

Vom Hörsaal in den Chefsessel

Die Studie „Gründungsradar“ hat untersucht, welche Fortschritte deutsche Hochschulen dabei machen, wissenschaftliches Know-how in Gesellschaft und Wirtschaft zu übertragen. Wirtschaft & Wissenschaft stellt junge **Start-ups** und ihre Erfolgsgeschichten vor – und zeigt, welche Rolle die Hochschulen bei der Gründung gespielt haben.

VON LARS KLAASSEN

Alle Erfolgsgeschichten fangen klein und unscheinbar an, auch die ganz großen. Aus ein paar Zigarrenkisten, Weißblech, einigen Eisenstücken und etwas isoliertem Kupferdraht baute etwa Werner von Siemens 1847 in einem Berliner Hinterhof seine ersten Zeigertelegrafen. Den bis dahin gebräuchlichen Apparaten waren sie dank elektrischer Synchronisation von Sender und Empfänger überlegen. Noch im selben Jahr gründete der 31-Jährige mit dem Universitätsmechaniker Johann Georg Halske eine Zehn-Mann-Firma. 146 Jahre später – im vergangenen Geschäftsjahr – verzeichnete die Siemens AG rund 362.000 Beschäf-

tigte, einen Umsatz von 75,9 Milliarden Euro und einen Gewinn nach Steuern von 4,2 Milliarden Euro.

Aus der Vielzahl solcher Gründungen entwickelte sich die Erfolgsgeschichte des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Die Kennzeichnung „Made in Germany“, im 19. Jahrhundert vom britischen Parlament im „Merchandise Marks Act“ als Warnung vor deutschen Produkten zum verpflichtenden Label erkoren, ist seit über 100 Jahren ein Verkaufsschlager. Nicht nur auf den großen, weltweit bekannten Konzernen, sondern vor allem auf dem Mittelstand basiert dessen Innovationskraft und damit seine ökonomische Stärke. >



DER BIERBRAUER

Start-up // St. ERHARD GmbH

Gründer // Christian Klemenz

Website // www.st-erhard.com

Blog // beerpreneur.wordpress.com

Inder mögen fränkisches Kellerbier. Es trifft mit seiner malzig-fruchtigen Süße genau den typisch asiatischen Geschmack. Das fand Christian Klemenz (27), gebürtiger Oberfranke, während eines Auslandssemesters in Indien heraus. Heute ist sein Bamberger Kellerbier St. ERHARD die einzige in Indien aktiv vermarktete deutsche Biersorte. Klemenz gründete das Start-up 2011 während des Studiums gemeinsam mit seinem indischen Kommilitonen Vikanshu Bhargava (27). Beide wollen St. ERHARD zur Flaggschiffmarke des deutschen Biers in Asien entwickeln. Das ehrgeizige Vorhaben startete 2012. Seitdem sind schon einige Container voller dickbäuchiger St.-ERHARD-Flaschen Richtung Mumbai oder Delhi geschippert.

Die Jungunternehmer setzen auf ein feines, süffiges Bräu in stylischen Flaschen, „all brewed and bottled in Bavaria“. Die Authentizität des Produktes zielt dabei nicht nur auf das gute Image ab, das deutsches Bier weltweit genießt. Christian Klemenz spricht von einer „echten Leidenschaft“ fürs Produkt als Schlüssel zum Erfolg. Die Bierkultur sei ihm seit Kindertagen vertraut, Oberfranken ist die Region mit der weltweit höchsten Brauereidichte. Dennoch sei der Weg zur eigenen Geschäftsidee mitunter weit. Klemenz entschied sich deshalb ganz bewusst für ein Masterstudium an der als Gründerhochschule bekannten HHL Leipzig Graduate School of Management (siehe Seite 19): „Der Gründergeist dort wird von einem starken, fast familiären Netzwerk erfolgreicher Entrepreneure getragen, das weit über das Studium hinausreicht.“

Die Start-ups von heute sind die starken Unternehmen von morgen. Der Ökonom Joseph Alois Schumpeter (1883–1950) sah in dieser Dynamik die „Kraft der kreativen Zerstörung“: Ihre Innovationen und frischen Ideen wirbelten die etablierte Wirtschaft immer wieder durcheinander und sorgen für eine Frischzellenkur. „Deutschland braucht mehr innovationsstarke Start-ups, denn demografiebedingt wird es hierzulande 2050 rund eine Millionen weniger Unternehmer geben“, sagt Marc Evers, Gründungsexperte des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK). „In den Schwellenländern hingegen stehen Millionen innovativer Unternehmen in den Startlöchern. Wenn wir also auch in Zukunft einen wettbewerbsstarken Mittelstand wollen, dann müssen wir dazu heute für mehr innovative Unternehmensgründungen sorgen.“

Dass es bereits jetzt an Gründungen in Deutschland mangelt, ergab eine Erhebung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi) im vergangenen Jahr: „346.400 Gründungen stehen 370.500 Liquidationen gegenüber.“ Es wurden also 24.100 weniger neue Unternehmen gegründet als im selben Zeitraum bestehende geschlossen. Dieser Rückgang resultiert laut BMWi „vor al-

lem aus der guten Lage am Arbeitsmarkt mit einer hohen Fachkräftenachfrage und weniger Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit“. Einen nachhaltigeren Effekt haben aber ohnehin andere Gründungen: „Vor allem Akteure, die ihr technologisches Fachwissen wirtschaftlich umsetzen, schaffen in einem beträchtlichen Umfang zukunftsfähige Arbeitsplätze“, erläutert Johannes Velling, für Gründungsfinanzierung zuständiger Referatsleiter im BMWi. „Das sogenannte Web 2.0 etwa wurde gerade von solchen Entrepreneuren getragen. Potenziale schlummern aber auch in anderen Bereichen, etwa bei Medizintechnik, Clean Tech oder Biotechnologie.“

An Know-how fehlt es in Deutschland nicht, aber an einer Kultur, dieses Potenzial unternehmerisch stärker zu nutzen. Wo solche Innovationen initiiert werden können, liegt auf der Hand: Insbesondere Hochschulen sind zentrale Produzenten von Wissen. „Eine Möglichkeit nutzbar zu machen, ist die Gründung eines neuen Unternehmens aus der Hochschule heraus“, sagt Andreas Schlüter, Generalsekretär des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft. „Studierende und Wissenschaftler entwickeln aus Forschungsergebnissen Ideen, die innovati-

ve Produkte hervorbringen können, die sie dann auf den Markt bringen. Gründungen aus Hochschulen sind deshalb ein wichtiger Mechanismus für den Wissens- und Technologietransfer.“

Doch wie gut unterstützen Hochschulen die Studierenden und Wissenschaftler bei ihren Gründungsaktivitäten? Wo schlummern noch ungenutzte Potenziale? Und was kann konkret noch besser gemacht werden? Das hat der Gründungsradar untersucht, eine Studie, die der Stifterverband mit Unterstützung des BMWi 2013 erstellt hat. Dafür wurden sämtliche Hochschulen in Deutschland kontaktiert. 54 Prozent nahmen daran teil, ihre Angaben wurden in der Studie erfasst. Der Gründungsradar stellt die unterschiedlichen Strategien und Erfolgsfaktoren in der Gründungsförderung umfassend und vergleichend dar und formuliert Empfehlungen an Politik und Hochschulen.

Großer Handlungsbedarf

„Die Förderung des Wissenstransfers aus der Hochschule in Wirtschaft und Gesellschaft wird zunehmend auch von den Hochschulen als eine zentrale Aufgabe wahrgenommen“, fasst Barbara Grave zusammen. Die Projektleiterin in der Wissenschaftsstatistik des Stifterverbandes ist verantwortlich für den Gründungsradar. In Zahlen sieht dieses Fazit so aus: 2012 flossen über 49 Millionen Euro in die Gründungsförderung; aus dem ersten 1998 eingerichteten Gründungslehrstuhl sind bis dahin über 100 geworden; im selben Jahr wurden 1.123 curriculare und 2.089 außercurriculare gründungsrelevante Veranstaltungen angeboten sowie 4.284 betreute Gründungsvorhaben und 1.145 Gründungen erfasst.

„Die Studie zeigt aber auch“, so Grave, „dass es trotz erfreulicher Entwicklungen in den vergangenen 15 Jahren nach wie vor großen Handlungsbedarf gibt.“ Trotz beachtlicher Fortschritte seien Wissens- und Technologietransfer

STRATEGIEN DER FÖRDERUNG

In der Studie „Gründungsradar“ vergleicht der Stifterverband die Gründungsförderung an deutschen Hochschulen. Welche Strategien verfolgen sie und wie binden sie das Thema in ihren Hochschulalltag ein? Welche Hochschule ist besonders aktiv? Darüber hinaus werden Beispiele guter Praxis vorgestellt und Empfehlungen formuliert, welche Förderimpulse seitens der Politik nötig wären. Der Gründungsradar wird in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie erstellt und ersetzt das bisherige Ranking „Vom Studenten zum Unternehmer: Welche Universität bietet die besten Chancen?“ Download auf: www.gruendungsradar.de





und insbesondere die Gründungsförderung noch nicht im Zentrum der Aktivitäten vieler Hochschulen angekommen. So liegt dort laut einer Stifterverbandsbefragung der Rektoren und Präsidenten die Priorität mit 82 Prozent auf Aktivitäten im Bereich Forschung und Lehre, mit lediglich zehn Prozent im Bereich Transfer in die Wirtschaft und mit sechs Prozent im Transfer in die Zivilgesellschaft (Hochschul-Barometer, 2012). An weniger als der Hälfte der befragten Hochschulen (40 Prozent) sind ein oder mehrere Gründungslehrstühle eingerichtet. Nur bei jeder vierten Hochschule ist die Gründungsförderung mit konkreten Strategien und Maßnahmen in den Zielvereinbarungen verankert und lediglich bei 13 Prozent ist sie im Aufgabenbereich eines Mitglieds der Hochschulleitung explizit und sichtbar verortet.

„Die Förderung einer Gründungskultur ist bei den weitaus meisten Hochschulen ein nachrangiges Ziel; Gründungsförderung zieht daher im Kampf um die Verteilung von Mitteln der Grundfinanzierung der Hochschulen meist den Kürzeren“, erläutert BMWi-Referatsleiter Velling. „Daher wurde 1998 mit EXIST ein ganz gezieltes Förderprogramm geschaffen, um mehr Gründun-

gen aus Hochschulen zu ermöglichen und die Gründungskultur zu stärken.“ Mit EXIST unterstützt das BMWi Hochschulabsolventen, Wissenschaftler und Studierende bei der Vorbereitung ihrer technologieorientierten und wissensbasierten Existenzgründungen. Darüber hinaus fördert EXIST eine lebendige und nachhaltige Gründungskultur an öffentlichen und privaten Hochschulen. „Wer sich um eine Förderung bewirbt, muss nachweisen, dass Gründungskultur ernst genommen wird“, betont Velling. „Entscheidend ist, dass sich der Präsident

oder ein Vizepräsident persönlich des Themas annimmt. Damit kann viel besser sichergestellt werden, dass die Maßnahmen zur Stärkung der Gründungskultur wirklich in die ganze Hochschule ausstrahlen. Vor allem aber muss eine ganzheitliche Gründungsstrategie der Hochschule erkennbar sein.“

Geförderte schneiden besser ab

Dass EXIST wirkt, spiegelt sich in den Ergebnissen des Gründungsradars wider: Hochschulen, die eine Förderung >

HOCHSCHULE MÜNCHEN

1. Platz „Große Hochschulen“ im Hochschulranking des Gründungsradars

Studierende // 17.000

Anzahl Gründungslehrstühle // 3

Betreute Gründungen 2012 // 13

Profil // Feste Verankerung des Themas „Gründungskultur“ durch das An-Institut Strascheg Center for Entrepreneurship
 // Aus- und Weiterbildungsprogramme im Bereich Entrepreneurship
 // Erforschung von Innovationsprozessen
 // Unterstützung von Gründungen aus der Wissenschaft (von der Ideenentwicklung bis zur marktfähigen Innovation)
 // Enge Kontakte zur regionalen Wirtschaft durch Netzwerke wie GründerRegio M



über das EXIST-Programm erhalten haben, schneiden besser ab als solche Hochschulen, die bisher noch nicht gefördert wurden. Insbesondere zeigt sich, dass an den geförderten Hochschulen die institutionelle Verankerung des Gründungsthemas und die Gründungssensibilisierung etwa in der Lehre besser vorangeschritten sind als in der Vergleichsgruppe. Ausgeprägter stellen sich die Unterschiede für die Hochschulen dar, die in der EXIST-IV-Förderphase erfolgreich waren: Entwicklung und Umsetzung einer hochschulweiten Strategie zur Gründungsprofilierung stehen hier im Mittelpunkt. Die teilnehmenden Hochschulen sind dazu aufgefordert, ihr Gründungsmanagement zu verbessern und sich als gründungsprofilierte Hochschule zu positionieren. Mit Ausnahme der Gründungsaktivitäten können die Teilnehmer in allen untersuchten Themenbereichen bessere Leistungen vorweisen als die Hochschulen, die nicht gefördert wurden. Doch auch bei jenen, die im Ranking ähnlich abgeschnitten haben, gibt es grundsätzliche Unterschiede. So betrachtet der Gründungsradar aufgrund der unterschiedlichen strukturellen Rahmenbedingungen die kleinen, mittleren und großen Hochschulen getrennt. Parameter ist die Zahl der Studierenden: bis zu 5.000, bis zu 15.000 oder mehr. Auf diese Weise lässt sich besser aus den Ergebnissen herauslesen, welche Hochschule mit welchen Stärken punktet.

Das beste Gesamtergebnis unter den großen Hochschulen hat die Hochschule München für angewandte Wissenschaften (HM) erhalten. Besondere Exzellenz attestiert der Gründungsradar ihr bei der Sensibilisierung der Studierenden und des wissenschaftlichen Personals: „Sie realisiert nicht nur ein quantitativ umfangreiches, sondern auch inhaltlich vielfältiges Angebot.“ So wurden dort im Rahmen von rund 70 Bachelor- und Masterstudiengängen während des Studienjahrs 2012/2013 44 curriculare und 38

außercurriculare Veranstaltungen mit unterschiedlichen Inhalten, Referenten und Formaten angeboten. Auch mit Darstellung und Zugang zur Gründungsförderung auf der Webseite ist die HM laut Gründungsradar „vorbildlich“, denn sie bietet „einen direkten und prominent platzierten Zugang zur Gründungsthematik“. Zudem verfügt die HM über drei Gründungslehrstühle. Zur Verbesserung und Etablierung der Entrepreneurship-Lehre ist die Hochschule München federführendes Mitglied in dem international besetzten Hochschulnetzwerk „Coneect“. Ziel von „Coneect“ ist es, Wissenschaftler und Professoren auf in-

ternationalem Niveau in der Entrepreneurship-Lehre auszubilden.

Daran, dass an einer Hochschule dieser Größe Aktivitäten in dieser Breite initiiert werden können, hat das Strascheg Center for Entrepreneurship gGmbH (SCE) großen Anteil. Dieses An-Institut der HM trägt den Namen des Unternehmers, der die Gründung 2002 über eine Stiftung ermöglichte. Das SCE ist durch Verträge eng an die Hochschule gebunden und sitzt direkt am Campus. „Wir sind eine kleine Einheit und können schnell und flexibel agieren“, erläutert Herbert Gillig, Leiter der Gründungsförderung des SCE. >

DIE FILMEMACHER

Start-up // Hausmarke.TV Filmproduktionen

Gründer // Christoph Lindemann, Björn Ahrend

Website // www.hausmarke.squarespace.com

Text ist out, Bewegtbild ist in: Firmen präsentieren sich und ihre Leistungen zunehmend mit professionell gedrehten Web-Videos. Die Filmproduzenten Björn Ahrend (l.) und Christoph Lindemann glauben, dass sich dieser Trend verstärkt. Hochwertige Filmproduktion sei durch die digitalen Entwicklungen und das Internet als Verbreitungskanal mittlerweile kostengünstig. Ahrend und Lindemann sehen vor allem beim Mittelstand Handlungsbedarf und gründeten 2013 speziell für diese Zielgruppe Hausmarke.TV Filmproduktionen.

Das Lüneburger Zwei-Mann-Start-up realisiert Image- und Produktfilme, Dokumentationen und Videoclips für das Mitarbeiter-Recruiting. Dabei setzen die Unternehmer auf dokumentarische Werbung: Sie kombinieren die Marketingziele des Auftraggebers mit einer journalistischen Arbeitsweise, drehen am Ort des Geschehens, lassen die Belegschaft statt Schauspielern agieren. Hervorgegangen ist Hausmarke.TV aus dem Innovations-Inkubator der Leuphana Universität Lüneburg (siehe Seite 19). Björn Ahrend war dort am Centre for Digital Cultures fest angestellt. „Wir konnten so Geschäftsidee, Businessplan und erste Referenzprojekte für Hausmarke.TV in einem sehr kreativen Umfeld mit finanzieller Absicherung entwickeln“, so Ahrend. Im Gegenzug erfüllt das Start-up genau das Ziel des Inkubators: Es hält zwei kreative Filmmacher in Lüneburg – und versorgt die heimische Wirtschaft mit guten Filmen.



FOTO: MICHAEL HERDEIN



FOTO: MARTIN KLINDTWORTH

LEUPHANA UNIVERSITÄT LÜNEBURG

1. Platz „Mittlere Hochschulen“ im Hochschulranking des Gründungsradars

Studierende // 8.000

Anzahl Gründungslehrstühle // 2

Betreute Gründungen 2012 // 48

Profil // Zentrale Koordinierungsstelle für das Thema Gründungen

// Gründungsbeauftragte in allen Fakultäten präsent

// Vernetzung durch Entrepreneurship-Hub als zentrale und fakultätsübergreifende Anlaufstelle für Gründungsinteressierte (Impulse für Forschung und Lehre, Beratung)



„Einerseits haben wir einen unmittelbaren Draht zu den Professoren, Studierenden und Einrichtungen der HM, andererseits fällt es uns leicht, enge Kontakte außerhalb dieser großen Organisation zu knüpfen.“ Zu den externen Partnern gehören Entrepreneurship-Zentren anderer Hochschulen in der Region ebenso wie Unternehmen. Ansprechpartner finden Gründer zudem in Netzwerken wie GründerRegio M und MunichNetwork, wo die HM ebenfalls aktiv ist. Der direkte Draht in die unternehmerische Welt zeichnet

laut Gründungsradar übrigens viele Fachhochschulen aus.

Stefan von Czarnecki, Niederlassungsleiter der RLE INTERNATIONAL Gruppe in München, sieht im Austausch mit der Hochschule München eine Win-win-Situation: „Wir bringen unser Know-how bei Gründerveranstaltungen ein und bekommen von den Teilnehmern wertvolle und frische Impulse.“ Das geschieht zum Beispiel im Co-Creation-Camp des SCE, einem Programm zur Lösung strategischer Fragestellungen und zur Vermittlung von unternehmerischem Denken und Handeln. Dabei

arbeiten Teams an realen Problemstellungen aus dem Businessumfeld. „Als Manager setze ich mich mit neuen und vor allem auch branchenfremden Sichtweisen auseinander und komme natürlich auch in Kontakt mit interessanten Charakteren und High Potentials“, so von Czarnecki. „Umgekehrt haben Studierende der HM bereits den Weg zu RLE gefunden, einer der jungen Kollegen wird sich in den nächsten Tagen zu einem halbjährigen Aufenthalt zu unserer Tochterfirma in den USA aufmachen.“ >

TIPPS FÜR GRÜNDER

„Rausgehen und darüber sprechen“

Wie können Akademiker das Gründungspotenzial ihres Know-hows erkennen?

Einfach ausprobieren! An vielen Hochschulen bieten heute Gründungsinitiativen den Studierenden und Wissenschaftlern in verschiedensten Veranstaltungen die Möglichkeit, ihr persönliches Gründerpotenzial zu entdecken und eigene Geschäftsideen zu entwickeln. Und die Gründungsinitiativen geben oft bewusste Anstöße zum Nachdenken: dresden|exists geht zum Beispiel mit Potenzialworkshops gezielt in die Forschergruppen. In einem kreativen Workshop-Format überlegen wir mit den Wissenschaftlern und externen Experten, welche Anwendungsszenarien und Geschäftsmodelle sich aus den Forschungsergebnissen ergeben könnten.

Was hält potenzielle Gründer davon ab, den entscheidenden Schritt zu wagen?

Das eigene Unternehmen ist letztlich nur ein möglicher Karriereweg – wenn auch ein sehr spannender. Viele Wissenschaftler wollen lieber Forscher bleiben. Absolventen werden von großen Unternehmen umworben. Aber auch für die, die gründen wollen, gibt es Hindernisse. Die beiden größten haben sich in den vergangenen Jahren leider wenig verändert: Es gibt weiterhin zu wenige Geldgeber, die eine Gründung mit all ihren Risiken finanzieren. Und noch immer wird in der Gesellschaft Unternehmertum eher kritisch gesehen. Es gibt keine ausgeprägte Gründungskultur, in der auch ein Scheitern als Bereicherung und nicht als lebenslanger Makel gesehen wird.

Welche Fähigkeiten benötigen Gründer über ihr Fachwissen hinaus?

Fachwissen ist häufig der Ausgangspunkt für eine Geschäftsidee. Für die Umsetzung braucht es aber weitere Zutaten: Engagement und Durchsetzungsvermögen sowie ein Grundwissen im kaufmännischen Bereich. Letzteres kann man sich in Seminaren aneignen, wie wir sie bei dresden|exists etwa als



FOTO: FRANK GRAETZ


Frank Pankotsch ist Geschäftsführer des Gründungs-Centers Dresden exists.

Tagesworkshops zu Themen wie Buchhaltung oder Vertrieb anbieten. Persönliche Fähigkeiten wie zielorientiertes Handeln oder Präsentationsgeschick kann man ebenfalls trainieren. Gründer sollten ihre Fähigkeiten frühzeitig kritisch hinterfragen und ihr Team gegebenenfalls gezielt verstärken. Auch dabei helfen Gründungsnetzwerke wie dresden|exists.

Welche Rolle spielen fachlicher, unternehmerischer und marketingorientierter Austausch?

Austausch mit anderen ist aus meiner Erfahrung einer der zentralen Erfolgsfaktoren für eine Gründung. Leider scheuen sich viele Gründer, frühzeitig rauszugehen und über ihre Idee zu sprechen, weil sie Angst vor Nachahmern haben. Das Risiko, dass man wegen fehlendem Input von Experten und potenziellen Kunden in die falsche Richtung läuft, ist aber deutlich größer als die Gefahr durch eine Kopie der Geschäftsidee. Mit dem Gründerfoyer bietet dresden|exists daher eine Plattform für den Austausch. Mit rund 500 Besuchern ist es inzwischen die größte gründungsbezogene Veranstaltung in der Region Dresden. Hier können erfahrene Unternehmer und junge Gründer nicht nur untereinander ins Gespräch kommen, sondern auch den Rat von erfahrenen Experten wie Kapitalgebern oder der IHK einholen.

Inwiefern kann eine ausgeprägte Gründerkultur an Hochschulen sich positiv auf die Region auswirken?

Ausgründungen aus Hochschulen siedeln sich meist am Standort der Hochschule an. Davon profitiert die Region auf vielfältige Weise: Junge Unternehmen stärken die Wirtschaftskraft, es entstehen neue Arbeitsplätze, meist für Hochqualifizierte. Vor allem aber werden die klugen Köpfe in der Region gehalten. Und durch die Nähe zur Hochschule können leicht neue gemeinsame Forschungsprojekte umgesetzt werden, die wiederum zu neuen Produkten und neuer Wirtschaftskraft führen. 

INTERVIEW: LARS KLAASSEN

Kapital für gute Ideen

Einer der häufigsten Gründe, warum potenzielle Gründer den Schritt in die Selbstständigkeit nicht wagen, ist die **Finanzierung**. Welche Möglichkeiten gibt es, Startkapital zu akquirieren? Ein Überblick.

Finanzierungsarten

Auf dem freien Markt gilt Gründungsfinanzierung – dort als *seed capital* bezeichnet – als die riskanteste Anlageform und ist für Start-ups dünn gesät. Wer dennoch einen Teil seines Startkapitals auf diesem Weg akquiriert, sollte darauf achten, dass die Liquidität des Unternehmens dadurch in der Anfangsphase nicht belastet wird.

Bei der Akquise von Startkapital spielen häufig *business angels* eine zentrale Rolle: erfolgreiche Gründer oder erfahrene Unternehmer, die aufgrund ihrer langen Berufstätigkeit über wichtige Managementenerfahrung und gute Kontakte verfügen.

Eine Alternative oder Ergänzung zur Gründungsfinanzierung ist häufiger *corporate venture capital* (CVC): Kapital, das nicht aus dem Finanzsektor, sondern von anderen Unternehmen stammt, etwa einer Muttergesellschaft. Diese schafft eigene Strukturen, um nach Art einer Wagniskapitalgesellschaft aus strategischen und/oder finanziellen Gründen in neue, noch unbekannte Geschäftsideen, Technologien und Geschäftsmodelle zu investieren, die innerhalb oder außerhalb der Muttergesellschaft entstanden sein können.

Beim *crowdfunding* finanzieren Einzelpersonen meist kleine Beträge in Projekte oder (Geschäfts-)Ideen, zumeist in Form von stillen Beteiligungen. Die Masse der Einzelbeiträge kann sich dabei zu beträchtlichen Beträgen aufsummieren. Auf verschiedenen Internetplattformen

wie Sciencestarter werben Akteure für ihre Idee, um potenzielle Investoren davon zu überzeugen.

Wer fördert?

Mit der Förderdatenbank des Bundes im Internet gibt die Bundesregierung einen umfassenden und aktuellen Überblick über die Förderprogramme des Bundes, der Länder und der Europäischen Union. Als Bank im Eigentum der Bundesrepublik Deutschland ist es gesetzlicher Auftrag der KfW, Entwicklung und Fortschritt zu fördern. Unter anderem berät sie Gründer und hat für diese verschiedene Förderprogramme aufgelegt. Häufig vereinfacht die KfW die Kreditgewährung, indem sie etwa einen Teil der Haftungsrisiken übernimmt. Bei bestimmten Förderprodukten sind es aktuell bis zu 80 Prozent des Kreditrisikos.

Explizit in junge, innovative Start-ups aus dem Hochtechnologiebereich investiert der High-Tech-Gründerfonds. Er wurde auf Initiative des Bundeswirtschaftsministeriums gegründet. Neben dem BMWi und der KfW haben sich auch mehrere Industrieunternehmen daran beteiligt. Der Public-private-Partnership-Fonds hat ein Volumen von 272 Millionen Euro.

www.business-angels.de
www.crowdfunding.de/plattformen
www.foerderdatenbank.de
www.kfw.de
www.high-tech-gruenderfonds.de

Das erfolgreiche Doppel spiegelt sich in den Gründungsaktivitäten wider: 2012 wurden 21 Gründungsvorhaben (0,12 je 100 Studierende) und 13 Gründungen (0,08 Gründungen je 100 Studierende) betreut. Initiatoren waren vornehmlich Absolventen und Studierende und seltener wissenschaftliches Personal. Ein Beispiel dafür ist Stephan Niedermeier, Alumni der HS München, der gemeinsam mit Daniel Niesler das Software Unternehmen FTAPI gegründet hat (siehe Seite 21). „Diese Gründungen sind sehr erfreulich, aber nur eines der Ziele, das wir uns gesetzt haben“, betont Klaus Sailer, Geschäftsführer des SCE. „Darüber hinaus freuen wir uns, dass die gesamte Kultur auf dem Campus mittlerweile stärker geprägt ist von Kreativität, Teamfähigkeit, Innovation und unternehmerischem Denken.“

Sensibilisieren und qualifizieren

Auch die Leuphana Universität Lüneburg hat diesen Kulturwandel vollzogen und zu einem wichtigen Profilierungselement gemacht. Sie ist im Gründungsradar als die gründungsfreundlichste der mittelgroßen Hochschulen bewertet worden. In den Bausteinen Gründungsverankerung und in den Gründungsaktivitäten hat die Leuphana jeweils die volle Punktzahl erreicht. Eine ihrer Stärken: Das Thema Gründung ist an der Leuphana fakultätsübergreifend verortet, wobei in den einzelnen Fakultäten Gründungsbeauftragte aktiv werden. Um die Studierenden für das Thema zu sensibilisieren und Gründungsinteressierte zu beraten und zu qualifizieren, bietet die Universität eine Reihe von unterschiedlichen Formaten an. So wurde beispielsweise die „Startwoche 2012“, eine fünftägige Pilotveranstaltung für Erstsemester zum Kennenlernen der Universität, dem Gründungsthema gewidmet. 1.800 Erstsemester setzten sich mit dem Gründungsthema auseinander und erarbeiteten innovative Ideen, deren Konzept am Ende von einer qualifi-

ziert besetzten Jury bewertet wurde. „Das Thema Entrepreneurship ist seit 2012 bei jeder Startwoche präsent und wird auch 2014 ein zentrales Element sein“, betont Burkhardt Funk, der als Vizepräsident für den Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse in die unternehmerische Praxis zuständig ist.

Ein anderes Beispiel ist der „Social Change Hub“, der als Projekt im Programm „Deutschland – Land der Ideen 2012“ ausgezeichnet wurde. Idee des „Social Change Hub“ ist es, Studierende bei der Entwicklung, Ausarbeitung und Umsetzung eigener Ideen im Bereich des *social entrepreneurship* zu fördern und zu unterstützen. „Mit dem Projekt ‚Leuphana 2020 – Humboldt plus Schumpeter‘ wird sich die Leuphana weiter als Universität für *entrepreneurship* profilieren“, betont Funk. Dazu hat sie im Rahmen des Programms EXIST-Gründungskultur im vergangenen Jahr den Entrepreneurship-Hub ins Leben gerufen. Er vernetzt die vielfältigen Aktivitäten zum Thema, macht sie sichtbar und entwickelt sie gemeinsam mit allen relevanten Akteuren weiter. Er fungiert als Anlaufstelle und gibt fakultätsübergreifend Impulse für Lehr- und Weiterbildungsangebote,

„Deutschland braucht mehr innovationsstarke Start-ups, denn 2050 wird es rund eine Million weniger Unternehmen geben.“

MARC EVERS, DEUTSCHER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERTAG

Forschungsarbeiten sowie Gründungsprojekte. Parallel unterstützt bis 2015 der Innovations-Inkubator an der Leuphana, das derzeit europaweit größte Wirtschaftsförderungsprojekt durch die Wissenschaft, Gründer in der Region im Dreieck zwischen Bremen, Hamburg und Hannover. Einer dieser Geförderten ist der ehemalige Student Björn Ahrend, der 2013 die Film-Produktionsfirma „Hausmarke TV“ gegründet hat (siehe Seite 14). 2012 wurden insgesamt 221 Gründungsvorhaben (2,8 je 100 Studierende) von der Leuphana betreut und 48 Gründungen (0,6 je 100 Studierende) realisiert. Initiatoren waren hauptsächlich Studierende und hochschulexterne Personen. Die Ideen wurden dabei in nahezu allen Fachbereichen der Hochschule entwickelt.

Gerade auch kleine Hochschulen, mit 5.000 und weniger Studierenden, können beachtlichen Output erzielen. Das hat etwa die HHL Leipzig Graduate School of Management bewiesen, die das Ranking des Gründungsradars in dieser Kategorie anführt. Als vorbildlich wird sie bei der Unterstützung von Gründungsinteressierten, aber auch bei den Gründungsaktivitäten bewertet. Die hohe Relevanz des Themas findet sich auch darin wieder, dass das Gründungsthema bei der leistungsbezogenen Besoldung berücksichtigt wird. Die Akteure der Gründungsförderung sind neben den drei Gründungslehrstühlen die Studierendeninitiative *accelerate@HHL*, der Verein für Innovation, Existenzgründung und Wachstum an der Handelshochschule Leipzig e. V. (VIEW) sowie >



FOTO: HHL

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT

1. Platz „Kleine Hochschulen“ im Hochschulranking des Gründungsradars

Studierende // 500

Anzahl Gründungslehrstühle // 3

Betreute Gründungen 2012 // 13

Profil // Vernetzung von Studierenden und erfolgreichen Unternehmensgründern über die Studierendeninitiative *accelerate@HHL*
 // Unterstützung bei Existenzgründungen durch den Verein für Innovation, Existenzgründung und Wachstum (VIEW)
 // „Selbst Management Initiative Leipzig“ (SMILE): Seminare, Workshops und Coachings zu Themen wie Entrepreneurship, Businessplan-Entwicklung und Soft-Skill-Management. Enge Zusammenarbeit mit Alumni





FOTO: MICHAEL HERDEIN

DIE DATENSICHERER

Start-up // FTAPI Software GmbH

Gründer // Daniel Niesler,
Stephan Niedermeier

Website // www.ftapi.com

Datenspionage, Datenlecks, Datenmissbrauch durch Cloud-Anbieter. In der Wirtschaft ist routinierte Datensicherheit eher unüblich, vor allem in mittelständischen Unternehmen. Eine Grauzone, in die das junge Software-Unternehmen FTAPI aus München mit seiner leicht anwendbaren Ende-zu-Ende-Verschlüsselung vordringt. Stephan Niedermeier (l.) entwickelte den Prototypen der Sicherheitssoftware schon zu Studienzeiten an der Hochschule München. Sie sei eine Plattform, eine Art Businesssuite, die alle Datentransferprobleme zwischen Unternehmen und über Unternehmensgrenzen hinweg löse. Das Produkt erlangte 2012 Marktreife.

Heute hat das Start-up, das Niedermeier gemeinsam mit Daniel Niesler führt, 20 Mitarbeiter, mehr als 100 Kunden und zwei große privatwirtschaftliche Investoren. In der Aufbauphase nutzte das Unternehmen mehrere öffentliche Förderprogramme nacheinander: von der Hochschule München, von der EU, vom Land Bayern. Die Programme griffen perfekt ineinander, auch wenn sie nicht aufeinander abgestimmt seien, sagt Niesler. In Deutschland gebe es so gut wie kein privatwirtschaftliches Wagniskapital für Hochtechnologieunternehmen in der frühen Gründungsphase. Öffentliches Geld könne diese Lücke schließen. Wie ein Gründungsprozess unter diesen Voraussetzungen erfolgreich bewältigt wird, vermittelten Coachs der Hochschule München. „Gerade der Input dieser engagierten Gründungsexperten hat uns optimal auf alle Hürden vorbereitet“, so Stephan Niedermeier.

die „Selbst Management Initiative Leipzig“ (SMILE). Die Studierendeninitiative accelerate@HHL vernetzt gründungsinteressierte Studierende untereinander sowie mit erfolgreichen (HHL-)Unternehmensgründern unterschiedlicher Branchen. Dazu organisiert sie unter anderem eine Start-up-Konferenz.


Hochschulen ebnen den Weg

Beim Verein VIEW steht die Förderung von Wissenschaft und Forschung im Bereich von Innovation, Existenzgründung und Wachstum im Fokus. VIEW versteht sich dabei als Plattform, die regionale Aktivitäten bündelt und ein professionelles Mentorennetzwerk aufbaut. Zu den Aktivitäten zählen regelmäßig Gründungsworkshops mit Gastreferenten aus der Wissenschaft und Praxis sowie Praxisprojekte, bei denen studentische Teams unter Leitung eines Lehrstuhls mit Existenzgründern kooperieren und deren Geschäftsidee auf ihre Marktfähigkeit hin untersuchen. SMILE bietet Seminare, Workshops und Coachings zu Themen wie Entrepreneurship, Businessplan-Entwicklung, Kreativitätstechniken und Soft-Skill-Management. „Potenzielle Gründer brauchen vor allem erfahrene Unternehmer als Ansprechpartner und Finanzierungsmöglichkeiten“, sagt Andreas Pinkwart, dem als Rektor die Gründungsthematik zugeordnet ist und der selbst einen der drei Entrepreneurship-Lehrstühle innehat. „Den Zugang zu beidem können Hochschulen ebnen.“

Ein wichtiger Aspekt der Gründungsförderung an der HHL ist die Einbindung der Alumni in die Aktivitäten. Zum einen werden die Ehemaligen über Gastvorträge und die halbjährlich veranstaltete „Start-up Career Fair“ eingebunden. Zum anderen spricht das Alumni-Netzwerk der HHL explizit auch Gründer an. Die wichtige Rolle der Alumni bei den Gründungen zeigt sich auch in ihrer hohen Präsenz bei der Initiierung der 2012

betreuten 18 Gründungsvorhaben (3,8 je 100 Studierende) und 13 Gründungen (2,7 je 100 Studierende). Noch während seines Studiums hat Christian Klemenz seine Firma gegründet. Im Ausland kam ihm die Idee, deutsches Bier in Indien zu vermarkten. An der HHL fand er breite Unterstützung (siehe Seite 11).

Eine Technische Hochschule wie die RWTH Aachen (Top Ten im Ranking „Große Hochschulen“) kann in diesem Maße nicht auf unternehmerische Wirtschaftswissenschaftler zurückgreifen. „Deshalb haben wir eine Entfernung von 150 Kilometern überwunden, um die Gründungskultur bei uns zu stärken“, berichtet Malte Brettel, Professor für Wirtschaftswissenschaften für Ingenieure und Naturwissenschaftler (WIN) in Aachen. Gemeinsam mit der WHU – Otto Beisheim School of Management (Vallendar; Top Ten im Ranking „Kleine Hochschulen“) veranstaltet die RWTH „Prepare! The Entrepreneurs' Academy“, ein interdisziplinäres Programm, das Naturwissenschaftler und Betriebswirte zusammenbringt. Während der einmonatigen Veranstaltung sollen die Teilnehmer einen Businessplan für eine technologiebasierte Idee selbstständig erarbeiten. Neben der interdisziplinären Teamarbeit werden Vorträge von Praktikern und Professoren gehalten. „Das muss nicht gleich zu einer Gründung führen“, sagt Brettel. „Aber die Teilnehmer lernen durch neue Sichtweisen, aus ihrem Fachwissen mehr Potenzial zu schöpfen.“

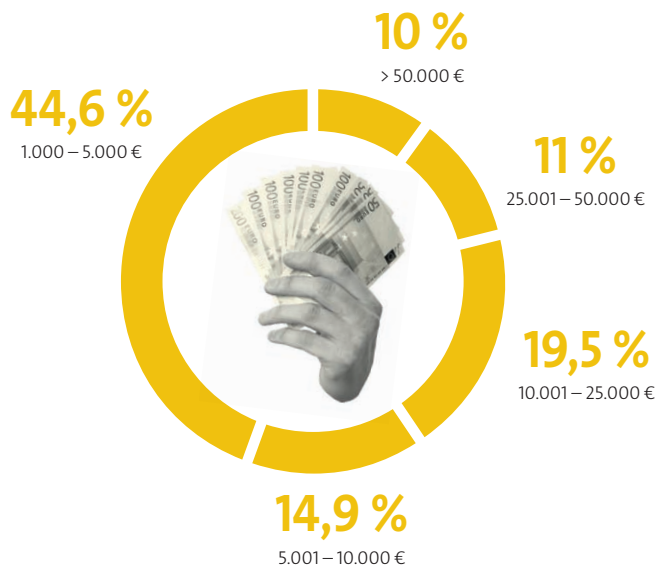
Die vielfältigen Ansätze zeigen, dass Hochschulen der Transfer von Wissen in Wirtschaft und Gesellschaft vor allem dann gelingt, wenn sie selbst mit unternehmerischer Kreativität an diese Aufgabe herangehen. Der Reiz, Neues auszuprobieren, sollte ohnehin in jeder wissenschaftlichen Einrichtung vorhanden sein. Da können Hochschulleitungen sich nicht nur von Gründern, sondern auch von Forschern etwas abgucken. 

Lieber der eigene Chef

Faktenhuberei Nr. 13

5.000 EURO

oder weniger haben fast die Hälfte aller Gründer für den Start ihres Unternehmens zur Verfügung.



24.100

im Minus: 2012 wurden erstmalig seit einigen Jahren wieder mehr Unternehmen aufgelöst als neu gegründet (nur Haupterwerb).



MÄNNERSACHE



Männer trauen sich deutlich häufiger, ein Unternehmen zu gründen. Der Anteil an Frauen unter den Existenzgründern (Haupterwerb) beträgt lediglich rund 31,9 Prozent.

EINZELKÄMPFER

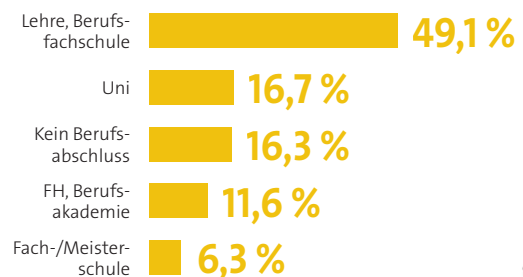
79,7 %



der Personen oder Teams, die 2012 ein Unternehmen neu gegründet haben, arbeiten ohne Mitarbeiter.

VOM LEHRLING ZUM CHEF

Fast die Hälfte aller Gründer hat eine Lehre/Berufsfachschule abgeschlossen.



FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM

GUTE BERATUNG

Diese Hochschulen unterstützen und fördern ihre Studierenden und Absolventen vorbildlich bei ihren Gründungsideen. (Top 25 Prozent im „Gründungsradar“ des Stifterverbandes)

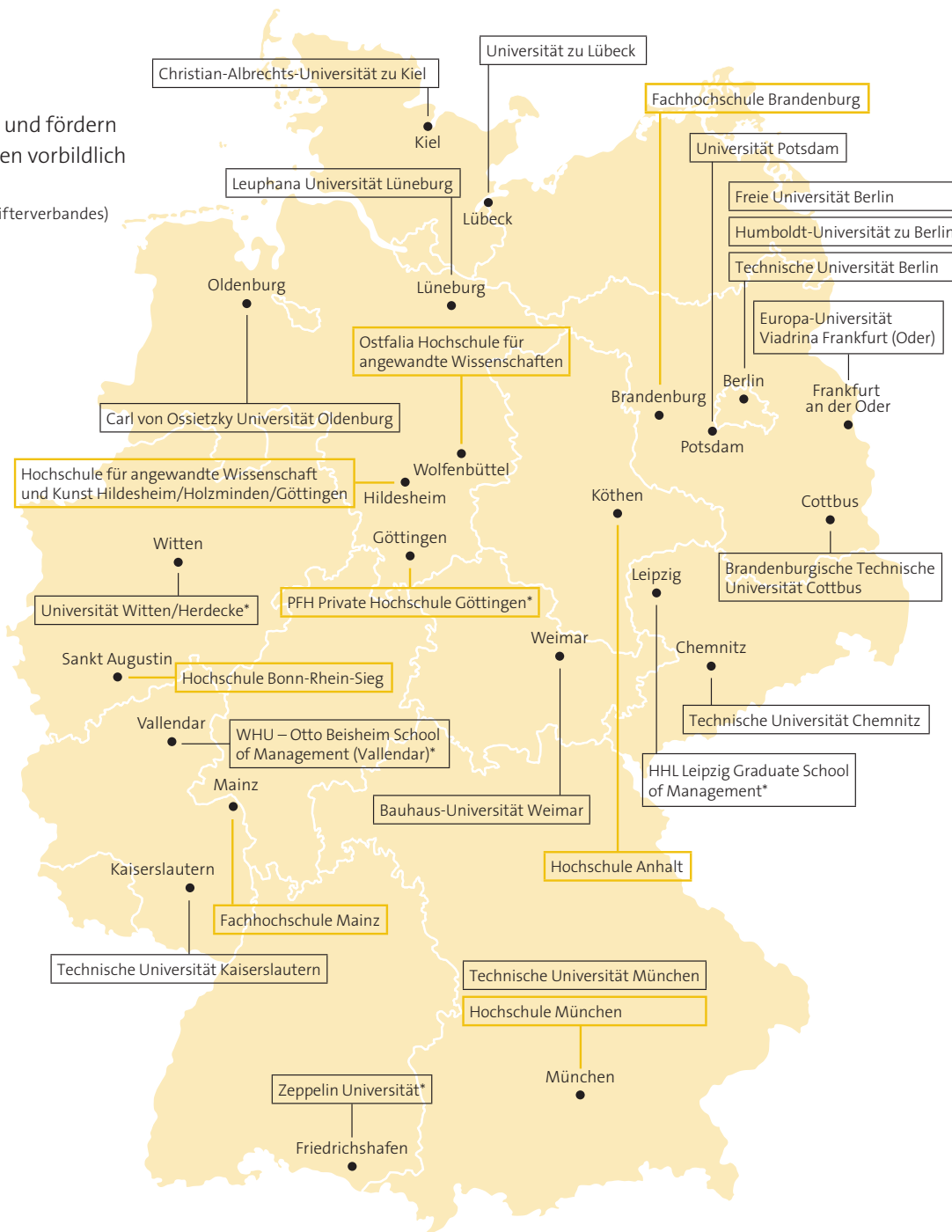
- Fachhochschule
- Universität

*private Hochschule



GRÜNDEN LERNEN

An den Universitäten und Fachhochschulen in Deutschland gibt es 103 Lehrstühle für Entrepreneurship (Stand: 7/2012)



IDEENSCHMIEDE

2012 hat die Leuphana Universität Lüneburg 48 Gründern zum Start ihres Unternehmens verholfen. Die Top 5 der Hochschulen mit den meisten Gründungen 2012 sind:

48
GRÜNDUNGEN
Leuphana Universität Lüneburg

40
GRÜNDUNGEN
RWTH Aachen

39
GRÜNDUNGEN
Uni Witten/Herdecke

38
GRÜNDUNGEN
Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder)

35
GRÜNDUNGEN
TU München

Quellen:
Stifterverband, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, IfM Bonn, KfW-Gründungsmonitor, Amway Corporation

Infografik: SeitenPlan