

[www.exist.de](http://www.exist.de)

exist 02/2010

Existenzgründungen aus der Wissenschaft



**Finanzierungsmodelle für Gründungsinitiativen  
an Universitäten und außeruniversitären  
Forschungseinrichtungen**

# Inhalt

## Aktuelles

- ▶ Nachrichten zum Thema Existenzgründung 03

## Schwerpunkt

- ▶ Finanzierungsmodelle für Gründungsinitiativen an Universitäten und außeruniversitären Forschungseinrichtungen 04
- ▶ „Die Unterstützung der Gründungskultur an Hochschulen ist für viele Geldgeber attraktiv.“  
Interview mit Dr. Patrick Roy, actori GmbH 09

## EXIST-Gründungskultur

- ▶ Von den Erfahrungen anderer lernen: EXIST-Projekte, die sich bewährt haben  
Mit POWeR: Westfälische Wilhelms-Universität Münster (WWU) 11
- ▶ Neuigkeiten aus den EXIST-Netzwerken und -Projekten 15

## EXIST-Gründerstipendium

- ▶ Unternehmensgründungen im Förderzeitraum möglich 16
- ▶ „Wenn man seinen eigenen USP entwickelt hat, ist die Gefahr gering, dass jemand die Geschäftsidee kopiert.“  
Interview mit Dipl.-Ing. Alf Jahn, aromicon GmbH 16

## EXIST-Forschungstransfer

- ▶ Universitäten führend bei Antragstellung 18
- ▶ „Wir müssen unseren Businessplan fast wöchentlich umschreiben, weil alles viel schneller läuft als erwartet.“  
Interview mit Dr. Eva Lankenau, OptoMedical Technologies GmbH 18

## EXIST-Dialog

- ▶ „In den USA muss keinem Unternehmen erst erklärt werden, dass eine Universität ein wichtiger Partner sein kann.“  
Interview mit Prof. Dietmar Harhoff, Direktor des LMU Entrepreneurship Center (LMU EC) an der Ludwig-Maximilians-Universität München und Gastprofessor an der Stanford University, Kalifornien, USA 21

## Literaturtipp & Termine

23

## Impressum

# Nachrichten

zum Thema Existenzgründung

## KfW-Gründungsmonitor

Rund 872.000 Personen haben im Jahr 2009 eine selbständige Tätigkeit begonnen, stellt der diesjährige Gründungsmonitor der KfW Bankengruppe fest. Erstmals seit sechs Jahren geht es mit den Gründungsaktivitäten wieder aufwärts in Deutschland: Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Gründerzahl um zehn Prozent oder 77.000 Personen.

► [www.kfw.de](http://www.kfw.de)

## THESEUS-Innovationszentrum



THESEUS ist ein Forschungsprogramm des BMWi mit dem Ziel, den Zugang zu Informationen zu vereinfachen, Daten zu neuem Wissen zu vernetzen und die Grundlage für die Entwicklung neuer Dienstleistungen im Internet zu schaffen. In den Räumen des neu eröffneten Innovationszentrums in Berlin haben Besucher die Möglichkeit, interaktive Anwendungen und Prototypen zu den Ergebnissen der THESEUS-Forschung kennenzulernen.

► [www.theseus-programm.de](http://www.theseus-programm.de)

## Gründerwoche Deutschland 2010



Gründerwoche Deutschland  
15.-21. November 2010  
[www.gruenderwoche.de](http://www.gruenderwoche.de)

Deutschland ist eines von über 80 Ländern, das sich vom 15. bis 21. November 2010 an der Global

Entrepreneurship Week 2010 beteiligen wird. Ziel der Gründerwoche Deutschland 2010 ist es, junge Menschen für unternehmerisches, innovatives und kreatives Denken und Handeln zu begeistern. Unter Federführung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie wird die „Gründerwoche“ im Rahmen der Initiative Gründerland Deutschland durchgeführt. Damit die „Gründerwoche“ ein Erfolg wird, braucht sie die Unterstützung engagierter Partner wie Schulen, Hochschulen, Gründungsinitiativen, Unternehmen usw., die vor Ort nicht kommerzielle und kostenfreie Veranstaltungen durchführen.

► [www.gruenderwoche.de](http://www.gruenderwoche.de)

## Entrepreneurship-Professuren

Der Förderkreis Gründungs-Forschung e. V. hat eine aktuelle Liste mit Entrepreneurship-Professuren veröffentlicht. Darin enthalten sind insgesamt 78 Professuren an öffentlichen und privaten Hochschulen in Deutschland.

► [www.fgf-ev.de](http://www.fgf-ev.de)

## BMW i „Die Gründerhochschule“

Am kürzlich gestarteten BMW i-Förderprogramm „EXIST-Gründungskultur – Die Gründerhochschule“ beteiligen sich insgesamt 83 Hochschulen aus allen Bundesländern Deutschlands. Der neue Wettbewerb wird im Rahmen der BMW i-Initiative Gründerland Deutschland durchgeführt. Die Auswahl über die 20 besten Ideen-skizzen wird Mitte September 2010 getroffen.

► [www.exist.de](http://www.exist.de)

## LMU: Wie ticken Business Angels?

Wie Business Angels förderungswürdige Start-ups finden, aus welchen Gründen sie Finanzhilfen bieten und nach welchen Strategien sie diese anlegen, das untersucht das Entrepreneurship-Center der Ludwig-Maximilians-Universität. Die Analyse soll Anfang des nächsten Jahres erscheinen und wird im Rahmen einer Dissertation erstellt. Der Fokus liegt neben den persönlichen Strategien auch auf den Netzwerken und ihrem Nutzen für Investoren und Start-ups. Gesucht werden private Investoren, die sich die Zeit nehmen, einen Fragebogen online auszufüllen.

► [www.entrepreneurship-center.uni-muenchen.de](http://www.entrepreneurship-center.uni-muenchen.de)

## EXIST bei Wikipedia

In der freien Online-Enzyklopädie befindet sich ein Artikel über das BMW i-Förderprogramm EXIST. Autorinnen und Autoren sind herzlich eingeladen, an der Erweiterung des Artikels mitzuarbeiten.

► [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de) → EXIST (Förderprogramm)

## Finanzierungsmodelle für Gründungsinitiativen an Universitäten und außeruniversitären Forschungseinrichtungen

Im Rahmen von EXIST III wurden vielfältige Maßnahmen angeschoben, um die Gründungslehre und -beratung an Hochschulen zu verankern. Zum Ende der EXIST-III-Förderung stehen die Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen nun vor der Herausforderung, die vielfältigen Aktivitäten, die sich bewährt haben, finanziell und nachhaltig zu sichern.

Kühle Rechner, kreative Finanzierungsexperten und talentierte Verhandlungspartner brauchen Hochschulen und außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, um ihre Gründungslehre und -beratung nachhaltig zu sichern. Denn die dafür notwendige Finanzierung setzt sich aus einem Mix verschiedener Instrumente zusammen, die an Kapitalsuchende und -geber ganz unterschiedliche Herausforderungen stellt. Hinzu kommt: Die Einbindung regionaler Partner und ihrer kostenfreien Beratungsangebote erfordert jede Menge kommunikative Kompetenz. Die folgenden Beispiele zeigen allerdings, dass Hochschulen auch diese Anforderungen meistern können.

### Netzwerk-Angebote nutzen

Ein wichtiges Element im Rahmen der Förderung durch EXIST war und ist die Einbindung der Gründungsaktivitäten an Hochschulen in regionale Netzwerke. Die Kontakte, die dadurch zwischen den Hochschulen und regionalen Akteuren aufgebaut wurden, machen sich jetzt bezahlt, wenn auch nicht unbedingt in Euro und Cent. Die Universität Oldenburg nutzt für ihre Gründungsteams beispielsweise die Angebote der Business Angels Weser-Ems-Bremen. Dabei handelt es sich in der Regel um ehemalige oder noch aktive Unternehmerinnen und Unternehmer oder Führungskräfte, die junge, innovative wachstumsstarke Unternehmen mit Kapital, Know-how und ihrem persönlichen Netzwerk unterstützen. Im Gegenzug beteiligen sie sich an den neu gegründeten Unternehmen. Ihre Anteile verkaufen sie zu einem späteren Zeitpunkt gewinnbringend. Der Business Angel Verein vermittelt kostenlos zwischen Angel und Gründerteam. Wobei der Vermittlungsprozess Öffentlichkeitsarbeit, das Screening der Businesspläne, ein Screening-

Gespräch mit den Gründungsteams, Feedback und eine Vorbereitung auf die Präsentation sowie die Durchführung von Matching-Abenden beinhaltet. Deshalb bezeichnet Prof. Dr. Alexander Nicolai die Leistungen der Business Angels auch als ehrenamtlich: „Wir sehen in diesen ehrenamtlichen Angeboten ein großes Potenzial zur Sicherung der Nachhaltigkeit in der Gründungsunterstützung. Durch die starke Einbindung der Universität Oldenburg in die Netzwerke der Region ist es möglich, viele marktnahe Beratungsangebote für die Unterstützung akademischer Spin-offs zugänglich zu machen und Träger von Ehrenämtern in die universitäre Infrastruktur einzubinden.“

Engagiert und ambitioniert arbeitet auch der „Unternehmer Rat“ von UniKassel/Transfer an der Universität Kassel. Die etwa zwanzig Unternehmerinnen und Unternehmer aus der Region stehen den jungen Gründerinnen und Gründern mit kritisch-unternehmerischem Blick zur Seite und sind wichtige Partner bei der Ausarbeitung ihrer Geschäftsmodelle. Darüber hinaus profitieren die Gründungsteams von den Vertriebskanälen und persönlichen Kontakten. Die meisten der Unternehmer-Rat-Mitglieder sind Alumni der Universität Kassel und haben Elektrotechnik, Wirtschaftswissenschaften, Pädagogik, Politik, Jura, Ökologische Agrarwissenschaften, Sozialwesen oder auch Kunst studiert. Einige von ihnen haben bereits vor 20 Jahren ihr Unternehmen gegründet, das jüngste Unternehmerteam ist selbst vom Inkubator und dem Unternehmer Rat begleitet worden und war EXIST-Gründerstipendiat. Allen gemeinsam ist die Freude daran, ihre Erfahrungen weiterzugeben und Start-up-Unternehmen auf die Sprünge zu helfen. Dies geschieht

auf zweimal jährlich stattfindenden Veranstaltungen, auf denen die Gründungsteams ihre Vorhaben vor dem Unternehmer Rat präsentieren.

Das ist aber noch nicht alles, denn die Mitglieder des Unternehmer Rats stehen den Gründerinnen und Gründern nicht nur mit ihrem Erfahrungswissen zur Seite: Das Besondere ist, dass sie zudem einen jährlichen Obolus an den Inkubator von UniKasselTransfer entrichten. Die Höhe dieses finanziellen Beitrags bewegt sich im dreis- bis fünfstelligen Bereich und orientiert sich an der wirtschaftlichen Potenz des jeweiligen Unternehmens. Immerhin komme dadurch eine ansehnliche Co-Finanzierung für den Betrieb des Inkubators zustande, erklärt Jörg Froharth vom Inkubator Management von UniKasselTransfers. Er weiß auch, warum die Unternehmerinnen und Unternehmer nicht nur ihr Know-how zur Verfügung stellen, sondern sich auch finanziell engagieren: „Die Teilnehmer verfolgen mit ihrer Mitwirkung am Unternehmer Rat neben dem altruistischen Motiv, die Uni zu unterstützen, auch durchaus ein Eigeninteresse: nämlich neues Wissen aus der Hochschule für sich nutzbar zu machen. In der Vergangenheit sind auf diese Weise einige Kooperationen zwischen Unternehmen und Gründungsteams hervorgegangen.“ Mit der Aussicht auf neue Ideen und attraktive Kooperationsmöglichkeiten allein lassen sich allerdings noch keine engagierten und geeigneten Unternehmerinnen und Unternehmer für den Unternehmer Rat gewinnen. Wichtig für die Hochschule sei, so Jörg Froharth, ein klares Konzept, aus dem hervorgeht, welchen Stellenwert die Leistungen des Unternehmer Rats in der universitären Gründerbetreuung haben. „Wer Zeit und Geld in ein solches Angebot wie den Unternehmer Rat investiert, will sichergehen, dass sein Beitrag nicht einfach nur ‚nice to have‘ ist, sondern tatsächlich ein wichtiges Element der Gründungsberatung.“

Ob Unternehmer oder nicht: Die Alumni-Organisation auf- und auszubauen hält auch Prof. Dr. Dietmar Harhoff, Direktor des LMU Entrepreneurship Center (LMU EC) sowie Vorstand des Instituts für Innovationsforschung, Technologiemanagement und Entrepreneurship an der Ludwig-Maximilians-Universität München – zurzeit Visiting Professor an der Stanford Universität – für entscheidend, auch wenn im Allgemeinen erst einmal überhaupt kein Geldzufluss damit verbunden ist: „Das ist nicht das Einzige, was man von Alumni erwarten sollte. Sehr wertvoll sind vielmehr Sachleistungen von hoch qualifizierten und sehr professionellen Alumni, also beispielsweise Beratung bei Bewerbungsgesprächen für Studiengänge, Mitarbeit in Gremien und dergleichen. Das weitet auch den Blick in der Organisation, der dann sehr hilfreich ist für Fundraising und Förderprojekte.“ (Anm. d. Red.: siehe dazu auch Interview S. 22).

## Public-Public/Private-Partnership

Aus einer guten und vertrauensvollen Netzwerkarbeit können auch öffentlich-private Partnerschaften bzw. Public-Private-Partnerships entstehen. In Oldenburg zum Beispiel betreiben Kommune und Hochschule gemeinsam die Gründerwerkstatt „Venture Lab Oldenburg e. V.“. Die Wirtschaftsförderung der Stadt hatte dafür im Jahr 2006 das Konzept gemeinsam mit der Stiftungsprofessur für Entrepreneurship an der Universität Oldenburg entwickelt. Die Kommune hilft finanziell und organisatorisch, dass Räumlichkeiten für Studierende, Absolventinnen und Absolventen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Universität Oldenburg, der Fachhochschule Emden/Leer und der Jade Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth bereitstehen. Die Beratung im Venture Lab sowie die Coaching-, Betreuungs- und Qualifizierungsangebote im Vorfeld der Gründung übernehmen Mitarbeiter des Lehrstuhls.

Auch Dr. Wilhelm Bauhus, Leiter der Arbeitsstelle Forschungstransfer an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (WWU), setzt in Sachen „Existenzgründung“ auf gemeinsame Finanzierungsmodelle von Hochschulen und Kommunen: „Bei Finanzierungs- und Betreiber-Modellen gibt es ein gemeinsames Interesse von Kommune und Hochschule, denn junge Unternehmen, insbesondere, wenn sie aus der Hochschule kommen, tragen in ganz besonderer Weise zur Stadtentwicklung bei: Sie haben in der Regel eine hohe Überlebensquote am Markt und schaffen hoch qualifizierte Arbeitsplätze.“ Vor diesem Hintergrund haben die Stadt Münster und die WWU gemeinsam CeNTech, das deutschlandweit erste Zentrum für Nanotechnologie gegründet, in dem u. a. Gründungsprojekte unterstützt werden.

## Hochschuleigene Mittel

Bewährt hat sich auch die Private-Public-Partnership zwischen der Universität Siegen und verschiedenen kommunalen und öffentlichen Partnern. Gemeinsames Ziel ist es, das EXIST-Projekt „Die Unternehmer-Universität“ in vollem Umfang über die Projektlaufzeit hinaus fortzuführen. Derzeit befindet sich ein Entrepreneurship-Center im Aufbau, dessen Aufgabe es sein wird, die Unternehmer-Uni an der Hochschule nachhaltig zu verankern. Eine von insgesamt drei Personalstellen, die derzeit über EXIST III gefördert werden, wird dabei zukünftig von regionalen Netzwerkpartnern, genauer: den örtlichen Kreditinstituten, der Industrie- und Handelskammer und zwei Kommunen finanziert. Darüber hinaus wird die universitäre Gründungsförderung mit hochschuleigenen Mitteln fortgeführt. „Der Einsatz lohnt sich. Wir haben uns bereits in den letzten Jahren im Rahmen der von Prof. Dr. Jürgen Schmude an der Ludwig-Maximilians-Universität München erstellten nationalen

# FINANZEN

Rankings von Platz 49 auf Platz 14 der besten „Gründerunis“ nach ‚vorne‘ gearbeitet. Das sorgt für die zusätzliche Sichtbarkeit des Projekts: hochschulintern wie auch bei unseren externen Partnern“, so Kai Althoff, Leiter des Gründerbüros an der Universität Siegen.

Die starke regionale Partnerschaft und das hohe Commitment der Siegener Hochschule sorgen für erstklassige interdisziplinäre Forschung, Lehre und Coaching in den Bereichen Gründung, Nachfolge und „Unternehmertum im Unternehmen“ (Corporate E-ship). „Mit dieser Positionierung tragen wir zu wichtigen regionalen und überregionalen gesellschaftlichen Innovationen und zur Schaffung von Arbeitsplätzen bei“, ist Kai Althoff überzeugt.

Auch die Carl von Ossietzky Universität Oldenburg finanziert den Bereich der Gründungslehre zunehmend aus eigenen Mitteln. „Für die Hochschule ist die Gründungslehre mittlerweile ein wichtiger Bestandteil der beruflichen Qualifizierung und Karriereförderung, die dazu beiträgt, gemeinsam mit den regionalen Akteuren ein Umfeld zu schaffen, das unsere Absolventen motiviert, hier in der Region zu bleiben. Die Finanzierung von Personal aus Haushaltsmitteln bietet hohe Finanzierungssicherheit und ist ein sehr nachhaltiges Instrument zur Sicherung der Gründungsförderaktivitäten“, so die Einschätzung von Prof. Dr. Alexander Nicolai vom Institut für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftspädagogik an der Universität Oldenburg.

## Fundraising

Selbst wenn es für viele Hochschulen immer noch Neuland ist, nimmt das Interesse am Thema „Fundraising“ stetig zu. Während Mäzene für sehr große Beträge stehen und für Hochschulen ein seltener Glücksfall sind, sind Sponsoring und insbesondere Spenden eher an der Tagesordnung. Der Unterschied zwischen beiden ist: Beim Sponsoring stellen Unternehmer Geld oder geldwerte Vorteile zur Verfügung und erhalten dafür eine Gegenleistung. Die besteht in der Regel darin, dass die Namen der betreffenden Unternehmen öffentlichkeitswirksam genannt werden. Das bedeutet: Sponsoring

zielt der Öffentlichkeitsarbeit des Geldgebers. Das wechselseitige Geben und Nehmen in einem Sponsoringverhältnis wird in der Regel in einem Sponsoringvertrag festgelegt. Geld- oder Sachspenden erfordern dagegen keine Gegenleistung und keine vertraglichen Verpflichtungen. Sie können von Privatpersonen oder Unternehmen für spendenbegünstigte Zwecke geleistet werden und sind im Vergleich zum Sponsoring einfacher zu handhaben. Allerdings handelt es sich dabei auch eher um kleinere Einzelbeträge. Dies hängt nicht zuletzt mit steuerlichen Gründen zusammen: Sowohl Sponsoring als auch Spenden können zwar vom Geldgeber steuerlich geltend gemacht werden. Sponsoring-Aufwendungen können allerdings von Unternehmen als Betriebsausgaben geltend gemacht werden und sind im Vergleich zu Spenden in ihrer Höhe nicht beschränkt. Für die Hochschulverwaltung bedeutet dies, für eine sponsoren- und spendengerechte Rechnungslegung zu sorgen.

Erste Erfahrungen im Sponsoring hat der Gründungsservice der Technischen Universität Berlin gemacht: „Unsere Idee war es, verstärkt unsere Netzwerkpartner, also Kreditinstitute, Risikokapitalgeber, Gründerzentren oder auch Alumni einzubinden, um dadurch Mittel für Veranstaltungen zu akquirieren; beispielsweise, um das Catering, die Druckkosten für Programmflyer oder für den Katalog unserer Wanderausstellung zu finanzieren“, sagt Agnes von Matuschka, Leiterin des Gründungsservice an der TU Berlin. Im Gegenzug erscheint das Logo des Sponsors in der Einladung, im Programmflyer oder auch im Katalog. Mittlerweile wird zum Beispiel der Alumni.Angel.Abelnabend an der TU Berlin komplett über Sponsoren bestritten. Auch wenn sich die Beträge bislang nur im drei- bis vierstelligen Bereich bewegten, lohnte sich daher der Aufwand, Sponsoren zu akquirieren, so Agnes von Matuschka. Wobei man den Aufwand selbst für kleinere Beträge keinesfalls unterschätzen sollte: „Wir bereiten jede Kontaktaufnahme mit potenziellen Sponsoren sorgfältig vor und überlegen zunächst, welches Interesse der Sponsor an der jeweiligen Veranstaltung haben und wo sein Logo platziert werden könnte. Außerdem haben wir ein Akquisedokument entwickelt,

das wir unseren Sponsoren zukommen lassen. Daraus lassen sich der Zweck der Veranstaltung bzw. des Vorhabens, die Zielgruppe, die Zahl der zu erwartenden Teilnehmer, die Höhe des benötigten Betrags sowie der Werbeeffekt für den Sponsor erkennen.“ Zur Vorbereitung gehöre auch, die Rechnungslegung zu klären, um steuerliche Nachfragen zu vermeiden.

Aus der bisherigen Sponsoren-Arbeit haben die Berliner viel gelernt. Daher wagt sich der TU Gründungsservice nun auch an größere Kaliber heran. „Die TU wird uns ein sanierungsbedürftiges Gebäude für die Einrichtung von Gründerbüros zur Verfügung stellen. Für die Sanierung ist allerdings ein sechsstelliger Betrag notwendig, so dass es eine intensive und professionelle Vorbereitung braucht, um entsprechende Mittel zu akquirieren.“ Dabei fahren die Berliner zweigleisig und setzen nicht nur auf Sponsoring, sondern auch auf Spenden, so Agnes von Matuschka: „Neben Sponsoren, die sich mit fünf- oder sechsstelligen Beträgen an dem Vorhaben beteiligen und im Gegenzug öffentlichkeitswirksam mit dem Gebäude in Verbindung gebracht werden, möchten wir dieses Vorhaben auch dazu nutzen, eine Spender-Community aufzubauen. Insbesondere wollen wir dazu auf Alumni zugehen mit dem Ziel, mehrere kleinere Beträge einzuwerben und zugleich die Bindung zwischen Hochschule und Alumni zu stärken.“

### Fundraiser akquirieren

Bei einem Finanzierungsprojekt dieser Größenordnung baut die TU Berlin auch auf den Sachverstand eines externen Fundraisers. Dessen Aufgabe wird es u. a. sein, eine Strategie zu entwickeln, um die Merkmale für die infrage kommenden Spender bzw. Sponsoren festzulegen und deren mögliche Unterstützungsmotive zu identifizieren. Ganz aus den Händen geben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Gründungsservice damit das Thema Fundraising allerdings nicht. „Wir schaffen uns mit der neuen Strategie eine Art Geländer, damit wir bei unseren Fundraising-Aktivitäten auf einem realisierbaren Weg bleiben. Ganz wichtig ist auch eine sorgfältige Zeit- und Personalressourcenplanung, denn der Aufwand für die Vor- und Nachbereitung ist hoch.“ Dabei werden alle Aktivitäten in enger Abstimmung mit der Hochschulleitung durchgeführt. Mittlerweile haben die Berliner einen versierten Fundraiser gefunden. Gefunden haben sie ihn im Internet. Für die Auswahl haben sie sich Angebote und Referenzen von zehn professionellen Fundraisern zusenden lassen. Wichtigstes Auswahlkriterium: Erfahrungen im Hochschulbereich und gute Referenzen.

Ganz anders sind da die Mitarbeiter des Entrepreneurship Centers der Ludwig-Maximilians-Universität Mün-



chen (LMU-EC) bei ihrer Suche vorgegangen. „Wir sind auf wichtige Entscheidungsträger aus Sport und Kultur zugegangen, die uns zum Teil aus den LMU-Alumnikreisen vermittelt wurden. Der Grund dafür ist einfach: Nehmen Sie zum Beispiel den Sport. Wenn Sie sich anschauen, was der FC Bayern München macht, dann ist allein dieser Fußballverein den deutschen Universitäten sowohl beim Sponsoring als auch Merchandising einfach um Meilen voraus“, ist sich Prof. Harhoff sicher, der zusammen mit dem ehemaligen Unternehmer Andy Goldstein das LMU-EC leitet.

Der Kontakt zu einem professionellen Fundraiser kam für das LMU-EC dann zwar nicht über den FC Bayern, dafür aber über die Bayerische Staatsoper zustande. Bis das Sponsoring- und Fundraising-Konzept dann tatsächlich „stand“, waren mehrere Monate vergangen, in denen fünf bis sechs Hochschulmitarbeiter in Vollzeit damit beschäftigt waren. Dass sich dieser Aufwand und auch die Investition in einen professionellen Fundraiser lohnt, davon sind die Münchner überzeugt. Schließlich geht es nicht nur darum, geeignete Sponsoren zu finden. Dazu komme ein weiterer Punkt, so Dietmar Harhoff: „Ein Entrepreneurship Center an einer Universität muss natürlich darüber nachdenken, was es überhaupt anbieten kann. Wir wollen ja einem Sponsor keinen Einfluss auf unsere Prozesse einräumen. Genauso wie die Bayerische Staatsoper ihrem Sponsor nicht das Recht geben will, das Opernprogramm des nächsten Jahres zu bestimmen, wollen wir weder unser Forschungsprogramm noch unser Lehrprogramm durch den Sponsor bestimmen lassen. Wir wollen auch nicht für irgendwelche kommerziellen Marken werben, sondern wir suchen nach Partnern, die uns in unseren Zielsetzungen unterstützen können und die gleichzeitig dazu komplementäre Zielsetzungen haben. Das können Organisationen sein, für die das Thema Unternehmertum bedeutsam ist, so dass eine solche Sponsoren-Beziehung dann auch von der Außenwelt als natürlich wahrgenommen wird.“ Insgesamt müsse man sich, so Dietmar Harhoff, im Klaren darüber sein, dass es sich beim Fundraising nicht nur um

einen langwierigen Prozess handele, der durchaus zwei bis drei Jahre dauern könne, sondern auch um eine Daueraufgabe: Dazu braucht es professionelle Mitarbeiter an der Hochschule, die genau wissen, wie eine kontinuierliche Akquise aussieht und die Beziehung zu Sponsoren gepflegt wird.

### Öffentliche Fördermittel

So wichtig Finanzierungsinstrumente wie unentgeltliche Leistungen der Netzwerkpartner, Public-Private-Partnership oder auch Fundraising sind, nach Einschätzung von Dr. Frank Pankotsch von der Gründungsinitiative Dresden existieren sie immer nur den Status einer Co-Finanzierung behalten: „Ohne ein auch finanzielles Engagement der öffentlichen Hand lassen sich Gründungslehre und -beratung an Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen weder aufbauen noch im adäquaten Umfang erhalten. Dazu ist der Finanzierungsbedarf zu hoch.“ Auch wenn die Laufzeit der öffentlichen Förderung immer nur auf wenige Jahre befristet sei und den Gründungsakteuren das „Weiterhangeln“ von Programm zu Programm nicht erspart bleibe, ist und bleibt sie für Frank Pankotsch ein zentrales Finanzierungsinstrument.

So stellt beispielsweise der Freistaat Sachsen gemeinsam mit dem Europäischen Sozialfonds (ESF) Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen nicht rückzahlbare Zuschüsse „zur Förderung von Unternehmensegeist und innovativen Unternehmensgründungen aus der Wissenschaft“ bereit. Unterstützt werden damit Gründerinitiativen an Hochschulen und Forschungseinrichtungen sowie die Gründung innovativer Unternehmen. Als Anschlussfinanzierung für das ausgelaufene EXIST-II-Projekt an der TU Dresden habe sich die Landesförderung auf jeden Fall bewährt, so Pankotsch. In diesem Jahr würde auch das auslaufende EXIST-III-Projekt mit den außeruniversitären Forschungseinrichtungen davon profitieren. Auch wenn sich der Schwerpunkt der bisherigen Aktivitäten mehr in Richtung berufliche Qualifizierung ändern wird, um der Intention des ESF, die Beschäftigungschancen zu verbessern, zu entsprechen. „Letztlich bedeutet dies“, so Frank Pankotsch, „dass Hochschulen und Forschungseinrichtungen die Bereitschaft und notwendige Flexibilität haben müssen, sich den jeweiligen Zuwendungsvoraussetzungen öffentlicher Förderprogramme anzupassen, da diese häufig auf neue Ansätze und nur teilweise auf den Erhalt bewährter Maßnahmen abstellen.“

Dass es ohne öffentliche Förderung nicht gehen wird, davon ist auch Prof. Dr. Wagner, Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Potsdam, überzeugt. Das Land Brandenburg hat mit Mitteln des

Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) die Richtlinie „Technologietransfer“ aufgelegt. Die Förderung über diese Richtlinie ermöglicht es dem Brandenburgischen Institut für Existenzgründung und Mittelstandsförderung – BIEM e.V. seit 1. Juni 2010 im Rahmen eines Modellprojekts an der Universität Potsdam und der GO:INcubator GmbH im Wissenschaftspark Potsdam-Golm vier Stellen einzurichten sowie die notwendigen Sachmittel zu beschaffen. Ziel ist es, über einen Zeitraum von dreieinhalb Jahren die Zahl der EXIST-Gründerstipendiaten zu erhöhen. „Dies gilt aber nicht allein für Gründungen an der Potsdamer Hochschule“, so Dieter Wagner. „Das Gründungs-Know-how, das sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des GO:INcubators durch die Betreuung von Wissenschaftlern universitärer und außeruniversitärer Forschungseinrichtungen im Verlauf der EXIST-Förderphase erworben haben, soll nun allen neun Hochschulen im Land Brandenburg vor Ort zugute kommen.“ Neben der Betreuung von Gründerinnen und Gründern unterstützt die GO:INcubator GmbH auch Unternehmen, die am Wissenschaftspark Golm ansässig sind. Außerdem übernimmt sie Aufgaben des Standortmanagements sowie Maßnahmen zur Fachkräftesicherung und -qualifizierung. Die Leistungen sind für die Unternehmen und Forschungseinrichtungen kostenpflichtig, so dass die GO:INcubator GmbH darüber weitere Einnahmen erzielt und eine zusätzliche öffentliche Förderung erhält.“

### Weitere Informationen

- ▶ Stiftung Universität Hildesheim: Informationen zum Fundraising  
[www.uni-hildesheim.de](http://www.uni-hildesheim.de) → Stiftung
- ▶ Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft  
Wissenschaft und Hochschule  
[www.stifterverband.info](http://www.stifterverband.info)
- ▶ Bayerisches Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung. „Hochschul-Fundraising“ in: Beiträge zur Hochschulforschung, Heft 3, 30. Jahrgang 2008, München.  
[www.ihf.bayern.de](http://www.ihf.bayern.de)
- ▶ Bundesverband Public Private Partnership e. V. Arbeitskreis Wissenschaft  
[www.bppp.de](http://www.bppp.de)
- ▶ HIS Hochschul-Informationssystem GmbH  
Public Private Partnership in der Forschung – Neue Formen der Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft  
[www.his.de](http://www.his.de) → Hochschulentwicklung → Hochschulinfrastruktur
- ▶ Förderdatenbank des Bundes  
[www.foerderdatenbank.de](http://www.foerderdatenbank.de)

## „Die Unterstützung einer Gründungskultur an Hochschulen ist für viele Geldgeber attraktiv“

Dr. Patrick Roy ist Partner der auf Bildung, Kultur und Sport spezialisierten actori GmbH und Experte im Hochschul-Fundraising. Er hat Fundraising-Strategien für zahlreiche Hochschulen entwickelt und ist auch für die EXIST-Projekte der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Universität zu Köln aktiv.

**EXIST-news: Welche Art der Finanzierung verbirgt sich hinter dem Begriff „Fundraising“?**

**Dr. Roy:** Fundraising-Mittel sind Geld- oder Sachleistungen, die von Unternehmen, Stiftungen oder Privatpersonen an eine öffentliche Institution fließen mit der Absicht, die Institution in der Erfüllung ihrer formulierten Ziele zu unterstützen. Es handelt sich also nach unserem Verständnis nicht um ein staatliches Förderinstrumentarium. Fundraising-Mittel zielen auch nicht hauptsächlich auf die Förderung von Forschungsprojekten ab und unterscheiden sich insofern von den klassischen Drittmitteln, die viele Hochschulen ja schon seit langer Zeit einwerben.

Insgesamt bezeichnet „Fundraising“ die systematische Vorbereitung und Durchführung aller Maßnahmen, die zur Beschaffung solcher nicht staatlichen Mittel nötig sind. Dabei sollte man drei Bereiche unterscheiden: Erstens: die Gewinnung großer Mäzene, die Zuwendungen in außerordentlicher, meist mindestens siebenstelliger Höhe zur Verfügung stellen, durch die eine Hochschule als Ganzes profitieren kann. Der Geldgeber erwartet dafür in der Regel zwar keine Gegenleistung in gleicher Höhe, aber zumindest eine entsprechende Würdigung. Er möchte die Hochschule mit diesem Geld vor allem spürbar voranbringen.

Zweitens die Sponsoren-Akquise: Hier beruht das Verhältnis zwischen Unternehmen und Hochschule auf Gegenleistung. Die Hochschule erhält typischerweise finanzielle Mittel, um zum Beispiel Lehrveranstaltungen durchzuführen, ein Gebäude zu sanieren, Stellen für Gründungsberater zu finanzieren oder einen Lehrstuhl einzurichten. Im Gegenzug müssen damit aber konkrete Gegenleistungen der Hochschule verbunden sein, die dem Geldgeber zugutekommen und die für ihn insgesamt den selben Wert aufweisen wie seine eigene Leistung – sei es etwa durch die Bekanntmachung des Sponsors in diversen Medien, gemeinsame Veranstaltungen, Zugang zu Studenten und Gründern oder anderes.

Drittens schließlich besteht die Möglichkeit, kleinere Beiträge von Spendern und Stiftern zu akquirieren: Dieser Weg lässt sich auch als „Fundraising im engeren Sinne“ bezeichnen. Er führt im Erfolgsfall zum Zufluss – meist



Dr. Patrick Roy

geringerer – finanzieller Mittel für Aktivitäten, die sich oft stärker am Gemeinwohl orientieren. Auch in diesem Fall gibt es typischerweise einzelne Gegenleistungen seitens der Hochschule; allerdings sind diese vergleichsweise begrenzt und es handelt sich hauptsächlich um Würdigungen ideeller Art wie z. B. Danksagungen, Stifterbriefe oder regelmäßige Informationen über Projektfortschritte.

**EXIST-news: Sponsoren oder Spender verfolgen zwar einen guten Zweck – ihr Engagement bietet ihnen aber auch geldwerte Vorteile. Was sollten Hochschulen hierzu wissen?**

**Dr. Roy:** Private Geldgeber, die keine signifikanten Gegenleistungen für ihr Engagement erhalten, legen in der Regel besonderen Wert auf Spendenbescheinigungen, um ihr Engagement steuerlich geltend zu machen. Spendenbescheinigungen können nur ausgestellt werden, wenn die empfangende Institution mit den Mitteln gemeinnützige Ziele verfolgt. Um dies und auch die notwendige Transparenz über die Mittelverwendung sicherzustellen, empfiehlt sich die Gründung eines gemeinnützigen Vereins oder einer Stiftung. Die Gemeinnützigkeit ist allerdings gefährdet, wenn gegenüber Sponsoren signifikante Gegenleistungen gewährt werden. Ein geeigneter Lösungsweg ist daher die Kombination einer gemeinnützigen Einrichtung und einer Kapitalgesellschaft, beispielsweise einer GmbH, die für den wirtschaftlichen Geschäftsbetrieb und vor allem für die Akquise und Betreuung von Sponsoren zuständig ist, wohingegen die Zuwendungen an die Stiftung oder den gemeinnützigen

Verein fließen. Wir haben mit dieser Struktur für Hochschulen sehr gute Erfahrungen gemacht.

#### EXIST-news: Was können Hochschulen tun, um Geldgeber zu akquirieren?

**Dr. Roy:** Am Anfang sollte zunächst einmal die gründliche Analyse des jeweiligen Marktes für Fundraising stehen: Wo gibt es z. B. relevante potenzielle Kapitalgeber? Am Hochschulstandort? In der Region? Bundesweit? Oder gegebenenfalls auch im Ausland? Welche Branchen und Unternehmensgrößen kommen infrage? Darauf aufbauend und unter Berücksichtigung der eigenen Stärken und Möglichkeiten einer Partnerschaft muss ein fundiertes Fundraising-Konzept entwickelt werden: Wie lauten beispielsweise die Leitlinien der Hochschule im Fundraising? Was kann und will die Hochschule als Gegenleistung anbieten? Mit welchen Argumenten will sie auf potenzielle Geldgeber zugehen? Wie sollen Organisation und Kommunikation aussehen? Ganz entscheidend ist es dann in einem dritten Schritt, mit diesem Gesamtkonzept konsequent, zielorientiert und individuell vorbereitet auf die potenziellen Geldgeber zuzugehen.

Für all das ist es notwendig, ausreichend Ressourcen, Energie und Know-how bereitzustellen. Immer wieder sehe ich allerdings Hochschulen, die das Fundraising quasi nebenbei zu betreiben versuchen. Das übernimmt dann z. B. zusätzlich der ohnehin schon überlastete Alumni-Beauftragte. Alle Erfahrungen zeigen aber, dass das so einfach nicht funktioniert – zumal Fundraising für viele Hochschulen ohnehin noch Neuland ist.

Vertreter von Hochschulen müssen der Tatsache ins Auge sehen, dass Fundraising zunächst einmal eine Investition bedeutet. Wenn Hochschulen diese Startkosten nicht scheuen, wenn sie das Thema Fundraising nahe an der Hochschulleitung aufhängen und es mit erfahrenen Personen konsequent umsetzen, dann sind nach meiner Erfahrung meist schon innerhalb von 12 bis 24 Monaten signifikante Mitteleinwerbungen zu erwarten.

#### EXIST-news: Welche Kapitalgeber bzw. Sponsoren kommen Ihrer Erfahrung nach für Hochschulen infrage?

**Dr. Roy:** Für universitäre Gründungsinitiativen und die Entrepreneurship-Education sind vor allem Unternehmer oder ehemalige Unternehmer als potenzielle Geldgeber interessant – also Personen, die selbst erfolgreich gegründet und darüber hinaus vielleicht an der betreffenden Hochschule studiert haben. Diese Zielgruppe ist in der Regel leicht davon zu überzeugen, dass die Förderung von Unternehmertum an Hochschulen einem guten

Zweck dient, so dass sie mit einer Zuwendung etwas in einen Bereich geben, der für ihr Leben große Bedeutung hat.

#### EXIST-news: Gibt es darüber hinaus noch weitere Motive für ein Unternehmen, eine Hochschule zu unterstützen?

**Dr. Roy:** Ja! Solche Motive lassen sich aber schwer verallgemeinern – sie unterscheiden sich von Geldgeber zu Geldgeber und von Hochschule zu Hochschule. Die Formulierung passender, klarer Unterstützungsmotive für bestimmte Typen von potenziellen Geldgebern sollte denn auch ein zentrales Element in jedem Fundraising-Konzept sein. Eines aber lässt sich verallgemeinern, und die Europäische Kommission hat das in einer Studie zum Fundraising sehr treffend zum Ausdruck gebracht: „People do not give to people, they give to people with causes“. Das heißt, eine Hochschule muss sehr konkret und auch emotional überzeugend sagen können, wozu sie ein finanzielles Engagement genau benötigt. Für den Entrepreneurship-Bereich beispielsweise gibt es da eine ganze Menge von Gründen, aus denen sich die Hochschulen argumentativ bedienen können. Es ist doch schließlich spannend, eine brillante Idee wie die Entrepreneurship-Education zu unterstützen und damit auch unmittelbar positive gesellschaftliche Effekte auszulösen.

#### EXIST-news: Wie reagieren Geldgeber, wenn Hochschulen auch öffentliche Förderung in Anspruch nehmen?

**Dr. Roy:** Positiv, denn damit demonstriere ich als Hochschule, dass ich breit aufgestellt bin und alle Möglichkeiten der Finanzierung kenne und nutze. Außerdem fällt es mir leichter, einen Geldgeber zu motivieren, wenn ich ihm das Gefühl vermitteln kann, dass ich nicht allein auf sein Geld angewiesen bin.

#### EXIST-news: Wie wichtig ist es, Geldgeber zu halten?

**Dr. Roy:** Ein ganz elementarer Teil des Fundraisings ist es, Partner im Laufe der Zeit an die Einrichtung zu binden und Kontakt zu halten. Dazu gehört, immer wieder festzustellen, was Geldgebern an der Partnerschaft oder der Institution besonders gefällt, was sie stört, was sie motiviert. Wenn man weiß, wie aufwändig es ist, neue Partner zu akquirieren und wie viel leichter es ist, vorhandene Partner zu halten oder sogar zu einer Intensivierung der Partnerschaft zu bewegen, wird deutlich, warum bei einem kompetent betriebenen Fundraising für die Beziehungspflege so viel Zeit investiert wird. Das muss man natürlich in der Ressourcenplanung berücksichtigen.

Die Langfassung dieses Interviews finden Sie unter [www.exist.de/dialog](http://www.exist.de/dialog)

Von den Erfahrungen anderer lernen

## EXIST-Projekte, die sich bewährt haben

Vier Hochschulen haben das erfolgreiche POWeR-Netzwerk aufgebaut: Bielefeld, Dortmund, Paderborn und Münster. Gemeinsam haben sie das EXIST-Projekt „Patente Gründungen Westfalen Ruhr“ vorangetrieben. Dabei sind die Aufgaben klar verteilt: Die Universität Dortmund koordiniert den POWeR-Verbund und pflegt sehr gute Kontakte zur regionalen Wirtschaft. Die Universität Paderborn bereitet das Thema Existenzgründung vor allem für die Hochschulverwaltung auf. Die Bielefelder besitzen einen eigenen Business-Incubator. Und die Westfälische Wilhelms-Universität Münster ist im Wesentlichen für den Bereich Frühsensibilisierung und Kreativität zuständig. Die Zusammenarbeit wird auch über EXIST III hinaus bestehen bleiben. Der Grund: Die besondere Stärke des westfälischen Quartetts, auf die man auch in Zukunft setzt.

Insgesamt fördert das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Rahmen von EXIST III 46 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,

Absolventinnen 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.



Das Schloss – Hauptgebäude der Universität Münster

## Mit POWeR: Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Vor gut zehn Jahren hat alles begonnen: 1999 hatte die Westfälische Wilhelms-Universität Münster (WWU) den Wettbewerb „Gründerzeit“ des Landes Nordrhein-Westfalen gewonnen. Damit wurden die damaligen Gründungsaktivisten nicht nur erstmals an ihrer Hochschule als ernst zu nehmende Akteure wahrgenommen. Sie erhielten dank des Preisgeldes auch die Möglichkeit, Projekte anzuschieben. Einige Jahre später, 2006, bewarben sich die Münsteraner zusammen mit den Universitäten Dortmund, Bielefeld und Paderborn bei EXIST III. Mit Erfolg: Das gemeinsame EXIST-Projekt des POWeR-Netzwerkes „Patente Gründungen Westfalen Ruhr“ bekam den Zuschlag für eine dreijährige Förderung.

Dr. Wilhelm Bauhus, Leiter der Arbeitsstelle Forschungstransfer (AFO) an der Universität Münster, erinnert sich noch gut, wie es zu dem Gemeinschaftsprojekt des Netzwerks kam: „Das Thema Erfinden und Patentieren war ja

damals, 2002/2003, relativ neu. Zudem waren die politischen Erwartungen hoch. So dass wir gesagt haben: Wir brauchen ein Netzwerk aus mehreren Hochschulen, um zunächst Erfahrungen zu sammeln, um aus Fehlern zu

lernen und um aus dem Netzwerk heraus Prozesse zu gestalten. So entstand POWeR: ein Hochschul-Verbund, der auf freiwilliger Basis funktioniert – ganz ohne Satzung oder andere formale Regularien.“

Ziel der Münsteraner ist es, „Existenzgründung“ zu einem ganz normalen und selbstverständlichen Gesprächsthema an der Uni zu machen. Wichtige Voraussetzung dafür sei, dass man gegenüber den Studierenden auch die richtigen Worte finde, so Bauhus: „Wir wollen authentisch bleiben und nicht so ein abschreckendes Entrepreneurial-Kauderwelsch sprechen. Es ist doch so: Wer ein Unternehmen gründet, übernimmt damit Verantwortung für sich und andere. Und genau das stellen wir in den Vordergrund. Hinzu kommt, dass man als Unternehmer oder Unternehmerin wesentlich größere Gestaltungsspielräume hat als ein Angestellter, der sich vor jeder Entscheidung bei seinem Chef rückversichern muss.“ Diese Freude am Gestalten ist daher ein wichtiges Element in der Gründungslehre an der WWU. Sichtbares Zeichen dafür ist ihr Angebot an didaktischer Vielfalt und vielseitigen Lehrangeboten.

### Die WWU.Transferschule

Alle so genannten transferbezogenen Lehrangebote finden über die WWU.Transferschule statt. Die von der Arbeitsstelle Forschungstransfer (AFO) angebotenen Lehrveranstaltungen zu Forschungstransfer, Kreativitätstechniken, Patenten, Entrepreneurship sowie Soft Skills sind für den Bachelor akkreditiert und stehen Studierenden und Wissenschaftlern aller Fachbereiche offen. Die Veranstaltungen finden vor Ort an den verschiedenen Lehrstühlen statt. Mittelfristig soll das Angebot ausgebaut und auch für Master-Studierende und Doktoranden zur Verfügung stehen. Finanziert wurde die WWU.Transferschule übrigens nicht über EXIST, sondern vor allem über hochschuleigene Mittel. Allerdings räumt Wilhelm Bauhus ein: „Die Tatsache, dass wir überhaupt in der Lage sind und uns getraut haben, ein solches Bildungsangebot aufzubauen, liegt ausschließlich an Erfahrungen, die wir während der EXIST-Förderphase gemacht haben.“

Die Nachfrage seitens der Studierenden sei groß, auch wenn nur etwa dreißig Prozent der Teilnehmerinnen und Teilnehmer tatsächlich einen Gründungswunsch hätten, so Wilhelm Bauhus: „Die Teilnehmer, die die Angebote der Transferschule nutzen, sind sich vor allem darüber im Klaren, dass sie in jeder späteren beruflichen Situation einen ‚Schuss‘ Unternehmergeist brauchen. Und genau den bekommen sie hier, an der WWU Münster, vermittelt, und zwar vor allem mithilfe moderner Lehr- und Lernangebote wie e-Learning, podcasts oder Web 2.0-Formaten.“

Besonders stolz ist man an der WWU aber auf das so genannte Ideen-Mining: ein achtstündiger Kreativ-Workshop, in dem ein interdisziplinäres Team im Auftrag eines Unternehmens unter professioneller Moderation Ideen entwickelt, um Antworten auf dessen Probleme oder Fragestellungen zu finden. Das zehn- bis zwölfköpfige Team setzt sich aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des jeweiligen Unternehmens sowie Studierenden und/oder Wissenschaftlern verschiedener Disziplinen zusammen. Bei den Auftraggebern handelt es sich sowohl um kleine Unternehmen, deren Gründerinnen und Gründer ursprünglich aus der Uni kamen sowie mittlerweile um weltbekannte etablierte Unternehmen, die mithilfe des Ideen-Minings ihre Geschäftsideen weiterentwickeln möchten. „Dieses Angebot ist mittlerweile so attraktiv geworden, dass wir damit Einnahmen erzielen. Das heißt, die Auftraggeber zahlen dafür einen je nach Größe gestaffelten Betrag. Und die relativ hohen Einnahmen werden zu hundert Prozent in das Projekt reinvestiert, so dass wir es damit nachhaltig sichern.“

In diesem Sinne könnten sich Wilhelm Bauhus und seine Mitstreiter im POWeR-Verbund auch vorstellen, die vielen Ideen und Ansätze, die während der EXIST-Förderung entstanden sind, nachhaltig weiterzuführen. Z. B. durch die Gründung einer POWeR-School, die Qualifizierungsangebote für die regionale Wirtschaft zum Thema Wissenstransfer anbietet. „Eine solche Einrichtung würde Seminare, Kurse, Qualifikationsangebote anbieten, in denen die Fähigkeit zur Kooperation zwischen Wirtschaft und Wissenschaft im wahrsten Sinne des Wortes trainiert und die Organisation von Transferprozessen veranschaulicht wird. Das in einer POWeR-School für die Großregion Westfalen zu entwickeln, scheint mir ganz spannend und auch lukrativ zu sein, denn der Besuch der POWeR-School wäre natürlich kostenpflichtig.“

### Fächerspezifische Lehrangebote

Neben den fächerübergreifenden Angeboten in der WWU.Transferschule bieten auch einzelne Fachbereiche der Universität Münster Veranstaltungen zur Entrepreneurship-Education an. Wilhelm Bauhus: „Ich glaube, wir haben die bundesweit einzigartige Situation, dass wir im Fachbereich Chemie-Pharmazie kaufmännisches Management für Chemiker anbieten.“ Die Idee dazu wurde an die Universität Münster von der chemischen Industrie herangetragen. Dort hatte man festgestellt, dass es Chemikerinnen und Chemikern immer wieder im Beruf an betriebswirtschaftlichem Grundwissen fehle. Kurzerhand wurde an der Universität Münster eine Stiftungsprofessur „Betriebswirtschaftslehre für Naturwissenschaften, insbesondere der Chemie“ eingerichtet, die mit Professor Dr. Jens Leker besetzt wurde. Unter seiner Leitung steht auch das im Jahr 2000 entstandene Institut



Center for Nanotechnology, CeNTech

für betriebswirtschaftliches Management im Fachbereich Chemie und Pharmazie.

### **Beratung und Vernetzung**

Vor dem Sprung ins kalte Wasser bietet die WWU Gründerinnen und Gründern zudem an, ihr Gründungskonzept bewerten zu lassen. Vor allem der kaufmännische Aspekt steht dabei im Mittelpunkt. Dazu werden beispielsweise Studierende der Betriebswirtschaftslehre oder der juristischen Fakultät aufgefordert, sich das Konzept anzusehen. Für die Mitarbeit im Proof-of-Concept-Team können sich die Studierenden bewerben. Die Mitarbeiter der WWU entscheiden, wer für welches Gründungsprojekt eingesetzt wird. Die Studierenden haben dann zwei Wochen Zeit, sich mit der Gründungsidee und dem Businessplan auseinanderzusetzen und mit dem Gründungsteam zu diskutieren. Zum Abschluss wird gemeinsam über die zu verbessernden Punkte diskutiert.

Im Ergebnis wird den Gründerinnen und Gründern mitgeteilt, ob sich der Aufwand lohnt und ob Geld und Zeit sinnvoll investiert wurden. Und: Durch den Proof of Concept soll die Qualität der Anträge für ein EXIST-Gründungsstipendium erhöht werden. Darüber hinaus, so Wilhelm Bausch, führe man entschlossene Gründerinnen oder Gründer systematisch an ihre künftige Fachwelt heran. „Wir nehmen unsere EXIST-Gründungsstipendiaten und andere Gründungsteams auch gern zu Fachmessen oder anderen Gelegenheiten mit, um sich dort zu präsentieren und auch um nach außen hin zu

zeigen, dass wir als Hochschule hinter unseren Gründungsunternehmen stehen.“ Dabei kommen die meisten Gründerinnen und Gründer übrigens an der Universität Münster aus den Geowissenschaften. Ob Analytik oder Regionalentwicklung – die Geowissenschaftler und insbesondere die Geoinformatiker bilden in Münster offensichtlich die „Avantgarde“ der Gründerszene.

### **Mit „im Boot“: die Verwaltung**

Wie sehr die WWU hinter ihren Gründungsunternehmen steht, belegt der enge und gute Kontakt zwischen den Gründungsakteuren und der Hochschulverwaltung. Der Grund dafür sei das gemeinsame Ziel, so Bausch, möglichst viele Absolventen hier in der Region zu halten – entweder, indem sie hier in der Region ein Unternehmen gründen oder in diesen Unternehmen als Angestellte arbeiten. Der gute Draht zur Hochschulverwaltung ist dabei nicht zuletzt den mittlerweile weit über die rheinisch-westfälischen Grenzen bekannten Verwaltungs-Workshops zu verdanken, die im Rahmen des EXIST-Gemeinschaftsprojekts „Patente Gründungen“ entstanden sind. Verantwortlich für die Ausgestaltung der Workshops ist die Universität Paderborn – zugute kommen sie allen Hochschulen im POWeR-Verbund: „Die Verwaltungs-Workshops der Kollegen aus Paderborn im Rahmen von POWeR haben natürlich auch dazu geführt, dass sich die Hochschulverwaltungen in Sachen Gründungs-Know-how vernetzen und verbessern konnten. Da wurden zum Teil sehr komplexe Themen und Grauzonen aufgegriffen wie beispielsweise Hochschul-

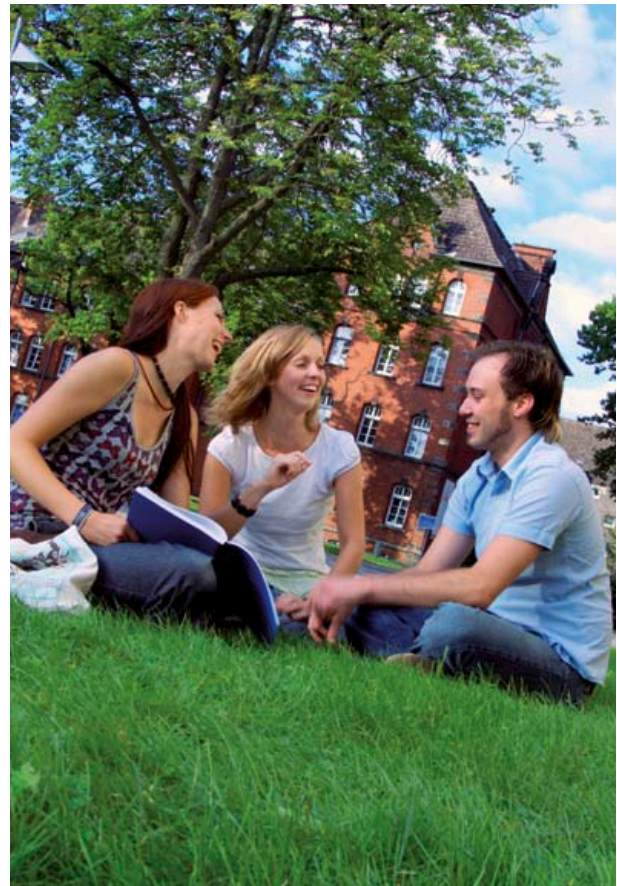
beteiligungen an Start-ups, der Umgang mit Erfindungen und andere verwaltungsjuristische Themen“, erläutert die Koordinatorin des EXIST-Projektes und derzeitige Gründungsberaterin an der WWU, Janita Tönnissen: „In den Workshops sind Verwaltungsmitarbeiter aus vielen verschiedenen Hochschulen in Deutschland zusammengekommen, um gemeinsam mit Experten, wie beispielsweise Fachanwälten für Verwaltungsrecht oder Hochschulvertretern aus dem Ausland, die Erfahrungen im Beteiligungsmanagement haben, über gründungsrelevante Fragestellungen zu diskutieren.“

### Partner: Kommune und Hochschule

Gute Erfahrungen in Sachen „Teamarbeit“ hat die Universität Münster nicht nur bei der Zusammenarbeit mit anderen Hochschulen gemacht. Gelungen ist es der Hochschule darüber hinaus auch, gemeinsam mit der Stadt Münster das deutschlandweit erste Zentrum für Nanotechnologie zu gründen: CeNTech hat u. a. das Ziel, Ausgründungen im Bereich der Nanotechnologie zu initiieren und Unternehmen in ihrem Wachstum zu unterstützen. Es handelt sich um ein typisches Public-Privat-Partnership-Modell, bei dem die Stadt Münster zusammen mit der Universität in das Gebäude und den Betrieb des Technologiezentrums investiert haben. Das Modell CeNTech ist so erfolgreich, dass Bauhaus auch weiterhin auf Public-Privat-Partnership-Modelle setzen wird: „Bei Finanzierungs- und Betreiber-Modellen gibt es ein gemeinsames Interesse von Kommune und Hochschule, denn junge Unternehmen, insbesondere wenn sie aus der Hochschule kommen, tragen in ganz besonderer Weise zur Stadtentwicklung bei: Sie haben in der Regel eine hohe Überlebensquote am Markt und schaffen hoch qualifizierte Arbeitsplätze.“ Dabei strebt Bauhaus mittelfristig auch die Zusammenarbeit mit anderen Kommunen in der Region an. „Die kommunalen Wirtschaftsförderungen lieben das Thema, und zwar nicht nur die Wirtschaftsförderungen in den Hochschulstädten. Es sollte uns daher auch mit der Zeit gelingen, das Gründungsgeschehen in die Fläche zu bringen und durch PPP-Modelle nachhaltig zu finanzieren.“

### Hochschulthema: Finanzierung

Überhaupt blickt Dr. Wilhelm Bauhaus beim Thema „Finanzierung“ ganz optimistisch in die Zukunft. „Es gibt doch viele verschiedene Finanzierungsquellen, die dabei helfen, die Gründungslehre und auch die Infrastruktur für Gründerinnen und Gründer zu sichern. Denkbar ist z. B. auch, in bislang ungenutzten Immobilien hier auf dem Campus Büros und Co-Working-Räume einzurichten, um eine kreative Atmosphäre zu schaffen, in der sich Ideen entwickeln lassen. Und warum soll die Hochschule diese Räumlichkeiten nicht an unsere Gründerinnen und Gründer vermieten?“



Studierende auf dem Leonardo-Campus in Münster

Zugutekommen könnten der Gründungskultur auf dem Campus in Zukunft auch ein Teil der Gelder, die die Universität seit Kurzem per Fundraising akquiriert: in erster Linie bei Alumni, die natürlich auch als Betreuer für junge Unternehmen oder Investoren in Betracht kämen. Geplant ist darüber hinaus die Gründung einer Fördergesellschaft, an der sich junge Unternehmerinnen und Unternehmer beteiligen könnten. Im Gegenzug würden sie von der Hochschule einen Benefit erhalten.

Berührungspunkte mit der Wirtschaft kennt man in Münster jedenfalls nicht. Im Gegenteil, so Bauhaus: „Ich denke, man sollte wissen, dass es immer eine unternehmerische und eine akademische Kultur geben wird. Diese Unterschiede sollte man respektieren und aus der Unterschiedlichkeit der Kulturen kreative Lösungen entwickeln.“

X

**Kontakt**

Dr. Wilhelm Bauhaus  
Westfälische Wilhelms-Universität Münster (WWU)  
AFO – Arbeitsstelle Forschungstransfer  
Robert-Koch-Straße 40  
48149 Münster  
bauhus@uni-muenster.de  
www.uni-muenster.de/afo

# Neuigkeiten

aus den EXIST-Netzwerken und -Projekten

## BMWi vergibt 500. EXIST-Gründerstipendium

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat im Rahmen von „EXIST – Existenzgründungen aus der Wissenschaft“ das 500. EXIST-Gründerstipendium an ein Team der Technischen Universität Dresden vergeben. Allein im vergangenen Jahr wurde mit 343 Anträgen und 200 Bewilligungen ein neuer Rekord aufgestellt. Dazu der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung, Ernst Burgbacher: „Das EXIST-Gründerstipendium wird gebraucht und ist attraktiv. Und noch besser: es zeigt Wirkung. Zwei Drittel der geförderten Vorhaben führen später tatsächlich zur Unternehmensgründung. 59 Prozent dieser Gründungen wären ohne die Förderung durch ein EXIST-Gründerstipendium gar nicht, 32 Prozent wären erst später erfolgt.“

► [www.exist.de](http://www.exist.de)

## Uni Bremen: Studierendenbefragung

Mit Unterstützung von EXIST III hat die Hochschulinitiative BRIDGE an der Universität Bremen eine Studierenden-Befragung zum Thema „Gründen aus der Hochschule“ durchgeführt. Danach gaben circa 60 Prozent der Befragten an, eine vage oder sogar schon konkrete Geschäftsidee für eine mögliche Unternehmensgründung zu haben. Die Frage „Können Sie sich vorstellen, ein eigenes Unternehmen zu gründen?“, beantworteten sogar mehr als 75 Prozent der Studierenden positiv. Weitere circa acht Prozent der Befragten sind bereits schon neben dem Studium selbständig.

► [www.bridge-online.de](http://www.bridge-online.de)

## Universität Freiburg: Gastgeber beim EXIST-Master-Cup

Bereits zum zwölften Mal seit 2003 veranstaltete das Gründerbüro der Universität Freiburg das Unternehmensplanspiel EXIST-priME-Cup. Diesmal fand der Wettbewerb mit Unterstützung der Sparkasse Freiburg Nördlicher Breisgau statt. Eines der Freiburger Teams konnte

dabei den ersten Platz gewinnen und ist damit auch beim Landesfinale in Stuttgart dabei. Der hohe Praxisbezug und die Umsetzung betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge in unternehmerisches Handeln hat den priME-Cup zu einem beliebten Angebot des Gründerbüros der Universität Freiburg gemacht.

► [www.exist-primecup.de](http://www.exist-primecup.de)

## EXIST-geförderte Gründungsteams gewinnen Preise

Mehrere EXIST-geförderte Gründungsteams an der Universität Erlangen-Nürnberg haben sich erfolgreich um diverse Gründerpreise beworben: Das durch EXIST-Forschungstransfer geförderte Gründungsteam CrystAL N hat den Gründerpreis der mittelfränkischen Sparkassen 2010 in der Kategorie „Konzept“ gewonnen. Im Rahmen des Hochschul-Gründer-Preises des Netzwerk Nordbayern haben die EXIST-Gründerstipendiaten der Metrilus GmbH und die Bezieher von EXIST-Forschungstransfer Agrolitix, jeweils den zweiten und dritten Platz belegt. Und das mit EXIST-Gründerstipendium geförderte Gründungsprojekt „Lumatix“ hat den BMWi-Gründerwettbewerb „Mit Multimedia erfolgreich starten“ gewonnen.

► [www.scientrepreneur.de](http://www.scientrepreneur.de)

## SCE kooperiert mit Fraunhofer-Gesellschaft

Bei der Entrepreneurship-Förderung legt das Strascheg Center for Entrepreneurship (SCE) an der Hochschule München Wert auf einen ganzheitlichen Ansatz: Neben der Hauptzielgruppe der Studierenden werden auch Schüler und Alumni in Motivations- und Qualifikationsprogramme eingebunden. Bei der neuen Partnerschaft mit der Fraunhofer-Gesellschaft geht es um den Nachwuchs: Das FHG-„My Talent“-Webportal für Schülerinnen und Schüler bietet aktuelle Informationen aus den MINT-Bereichen Technik und Naturwissenschaften sowie Expertenchats mit der Möglichkeit, selbst Fragen zu stellen. In diesem Portal können in der neuen Kategorie „Unternehmergeist“ auch Blogs von Gründungsteams verfolgt, Fragen an Unternehmer-Experten des SCE gestellt und Entrepreneurship-Beiträge gelesen werden.

► [www.mytalent-portal.de](http://www.mytalent-portal.de)

## Unternehmensgründungen im Förderzeitraum möglich

Die Gründung eines Unternehmens ist während der Förderung durch EXIST-Gründerstipendium zulässig. Zu beachten ist allerdings, dass es insbesondere in den Bereichen Finanzen und Kapazitäten nicht zu einer Vermischung zwischen dem geförderten Vorhaben und der wirtschaftlichen Tätigkeit des Unternehmens kommt.

Rechnungen, die beispielsweise für Sachmittel beglichen werden, dürfen nicht auf das gegründete Unternehmen ausgestellt sein, sondern müssen einen konkreten Bezug zum Vorhaben ausweisen. Gehaltszahlungen an die geförderten Personen im Gründerteam sind während der Förderung nicht zulässig.

## „Wenn man seinen eigenen USP<sup>1</sup> entwickelt hat, ist die Gefahr gering, dass jemand die Geschäftsidee kopiert.“

Wortreich und mit viel Phantasie beschreiben Weinhändler und Sommeliers das Aroma und den Geschmack von Weinen. Dass es auch einfacher und zugleich anschaulicher geht, zeigen Alf Jahn und Daniel Ackermann mit ihrer Geschmackssuchmaschine aromicon. Dort werden Weine mithilfe visueller Elemente beschrieben.

**EXIST-news:** Herr Jahn, Sie betreiben gemeinsam mit Daniel Ackermann eine Geschmackssuchmaschine für Wein. Wie kann man sich das vorstellen?

**Jahn:** Im Prinzip ist es ganz einfach: Wir visualisieren das, was über Weine geschrieben wird. Sommeliers nutzen in ihrer Charakterisierung von Weinen meist sehr bildhafte Vergleiche und sprechen von einem Hauch von Kirsche im Abgang, von Tabaknoten mit Spuren von Schokolade und so weiter. Und genau das setzen wir in eine Bildsprache um – beispielsweise mit einer Kirsche oder einem Stück Schokolade.

**EXIST-news:** Warum funktioniert Ihre Idee?

**Jahn:** Ich denke, das hat mit der menschlichen Entwicklung zu tun: Menschen haben sich lange Zeit an Bildern orientiert, eine differenzierte verbale Kommunikation entstand erst viel später. Auf der Messe „Pro Wein“ haben wir beispielsweise erlebt, dass die Zuhörer zwar zustimmend genickt haben, als ein Sommelier einen Wein beschrieb. Aber erst als wir unsere Bilder gezeigt haben, begann eine lebhafte Diskussion. Bilder sind viel emotionaler als Sprache. Das ist der große Vorteil. Und man kann sie viel schneller erfassen.

**EXIST-news:** Wem bieten Sie Ihre Weinbilder an? Wer sind Ihre Kunden?

**Jahn:** Wir bieten auf unserer Internetseite einen Service für Endkunden an, die sich hier über den Geschmack verschiedener Weine im wahrsten Sinne des Wortes ein Bild machen können und dann auf das jeweilige Weingeschäft verlinkt werden, wo sie den Wein ihrer Wahl bestellen können. Die Inhaber der Weinshops sind unsere Kunden.



Daniel Ackermann, Alf Jahn

Sie stellen ihre Weine auf unserer Internetseite ein und bezahlen uns pro Bestellung bzw. Verkauf eine Provision. Mittlerweile haben wir knapp 20.000 Weine von 15 Weingeschäften in unserer Datenbank. Im Grunde funktioniert das Ganze wie ein Marktplatz, auf dem sich mehrere Unternehmen präsentieren. Und wir bringen unsere Kunden und deren Endkunden zusammen.

**EXIST-news:** Wie kamen Sie auf diese Geschäftsidee?

**Jahn:** Das hat sich langsam entwickelt. Daniel Ackermann und ich haben uns ursprünglich auf Burg Giebichenstein, an der Hochschule für Kunst und Design in Halle, kennengelernt. Ich war dort als wissenschaftlicher Mitarbeiter beschäftigt und Daniel Ackermann schrieb gerade seine Diplomarbeit. Er hatte damals Multimedia Virtual Reality Design studiert und Projekte in der Vertiefungsrichtung

<sup>1</sup> USP – Unique Selling Point: Alleinstellungsmerkmal

Multisensual Design – beispielsweise zu Ausgussgeräuschen von Flaschen, dem Innengeruch von Autos und dem Klang von Industrierobotern – belegt. In diesem Spannungsfeld hat er sich sein Thema gesucht: „Visualisierung von Geschmack“. Also, wie kann man Geschmack sichtbar machen? Nachdem er mit Käse angefangen hatte, ist er dann ziemlich schnell auf Wein gekommen und hat darüber Dr. Klaus Epperlein, den Leiter des Instituts für Weinbauforschung in Freyburg und Mitarbeiter des Instituts für Agrar- und Ernährungswissenschaften an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg kennengelernt. Über die vielen Gespräche mit Dr. Epperlein und weiteren von ihm vermittelten Ansprechpartnern hat sich dann unsere Geschäftsidee herauskristallisiert.

**EXIST-news: Ausgewiesene Weinkenner waren Sie aber nicht, oder?**

**Jahn:** Da hat uns zum Glück Dr. Epperlein sehr unterstützt. Wir haben seine Vorlesungen gehört, haben mit ihm verschiedene Winzer besucht und sind auf Weinreisen gegangen. Außerdem hat er uns Wissenschaftler vermittelt, die sich mit Aromaforschung beschäftigen und vieles mehr.

**EXIST-news: Wie haben Sie sich auf Ihre Gründung vorbereitet?**

**Jahn:** Zunächst habe ich jede Menge Veranstaltungen des Hochschulgründernetzwerks UNIVATIONS besucht und anschließend das Gründerstipendium des Landes Sachsen-Anhalt beantragt: Das bedeutete über 40 Wochen jeweils einen Wochentag Fortbildung, Beratung und Coaching. Danach habe ich das EXIST-Gründerstipendium erhalten, so dass wir uns für verschiedene Fachthemen Coaches leisten konnten.

**EXIST-news: Wie haben Sie Ihre Coaches gefunden?**

**Jahn:** Das war nicht leicht. Das ist eben auch Teil des Prozesses: Man muss sich ein Netzwerk schaffen. Einen guten Coach haben wir z. B. durch den von ihm veröffentlichten Blog gefunden. Insgesamt wäre es allerdings sehr hilfreich gewesen, wenn wir auf eine Coach-Datenbank zurückgreifen hätten können, um nach spezialisierten Beratern und Coaches zu suchen. Den Allround-Coach gibt es leider nicht.

**EXIST-news: Sie haben versucht, Ihre Idee in den Markt zu bringen, beispielsweise im stationären Einzelhandel.**

**Jahn:** Das wollen wir immer noch, ist aber durch die Strukturen im Handel sehr zeitaufwändig. Wir bieten ein Orientierungs- und Leitsystem für den stationären Handel an, das vor Ort im Weinladen umgesetzt werden kann. Das bedeutet, es gibt zu jedem Wein im Regal eine Erläuterung durch unsere „Aromabilder“.



Website der aromicon GmbH

Wir versuchen darüber hinaus, Fuß in ausländischen Märkten zu fassen und hatten durch internationale Berichterstattung in den USA, Brasilien, Japan, Frankreich, Holland und Russland schon eine ganze Reihe von Anfragen. Jetzt geht es darum, das Geschäft zu konsolidieren. Und dazu brauchen wir Kooperationspartner, also z. B. ausländische Weinhändler, die ihre Weine und ihren Shop auf unserer Seite platzieren.

**Welche besonderen Herausforderungen mussten Sie während Ihres Unternehmensaufbaus überwinden?**

**Jahn:** Die Prioritätensetzung beim Marketing war nicht einfach, da unser Angebot sehr vielfältig einsetzbar ist: im Einzelhandel, mobil auf dem Handy, auf CD oder für die Schulung von Sommeliers und so weiter. Das sind ganz unterschiedliche Märkte mit ganz verschiedenen Zielgruppen. Die Frage war: Wen sprechen wir zuerst an? Wer bringt am schnellsten Umsatz? Da haben uns die Coaches den richtigen Weg gezeigt.

Außerdem ist es generell wichtig, die Kompetenzen aufzuteilen. Wenn ich eine neue Geschäftsidee habe, dann brauche ich eben Fachleute im Team für das eigentliche Geschäft, außerdem einen Betriebswirt oder Kaufmann, vielleicht einen Juristen, einen Vertriebler. Das muss alles irgendwie harmonisch sein. Also mussten wir uns die Fachleute aus unserem Netzwerk suchen, beispielsweise bei UNIVATIONS, das dafür ziemlich wichtig war.

**Zum Abschluss vielleicht noch einen Tipp?**

**Jahn:** Einfach gesagt: viel kommunizieren und wenig Angst haben, dass die Idee geklaut wird. Wenn man seinen eigenen USP entwickelt hat, ist die Gefahr gering, dass jemand die Geschäftsidee kopiert. Die Gefahr, dass man zu wenige Kontakte hat und zu langsam an den Markt kommt, ist viel größer.



## Universitäten führend bei Antragstellung

Insgesamt 248 Ideenskizzen wurden seit Januar 2008 von Forschungsteams aus Hochschulen, außeruniversitären sowie sonstigen Forschungseinrichtungen eingereicht, um sich für die Förderphase I von EXIST-Forschungstransfer zu bewerben. Bei den fünf Antragsrunden hatten dabei die Forschungsteams aus Universitäten eindeutig die Nase vorn: mit 191 eingereichten Ideenskizzen, wovon 51 Vorhaben durch die Jury zur Förderung empfohlen

wurden. Mit Abstand dazu lagen an zweiter Stelle die Institute der Fraunhofer-Gesellschaft. Sie hatten insgesamt 17 Ideenskizzen eingereicht, wovon drei Vorhaben durch die Jury positiv bewertet wurden. Eine Förderung erhielten darüber hinaus 14 Projekte von Forschungsteams an Fachhochschulen, außeruniversitären und sonstigen Forschungseinrichtungen.

## „Wir müssen unseren Businessplan fast wöchentlich umschreiben, weil alles viel schneller läuft als erwartet.“

Eine spezielle Kamera für die medizinische Diagnostik hat Dr. Eva Lankenau am BMO, dem Institut für Biomedizinische Optik der Universität zu Lübeck, entwickelt. Mit Unterstützung von EXIST-Forschungstransfer hat sie Anfang Januar 2010 gemeinsam mit Dr. Stefan Oelckers die OptoMedical Technologies GmbH gegründet. Das Unternehmen entwickelt sich in großen Schritten vorwärts und schreibt bereits schwarze Zahlen.

**EXIST-news:** Frau Dr. Lankenau, Sie haben eine so genannte universelle OCT-Kamera für die medizinische Diagnostik entwickelt. Wofür steht OCT?

**Dr. Lankenau:** OCT steht für Optische Kohärenz Tomographie. Es handelt sich dabei um ein neues nichtinvasives bildgebendes Verfahren, ähnlich wie in der Ultraschall-diagnostik. Gelegentlich wird sie auch als „Ultraschall mit Licht“ bezeichnet. Das Verfahren ermöglicht eine ultraschallähnliche Bildgebung menschlichen Gewebes mit einer Auflösung, die deutlich besser ist als bei Ultraschall. Im Unterschied zur Ultraschalltechnik ist die OCT aber ein berührungsloses optisches Messverfahren. Das bedeutet, man hat keine Sterilitätsproblematik, kann es in etablierte optische Geräte wie OP-Mikroskope oder Endoskope integrieren und stört somit den intraoperativen Workflow nicht.

**EXIST-news:** Wird das OCT-Verfahren bereits angewandt?

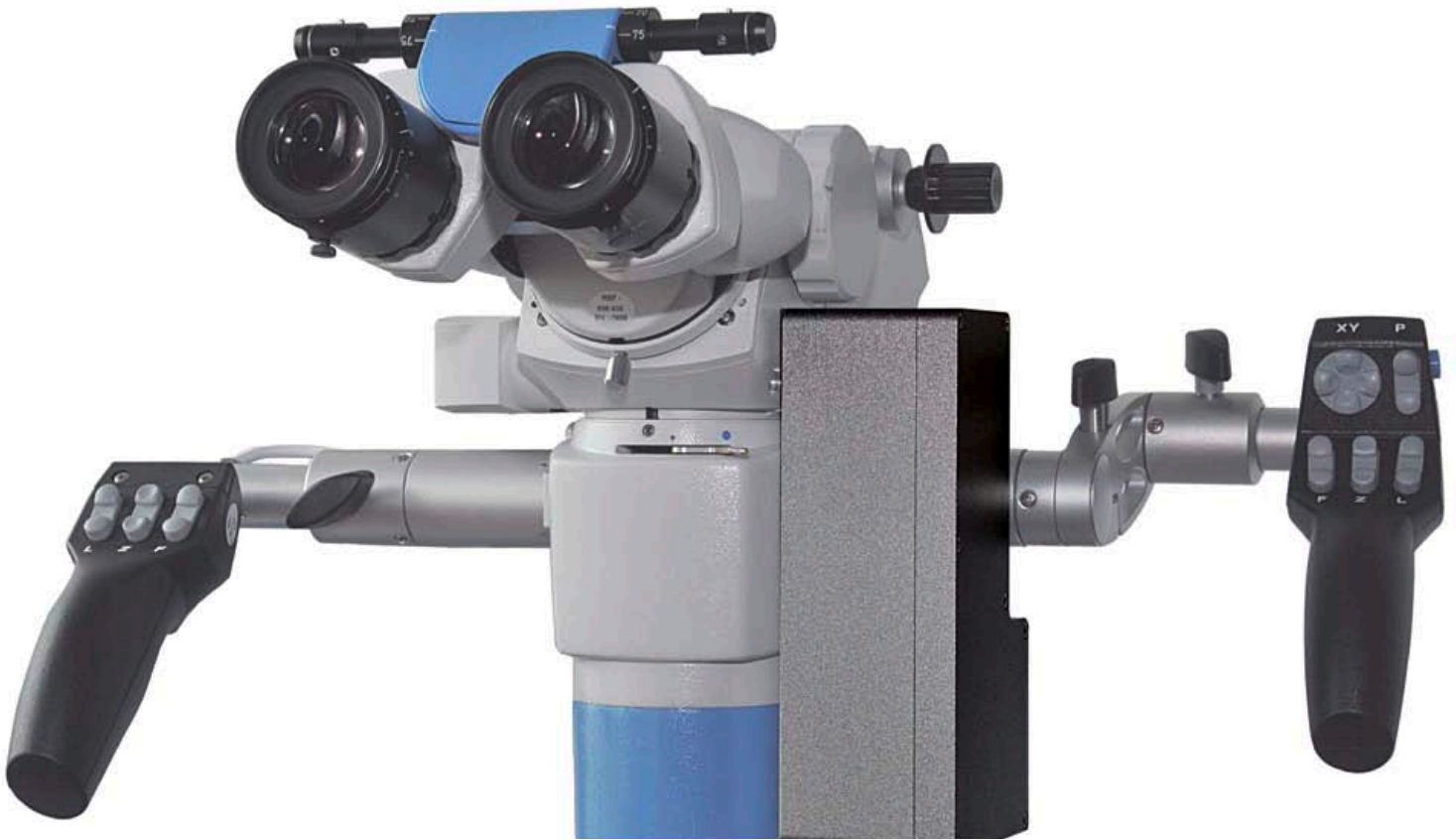
**Dr. Lankenau:** Ja, allerdings nur in der diagnostischen Augenheilkunde. Dort ist OCT ein etabliertes Verfahren, um beispielsweise Netzhautablösungen zu diagnostizieren. Es gibt aber eine Vielzahl möglicher weiterer Anwendungen: z. B. bei der Tumorerkennung in der Harnblase oder in den Stimmlippen. Außerdem lässt sich die OCT bei Operationen von Mikroimplantaten, beispielsweise im Innenohrbereich, als Navigationshilfe nutzen. Oder auch zur Qualitätskontrolle von mikroskopischen Eingriffen. Trotz der vielfältigen Einsatzbereiche außerhalb der Augenheilkunde gibt es aber bis heute keine geeignete Produktüberführung und Kommerzialisierung seitens der Industrie.

**EXIST-news:** Und das werden Sie ändern?

**Dr. Lankenau:** Ich hoffe es, denn immerhin vereinfacht der universelle Einsatz unserer Kamera die Anwendung des OCT-Verfahrens erheblich. Sie kann an bereits etablierte Medizingeräte wie OP-Mikroskope, Endoskope oder auch Kolposkope angeschlossen werden. Das funktioniert fast wie bei einer normalen Videokamera oder einem Fotoapparat, die mit einem standardisierten Kameraport verbunden werden. Das bedeutet, man muss nicht mehr für jede neue medizinische OCT-Anwendung ein komplett neues Gerät entwickeln und spart somit Entwicklungszeit und -kosten.

**EXIST-news:** Wie kam es zu der Idee?

**Dr. Lankenau:** Der Grundstein für das OCT-Verfahren wurde 1992 gelegt. Damals hat Professor Reginald Birngruber von der Universität Lübeck die Idee für das OCT-Verfahren vom Massachusetts Institut of Technology in Boston, dem MIT, nach Lübeck mitgebracht. Dort wurde dann unter der Leitung von Ralf Engelhardt die OCT-Arbeitsgruppe an der MLL, der Medizinischen Laserzentrum Lübeck GmbH, ins Leben gerufen. 2005 wurde das MLL zum großen Teil in ein Universitätsinstitut überführt. Heute leitet Dr. Gereon Hüttmann, unser Mentor, die OCT-Arbeitsgruppe am BMO, dem Institut für Biomedizinische Optik der Universität zu Lübeck. Ich selbst arbeite seit 1994 in der OCT-Arbeitsgruppe und habe im Anschluss an meine Promotion in Physik bereits diverse OCT-Funktionsmuster [Anm. d. Red.: Vor der Entwicklung von Prototypen lässt sich mit Mustern die Funktionalität medizintechnischer Verfahren testen.] für verschiedene medizinische



Universelle OCT-Kamera (rechts), angeschlossen an ein Operationsmikroskop

Anwendungen entwickelt und dabei immer interdisziplinär mit Partnern aus Medizin und Industrie gearbeitet.

**EXIST-news:** Die Kamera gab es damit aber noch nicht. Was gab den Anstoß zu deren Entwicklung?

**Dr. Lankenau:** Wir haben immer gehofft, dass die eine oder andere Entwicklung unserer OCT-Arbeitsgruppe von der Industrie kommerzialisiert würde. Aber unseren Industriepartnern war das Risiko zu groß, weil die OCT noch kein etabliertes Verfahren war. Also haben wir uns erstens überlegt, dass es ein OCT-Gerät für alle Anwendungen geben müsste, um zeitnah höhere Stückzahlen zu erreichen und um Entwicklungszeit und -kosten zu verringern. Und dass wir es zweitens selber entwickeln müssten, da hierfür ein langjähriges OCT-Know-how zwingend notwendig ist.

Statt immer wieder neue Funktionsmuster für die Industriepartner zu entwickeln, die von diesen letztlich nicht in Produkte überführt werden, kamen Gereon Hüttmann, Stefan Oelckers und ich zu dem Schluss, dass die Alternative ist, die Produktentwicklung in die eigenen Hände zu nehmen. Und mit der EXIST-Förderung wurde diese Idee überhaupt erst möglich. Im Rahmen von EXIST-Forschungstransfer Förderphase I konnten wir neben der universellen Auslegung unserer OCT-Kamera für uns entscheidend wichtige Lichtwellenleiter entwickeln und produkttauglich konfektionieren, um den intraopera-

tiven Einsatz der OCT ohne Beeinträchtigung des intraoperativen Workflow zu ermöglichen. Für mich lag der Hauptanreiz, ein eigenes Unternehmen zu gründen darin, dass ich, nachdem ich mehr als 15 Jahre in der OCT-Forschung gearbeitet hatte, auch die praktische Anwendung beobachten und daran teilhaben wollte. In dieser Situation war EXIST-Forschungstransfer genau das Richtige. Ohne diese Unterstützung hätten wir das Risiko, eine Firma zu gründen und unsere universelle OCT-Kamera zu entwickeln, nicht alleine tragen können.

**EXIST-news:** Sie haben Ihr Unternehmen mit Dr. Stefan Oelckers gegründet?

**Dr. Lankenau:** Ja, er ist auch Physiker und hat neben seiner Arbeit in der Entwicklungsabteilung über zehn Jahre Erfahrungen u. a. in der Produktüberführung gesammelt. Das ist auf jeden Fall ein enormer Vorteil, da er weiß, wie eine medizinisch-technische Firma strukturiert ist und welche betriebswirtschaftlichen und finanziellen Anforderungen erfüllt sein müssen. Ich habe vor allem den fachlichen Input dazu beigetragen und besitze auch viel Know-how, was die Kommerzialisierung von Forschungsergebnissen betrifft, da ich durch meine Arbeit am MLL und am BMO immer sehr industrienah gearbeitet habe. D. h., bei der Finanzierung über Drittmittel waren Finanzplanung oder Projektplanung immer auch Aufgaben desjenigen, der im Labor gestanden hat.

Jetzt sind natürlich noch neue Aspekte dazugekommen, beispielsweise das Thema „Rechtsformen“. Aber das sind keine großen Hürden. Mit solchen Themen haben wir uns z. B. über Fachvorträge und Seminare des Projektträgers Jülich vertraut gemacht. Das war für uns das i-Tüpfelchen im Rahmen der EXIST-Förderung, die für uns wirklich maßgeschneidert ist und die wir auch in den nächsten Monaten noch brauchen werden: Wir wollen dieses Jahr noch ein eigenes Qualitätsmanagement installieren und uns außerdem an Messen beteiligen. Das bedeutet, wir benötigen noch jede Menge Informationen und Beratung.

**EXIST-news: In welchem Stadium befinden Sie sich jetzt mit Ihrem Unternehmen?**

**Dr. Lankenau:** Die Entwicklung verläuft deutlich schneller als gedacht. Wir haben bereits erste Aufträge und Anfragen von medizintechnischen Unternehmen, einem Krankenhaus, aber auch von forschenden Ärzten. Außerdem erhalten wir spezielle Entwicklungsaufträge aus der Industrie. D. h., wir müssen unseren Businessplan fast wöchentlich umschreiben, weil alles viel schneller läuft als erwartet. Wir mussten sogar schneller als geplant unser Unternehmen gründen, weil die Nachfrage so groß war. Über die gute Entwicklung freuen wir uns natürlich, genauso wie übrigens auch über den Uni-Gründerpreis der Sparkasse zu Lübeck, den wir erst kürzlich erhalten haben.

**EXIST-news: Wie sieht es mit der weiteren Finanzierung aus?**

**Dr. Lankenau:** Einerseits erhalten wir EXIST-Forschungstransfer für unsere weitere Forschungsarbeit im Institut und unseren Unternehmensaufbau. Andererseits erwirtschaften wir mit unserem Unternehmen bereits Umsätze. Durch spezielle OCT-Entwicklungsaufträge aus der Industrie konnten wir sehr schnell für liquide Mittel sorgen. Wir bereiten zurzeit einen Forschungsantrag im Bereich Endoskopie über das ZIM-Förderprogramm vor und überlegen, ob wir Venture Capital beim High-Tech Gründerfonds beantragen sollen.

**EXIST-news: Besser kann es eigentlich nicht laufen. Verursacht das schnelle Wachstum auch Probleme?**

**Dr. Lankenau:** Ja, allerdings. Man muss schnell qualifiziertes Personal finden. Das kann man natürlich ganz klassisch über Inserate suchen. Noch besser sind aber persönliche Kontakte, beispielsweise über die Uni. Da sind wir gerade dran und lassen uns zum Beispiel Diplomanden empfehlen.

Die Räumlichkeiten reichen auch nicht mehr aus. Zum Glück haben wir uns frühzeitig im Multifunktionscenter in Lübeck eingemietet. Das ist ein öffentlich gefördertes



Dr. Eva Lankenau, Dr. Stefan Oelckers

Gebäude, das für Start-up-Unternehmen die passende Infrastruktur zur Verfügung stellt. Wir haben hier jetzt drei Räume mit der Option, noch ein, zwei weitere Räume dazuzumieten.

**EXIST-news: Wie geht es Ihnen als Unternehmerin?**

**Dr. Lankenau:** Noch erhalten wir ein regelmäßiges monatliches Einkommen, da wir bis Ende August über EXIST-Forschungstransfer finanziert werden. Ab September müssen wir natürlich auf eigenen Füßen stehen. Aber da bisher alles so gut gelaufen ist, mache ich mir da wenig Sorgen. Wenn die Entwicklung auch nur annähernd so bleibt wie in den letzten eineinhalb Jahren, stellt sich mir eher die Frage, wie wir schnell genug mit der Arbeit hinterherkommen. Was sich natürlich geändert hat, ist die Arbeitsbelastung. Die ist deutlich höher als vorher. Aber es macht trotzdem Spaß, selbst wenn wir am Wochenende arbeiten müssen. Zum Glück klappt es auch familiär: Ich bin verheiratet und habe einen zwölfjährigen Sohn, der aber zum Glück sehr selbständig ist.

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

**Dr. Lankenau:** Als Fazit würde ich sagen: Eigene Ideen und eigene Visionen selbstbewusst vertreten, geeignete Fördermittel beantragen und den Mut haben, diese Ideen auch zu verwirklichen.

**Kontakt**

OptoMedical Technologies GmbH  
 Dr. Eva Lankenau  
 Dr. Stefan Oelckers  
 Maria-Goeppert-Straße 1  
 23562 Lübeck  
 info@opmedt.com  
 www.opmedt.com

## „In den USA muss keinem Unternehmen erst erklärt werden, dass eine Universität ein wichtiger Partner sein kann.“

Prof. Dietmar Harhoff, Ph. D. ist Direktor des LMU Entrepreneurship Center (LMU EC) sowie Vorstand des Instituts für Innovationsforschung, Technologiemanagement und Entrepreneurship an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Er hat maßgeblich das Sponsoring- und Fundraising-Programm des LMU EC mitgestaltet. Seit Anfang 2010 ist er Gastprofessor an der Stanford University, Kalifornien, USA.

**EXIST-news:** Herr Professor Harhoff, welchen Stellenwert haben die Ausbildung und Betreuung von Gründerinnen und Gründern an amerikanischen Hochschulen?

**Prof. Dr. Harhoff:** Obwohl sich Stanford, Berkeley oder auch die Hochschulen an der Ostküste voneinander stark unterscheiden, ist allen Einrichtungen gemeinsam, dass sie in der Entrepreneurship-Ausbildung einen wichtigen Bestandteil des Curriculums sehen. Nicht nur aus volkswirtschaftlichen Gründen, sondern auch, um Studierenden Optionen für die Realisierung ihrer Lebensvorstellungen und Karrieren zu eröffnen. Dass diese Überzeugung auch an unseren Hochschulen inzwischen stärker greift, halte ich für sehr wichtig. Wir haben da in den letzten zehn Jahren infolge von EXIST und anderen Maßnahmen große Fortschritte gemacht. Aber die Hochschulen in den USA sind da schon weiter.

**EXIST-news:** Was können wir von den amerikanischen Hochschulen in Sachen Entrepreneurship-Ausbildung lernen?

**Prof. Dr. Harhoff:** In Deutschland wird oft gedacht, dass an US-Hochschulen eine zentrale Institution für die Ausbildung und Unterstützung von Gründern zuständig ist. Das geht an der Realität vorbei. Wenn Sie sich Stanford oder Berkeley oder das MIT anschauen, dann gibt es immer eine Vielzahl von Akteuren, die da zusammenwirken. In Stanford gibt es wichtige Einrichtungen in der School of Engineering und daneben in der Business School. Das Office of Technology Licensing ist ein weiterer Spieler. Manche Lehrstühle und Forschungslabore unterhalten ihre eigenen Kontakte zu Wagniskapitalgebern und Inkubatoren. Die Einrichtungen kooperieren zwar untereinander, arbeiten aber auch selbständig oder haben Fördermaßnahmen, die mit externen Partnern betrieben werden. Außerdem existieren erfolgreiche, privat betriebene Inkubatoren im Umfeld. Das ist tendenziell an großen deutschen Hochschulen nicht anders: dort gibt es üblicherweise Stellen in der Verwaltungsorganisation, die für den Technologietransfer und arbeitsrechtliche Aspekte zuständig sind, dann sind da noch Lehrstühle, die in Ausbildung und Forschung tätig sind; und letztlich dann Zentren für Entrepreneurship-Ausbildung und Gründerunterstützung. Die Heterogenität der Akteure ist also in den USA ähnlich wie bei uns, nur gehen wir vielleicht noch nicht sehr produktiv damit um.



In den USA gibt es natürlich auch schon länger Erfahrungen mit diesen Einrichtungen. Zudem werden Ausbildung und Unterstützung intensiver als bei uns betrieben.

**EXIST-news:** Und wie finanzieren amerikanische Hochschulen die Ausbildung und Betreuung von Gründerinnen und Gründern?

**Prof. Dr. Harhoff:** Stanford verfügt als private Hochschule über sehr viel Eigenkapital – das Endowment, also die finanzielle Ausstattung, betrug im Jahr 2009 12,3 Milliarden Dollar, und es wurden 640 Millionen Dollar an Spenden eingenommen. Etwa drei Viertel des Endowments der Universität ist für spezifische Projekte vorgesehen. In der Forschung nutzt die Universität natürlich – wie staatlich finanzierte Hochschulen wie Berkeley auch – öffentliche Fördermittel, um die es einen intensiven Wettbewerb gibt. Die Unterstützung von Gründern wird fast ausschließlich aus privaten Mitteln betrieben. So unterstützt die Kauffman-Foundation eine Vielzahl von Programmen an privat und öffentlich finanzierten Universitäten. Das Fundraising wird seitens der Hochschuleinrichtungen sehr professionell betrieben. Der Kontakt zu potenziellen Kapitalgebern wird entweder über eigenes qualifiziertes Personal der Hochschule oder über spezialisierte Dienstleister hergestellt. Als Sponsoren sind natürlich Branchenriesen wie Hewlett-Packard, Microsoft, Apple oder Google gefragt, da liegen die Hochschulen auch durchaus im Wettbewerb untereinander. Dass Stanford beim Einwerben dieser Mittel erfolgreich ist, lässt sich allein an den Namen der Gebäude ablesen – Gates, Hewlett, Packard, Allen und viele andere. Aber es gibt auch zahlreiche „kleine“ Spenden.

### EXIST-news: Wie gehen die Unternehmen mit den Fundraisern um?

**Prof. Dr. Harhoff:** Entspannt. In den USA muss keinem Unternehmen erst erklärt werden, dass eine Universität oder ein Entrepreneurship Center ein wichtiger Partner sein kann. Fundraising ist also eine selbstverständliche Aktivität – sowohl für die Hochschulen als auch für ihre potenziellen Geldgeber. Das heißt nicht, dass das Verhältnis zwischen einer Hochschule, die auf Eigenständigkeit achten muss, und einem Sponsor, der eigene Interessen verfolgt, ohne Spannungen ist. Da kommt es sehr wohl zu intensiven Diskussionen, gerade auch innerhalb der Universitäten. Hochschulen dürfen nicht zu verlängerten Werkbänken der Industrie werden – das ist auch in den USA unstrittig. Aber anders als in Deutschland versucht man immer wieder, gute Kompromisse zu finden. Wir sehen da in Deutschland ja die Eigenständigkeit der Hochschule schon bedroht, wenn ein Hörsaal nach einem Stifter benannt werden soll.

### EXIST-news: Was lässt sich in puncto nachhaltiger Finanzierung auf deutsche Hochschulen übertragen?

**Prof. Dr. Harhoff:** Sicherlich ist übertragbar, dass man Fundraising aktiv und langfristig betreiben muss. Es dauert eine Weile, bis eine Organisation steht, ein Fundraising-Plan entwickelt wurde und erste Gespräche mit potenziellen Geldgebern stattfinden. Interessant erscheint mir eine Fundraising-Komponente, die in Deutschland bisher noch kaum zum Zuge kommt. Das sind erfolgreiche Gründerinnen und Gründer, die irgendwann mit Geldgeschenken oder Stiftungen zu ihrer Universität oder ihrem Entrepreneurship-Center zurückkommen, wenn sie dort gute Unterstützung erfahren haben. Das ist viel wichtiger als die Lizenzeinnahmen, auf die sich Technologietransferstellen oft konzentrieren und die irrtümlich als große Einnahmequelle dargestellt werden. Ein Blick auf die erfolgreichen Technologietransferinstitutionen in den USA zeigt, dass das eine Fehleinschätzung ist. Das Lizenzierungsgeschäft liefert oft bestenfalls eine schwarze Null, aber keine großen Nettoerträge. Da hilft es dann auch nicht, wenn man den Gründern mit überzogenen Lizenzforderungen die Lust aufs Gründen verdirbt oder die Beziehung zur Hochschule nachhaltig stört. Hochschulen, die eine relativ große Zahl von Gründungen hervorbringen, können von den Start-ups langfristig profitieren, indem sie kleine Eigenkapitalpositionen aufbauen; aber mehr noch, indem sie gute Beziehungen zu den Gründerinnen, Gründern und zu den Investoren aufbauen und behalten. Dann kann man auch darauf hoffen, dass irgendwann etwas aus dem geschaffenen Wohlstand zugunsten von Forschung und Lehre in die Universität zurückfließt.

### EXIST-news: Wie stellen Sie sich die Zukunft der Entrepreneurship-Ausbildung an deutschen Hochschulen vor?

**Prof. Dr. Harhoff:** Wir sollten anstreben, dass solche Inhalte zum normalen Curriculum dazugehören. Interessierte Studenten sollten die Möglichkeit erhalten, Entrepreneurship-Kurse in ihr Ausbildungsprogramm integrieren zu können. Die Hochschulen sollten sich zwar keiner Missionierung zugunsten von Entrepreneurship verschreiben. Aber wir sollten uns schon von der Vorstellung verabschieden, dass Hochschule und Wirtschaftsleben klinisch steril voneinander getrennt werden können: hier die Universitas, die mit Wirtschaft nichts zu tun hat, und da draußen das private Unternehmertum, das einmal im Jahr die Absolventinnen und Absolventen am Tor der Universität abholt. Und das ist dann der gesamte Wissenstransfer, den die Hochschule leistet. Leider herrscht aber in den Köpfen vieler Akteure, sowohl in der Politik als auch in den Universitäten, immer noch eine solche Vorstellung vor.

Auch die Absolventen der Geistes- und Sozialwissenschaften arbeiten heute zu großen Teilen nach dem Studium in privatwirtschaftlichen oder öffentlichen Unternehmen. Selbst wenn das nicht der Fall ist – sozial motivierte Gründungen, im Sinne des Social Entrepreneurship, können ebenfalls davon profitieren, dass sie ihre Ziele effizient verfolgen und nicht alle Fehler wiederholen müssen, die andere schon vor ihnen gemacht haben. Ohne unternehmerische Kreativität wären Organisationen wie Greenpeace, Umweltverbände und andere NGOs nicht erfolgreich. Einige der kreativsten Ideen, die wir am LMU EC gesehen haben, kommen aus diesem Bereich, den wir jetzt auch intensiv ausbauen – dank einer finanziellen Unterstützung durch die BMW Stiftung Herbert Quandt. Auch deutsche Universitäten sind in komplexe gesellschaftliche und wirtschaftliche Kontexte eingebettet. Daraus ergibt sich die Herausforderung, die Beziehungen zu externen Akteuren konstruktiv zu gestalten und dennoch Eigenständigkeit zu bewahren. Aber während sich Hochschulen in den USA dieser Herausforderung regelmäßig stellen, scheuen wir in Deutschland noch häufig diese Diskussion. Wir verhalten uns da gelegentlich wie der Fuchs, dem die Trauben zu hoch hängen – also werden sie als sauer deklariert.

Die Langfassung dieses Interviews finden Sie unter [www.exist.de/dialog](http://www.exist.de/dialog)



## Literaturtipp

### Beteiligungen von Hochschulen an Ausgründungen

Das Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung hat im vergangenen Jahr im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie eine Studie über die Möglichkeiten und Anforderungen von gesellschaftsrechtlichen Beteiligungen durch Hochschulen an ihren wissenschaftlichen Unternehmensausgründungen (Spin-offs) erstellt. Basierend auf einer repräsentativen Umfrage bei Hochschulen, auf 13 Fallstudien mit Spin-offs und auf einem Rechtsgutachten, beschreiben die Autoren den Stellenwert von Ausgründungen hinsichtlich der Verwertung der Forschungsergebnisse deutscher Hochschulen.

Dabei stehen die Erfahrungen im Vordergrund, die Hochschulen mit Beteiligungen an Spin-offs haben, die Ziele, die sie damit verfolgen und die Bedingungen, unter denen sie sich an ihren Ausgründungen gesellschaftsrechtlich beteiligen.

Die Studie stellt die relevanten rechtlichen Grundlagen und die sich daraus ergebenden Herausforderungen an die Hochschulen bezüglich eines geeigneten Beteiligungsmanagements sowie dessen Vor- und Nachteile bzw. finanziellen Effekte vor und leitet daraus praktische und politische Empfehlungen ab.

#### Beteiligungen von Hochschulen an Ausgründungen

Dr. Marianne Kulicke, Dipl.-Wirtschafts-Ing. Joachim Hemer, Dipl.-Geogr. Friedrich Dornbusch  
Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI, Karlsruhe, Februar 2010.  
Die Studie wurde im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie erstellt.

Download der PDF-Kurzfassung:  
[www.isi.fraunhofer.de](http://www.isi.fraunhofer.de) → Competence Center und Geschäftsfelder → Politik und Regionen → Publikationen

Vertreter von EXIST-geförderten Einrichtungen können eine Langfassung anfordern bei:  
[christine.schaedel@isi.fraunhofer.de](mailto:christine.schaedel@isi.fraunhofer.de)

Eine Buchversion des Fraunhofer IRB Verlags erscheint demnächst.

## Termine

### Gründerwettbewerb „ERCIS Launch Pads“

Das European Research Center for Information Systems (ERCIS) an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster veranstaltet in Kooperation mit der Technologieförderung Münster GmbH das ERCIS Launch Pad. Der Wettbewerb richtet sich an Gründerinnen und Gründer mit Ideen für IT-Produkte oder -Services.

**Bewerbungsschluss?** 11. Oktober 2010

**Internet:** [www.ercis-launchpad.de](http://www.ercis-launchpad.de)

### BMWi auf der START Nordrhein-Westfalen

Das BMWi beteiligt sich an der Gründermesse START in Essen. Auf dem Messestand stehen Ansprechpartner zu Finanzierung, Förderung, Freien Berufen, Export und weiteren Themen zur Verfügung. Einen Überblick über Rechtsformen, Steuern, persönliche Absicherung usw. bietet ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm.

**Wann?** 24. – 25. September 2010

**Wo?** Messe Essen

**Internet:** [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de), [www.start-messe.de](http://www.start-messe.de)

### Gründerwoche Deutschland 2010

Veranstaltungen für junge Menschen rund um das Thema „Existenzgründung“ bieten Hochschulen, Verbände, Kammern u. a. während der Gründerwoche an. EXIST ist Partner der Gründerwoche Deutschland.

**Wann?** 15. – 21. November 2010

**Wo?** bundesweit

**Internet:** [www.gruenderwoche.de](http://www.gruenderwoche.de)

### BMWi auf der deGUT in Berlin

Das BMWi beteiligt sich an den deutschen Gründer- und Unternehmertagen in Berlin. Auf dem Messestand stehen Ansprechpartner zu Finanzierung, Förderung, Freien Berufen, Export und weiteren Themen zur Verfügung.

**Wann?** 29. – 30. Oktober 2010

**Wo?** STATION-Berlin

**Internet:** [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de), [www.degut.de](http://www.degut.de)

### IdeaLab! – Ideenaustausch zwischen Unternehmern und Studenten

Das IdeaLab! steht in diesem Jahr unter dem Motto „... and what's in your garage?!“ Es soll daran erinnern, dass auch die Anfänge von Global Playern wie Apple oder Google in den sprichwörtlichen Garagen der Gründerinnen und Gründer liegen.

**Wann?** 29. – 30. Oktober 2010

**Wo?** WHU-Otto Beisheim School of Management, Vallendar

**Internet:** [www.idea-lab.org](http://www.idea-lab.org)

### Investmentforum für EXIST und GO:Bio Gründungsteams

BMWi und BMBF führen gemeinsam ein Investmentforum für forschungsbasierte Unternehmensgründungen in den Bereichen Life Science, Lasertechnik, Materialwissenschaften und erneuerbare Energien durch.

**Wann?** 11. November 2010

**Wo?** Berlin

**Internet:** [www.exist.de](http://www.exist.de)

