

## Berufsoption Selbständigkeit:

*Mit eigenen Ideen  
die berufliche Zukunft  
selbst gestalten*



## Agenda

- **Vorstellungsrunde**
- **Ausgangssituation**
- **Geschäftsmodelle**
- **Businessplan**
- **Exist-Gründungskultur**
- **Gründerbüro**
- **Förderprogramme**



# Vorstellungsrunde

- Name
- Herkunft
- aktuelle Situation
- Motivation
- Erwartungen



# Vorstellung

## **Dr. Thomas Maier**

**1987-1992** Studium Forstwissenschaften Uni Freiburg

**1992-1994** Referendariat Landesforstverwaltung Ba-Wü

**1994-1999** Forschungsprojekt FVA Ba-Wü

**1999-2003** Geschäftsführer Wood-Packer GmbH

**Seit 2003** Einzelunternehmen Wood-Packer, Thomas Maier  
Abteilungsleitung Gründerbüro (bis 30.09.2016)  
Projektmanagement Gründerverbund CTO

**2005** Promotion - Abschluss



**WOODPACKER®**



# Ausgangssituation





Forschung

Idee

Produkt

Gründung

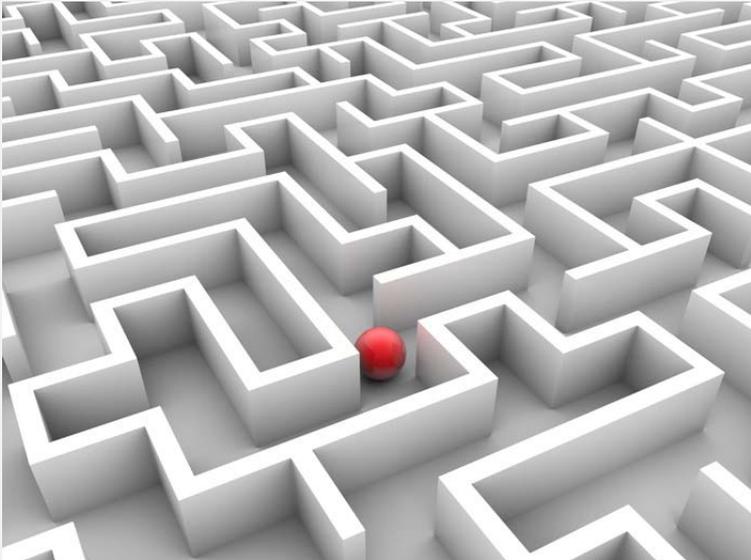
Festigung

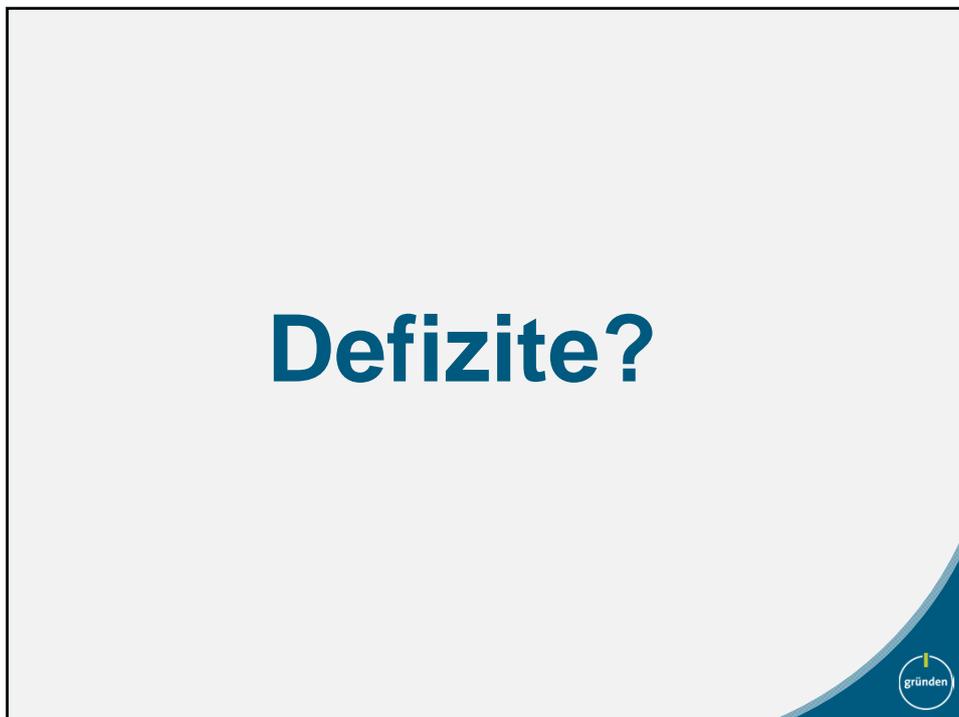
Unternehmen

Wer kennt jemanden,  
der gegründet hat?

Wer möchte selbst gründen?

Wer hat bereits gegründet?





## Defizite bei Gründungen

- **kaufmännische Defizite** **40 %**  
(Preiskalkulation, Kostenrechnung ...)
- **unzureichende Finanzierung** **37 %**
- **Umsatz wird zu hoch eingeschätzt** **36 %**
- **unklarer Kundennutzen** **35 %**
- **Zielgruppe (Kunden)???** **30 %**

Quelle: DIHK Gründerreport 2016



## Erfolgsfaktoren?



## Erfolgsfaktoren



## Wichtige Hilfen beim Start

- **Geschäftsmodell und Businessplan**
- **Information und Weiterbildung**
- **Beratung und Coaching**
- **Förderprogramme**



# Geschäftsmodelle



Frage

*Was ist eigentlich ein  
Geschäftsmodell ?*



## Definition Geschäftsmodell

Keine allgemein akzeptierte Definition.

Geschäftsmodell beschreibt:

- die **Funktionsweise** eines Unternehmens wie es Gewinne erwirtschaftet.
- die **Schlüsselfaktoren** des **Unternehmenserfolges** oder **Misserfolges**.



## Definition nach Osterwalder

*Ein **Geschäftsmodell** beschreibt das **Grundprinzip**, wie eine Organisation **Werte schafft, vermittelt und erfasst.***

*A. Osterwalder*



## Entwicklung von Geschäftsmodellen

### Zwei Vorgehensweisen:

- Business Model Navigator (St. Gallen)
- Business Model Design (Osterwalder)



# St. Galler Business Model Navigator



## St. Galler Business Model Navigator



## St. Galler Business Model Navigator

# 90 %



**... der Geschäftsmodelle sind lediglich  
Rekombinationen aus bekannten Ideen,  
Konzepten oder Elementen. Sie basieren auf 55  
bestehenden Mustern von Geschäftsmodellen**



## St. Galler Business Model Navigator

### Grundelemente: Die vier „W“

- Der Kunde **Wer?**
- Das Nutzenversprechen **Was?**
- Die Wertschöpfungskette **Wie?**
- Die Ertragsmechanik **Wert?**



## St. Galler Business Model Navigator



### Das magische Dreieck mit den vier Dimensionen eines Geschäftsmodells

Quelle: Gassmann/Frankenberger/Csik (2013), S. 6



## St. Galler Business Model Navigator

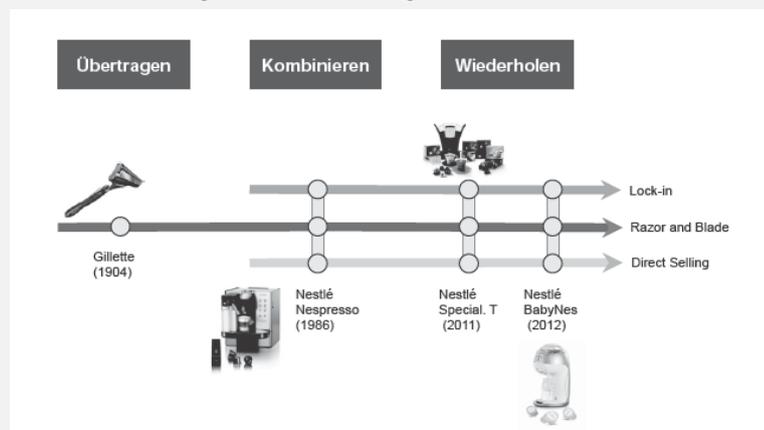
Nicht das Rad neu erfinden, sondern Orientierung an Mustern!  
„Typische“ Muster bzw. Beispiele für Geschäftsmodelle:

- **Freemium:**  
Die Grundlage gibt's umsonst – alles Weitere kostet!  
(Skype, Xing, Spotify)
- **Razor & Blade (Köder und Haken):**  
Preiswerter Einstieg – notwendige Einkäufe in der Zukunft!  
(Nespresso, HP, Gillette)
- **Subscription:**  
Abonnieren von Leistungen!  
(Netflix, Jamba, Amazon)



## St. Galler Business Model Navigator

Drei Grundstrategien zur Anwendung von Geschäftsmodell-Mustern:

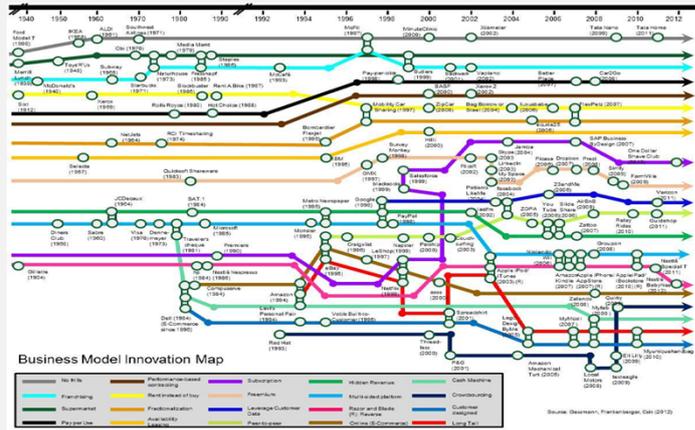


Quelle: Gassmann/Frankenberger/Csik (2013), S. 21



# St. Galler Business Model Navigator

55 Muster - Ausschnitt



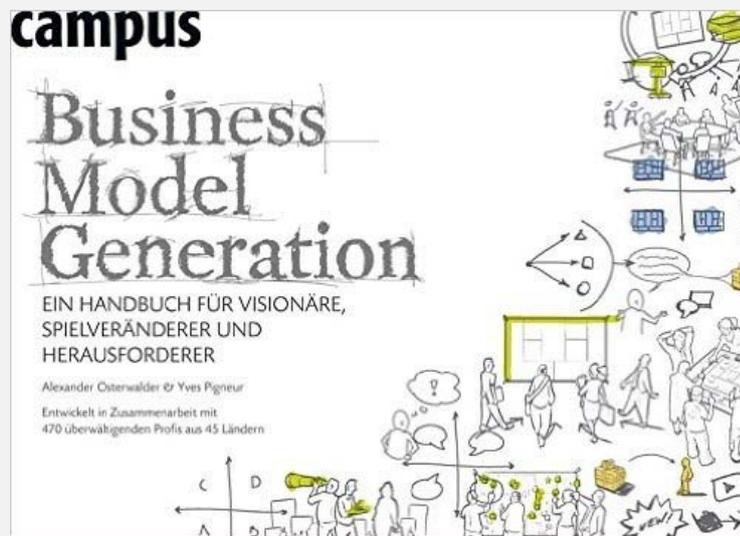
Quelle: Gassmann/Frankenberger/Csik (2013)



# Business Model Canvas



# Business Model Canvas

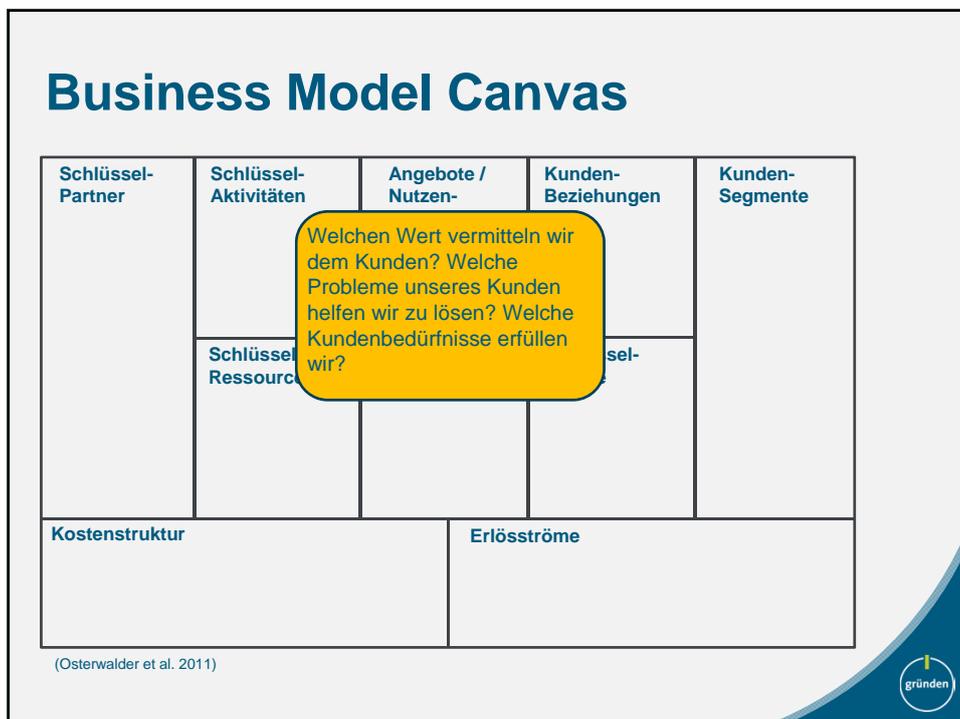
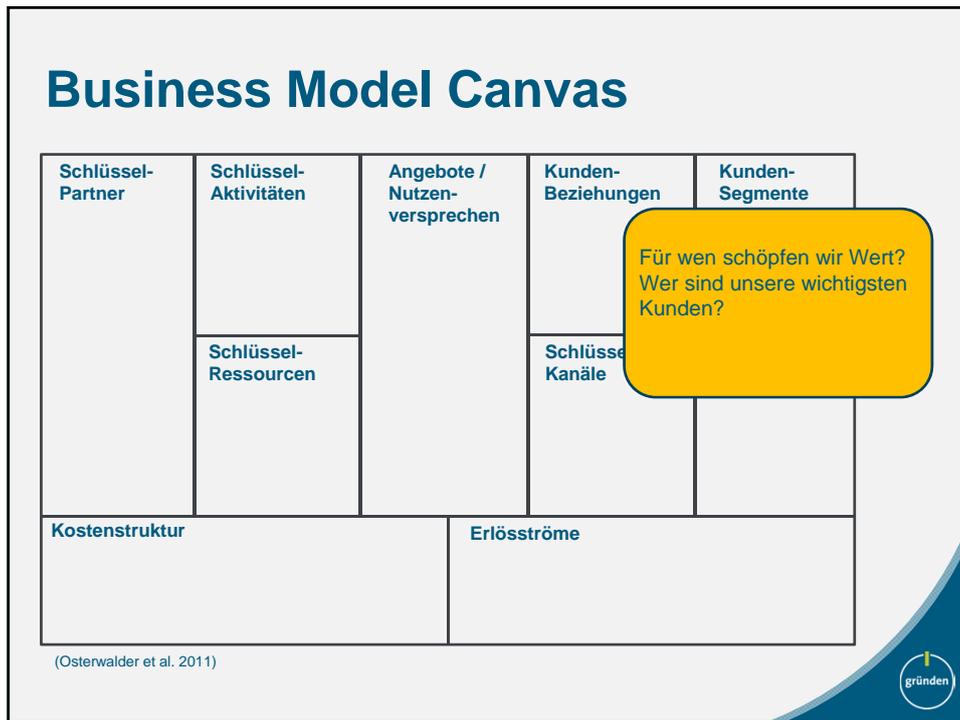


# Business Model Canvas

Schlüssel-Partner	Schlüssel-Aktivitäten	Angebote / Nutzen-versprechen	Kunden-Beziehungen	Kunden-Segmente
	Schlüssel-Ressourcen		Schlüssel-Kanäle	
Kostenstruktur			Erlösströme	

(Osterwalder et al. 2011)





## Business Model Canvas



(Osterwalder et al. 2011)

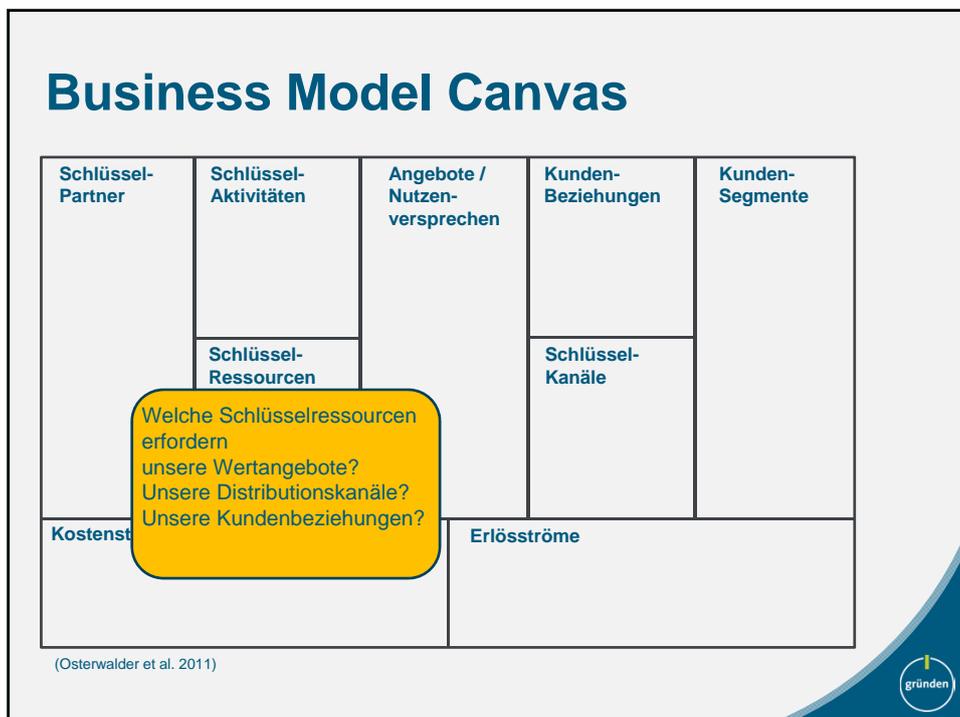
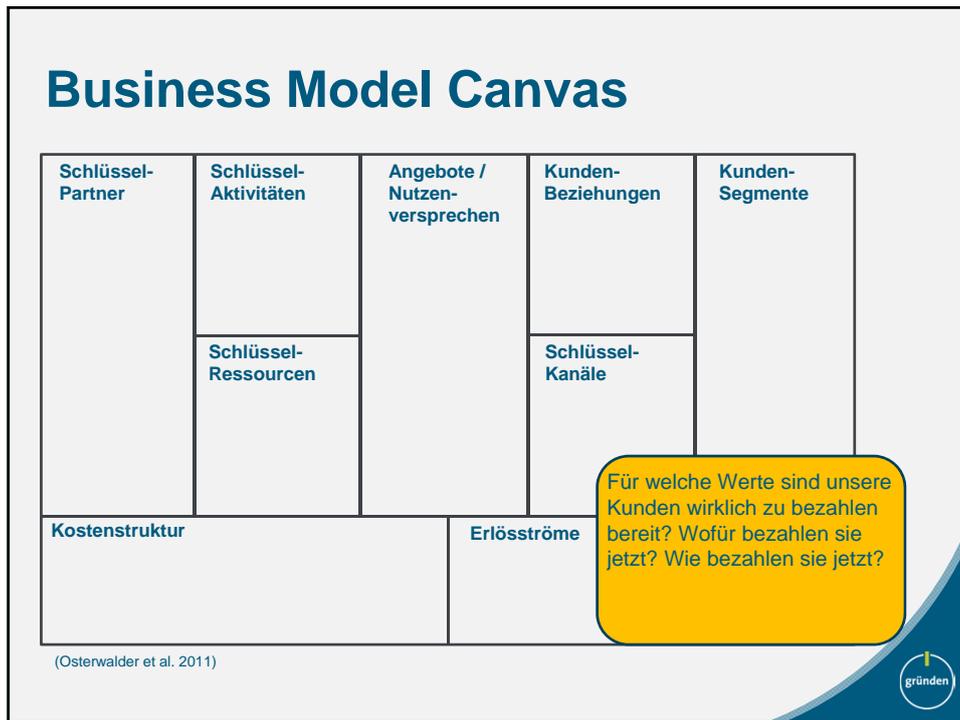


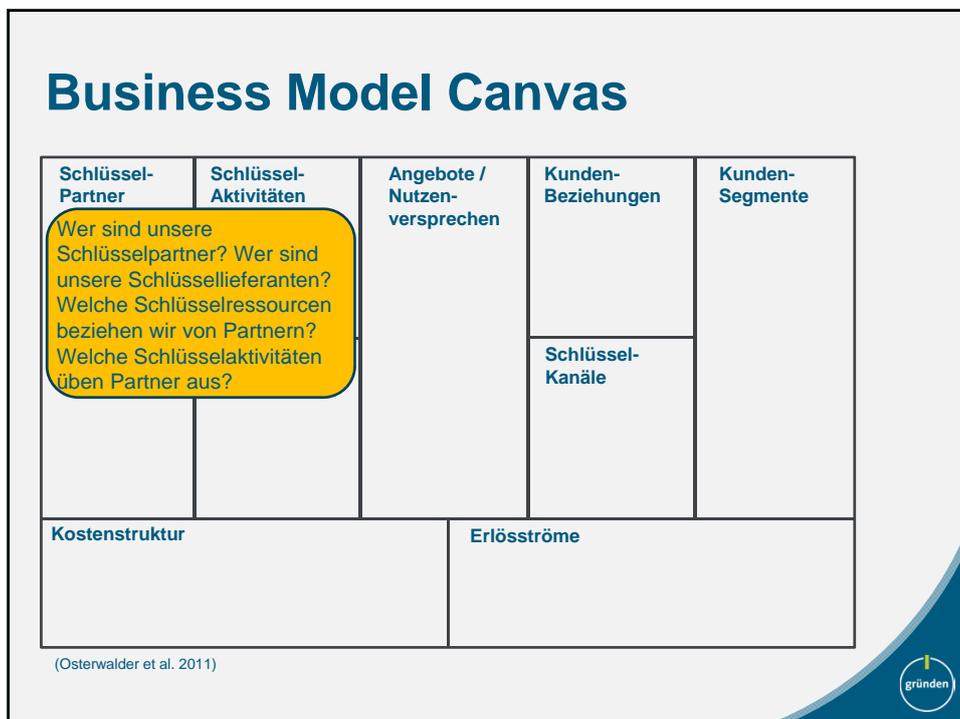
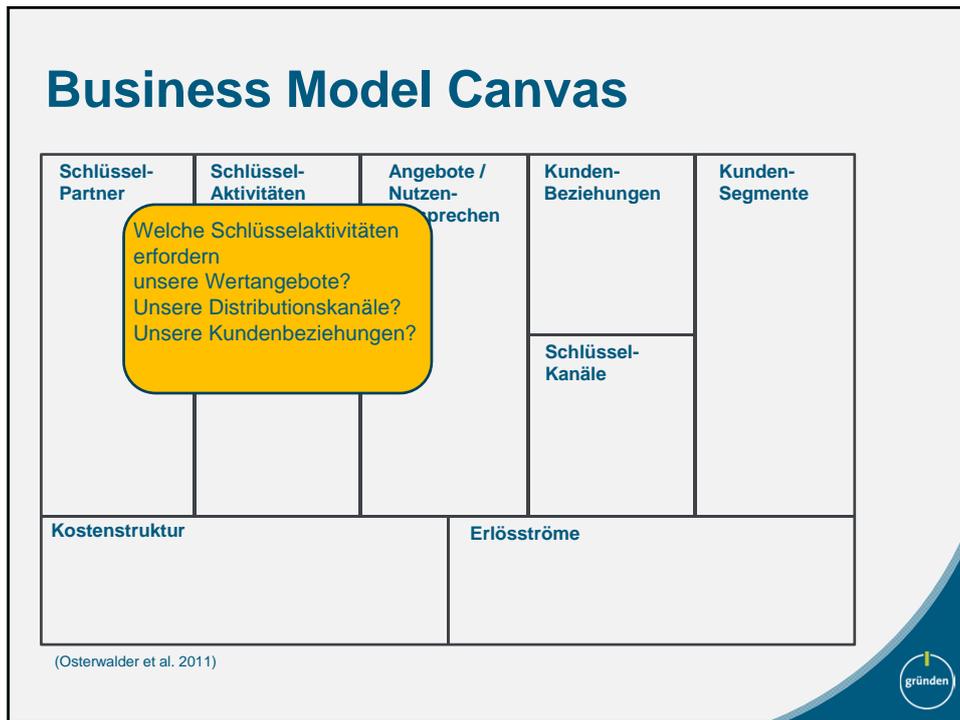
## Business Model Canvas



(Osterwalder et al. 2011)







## Business Model Canvas



(Osterwalder et al. 2011)



## Business Model Canvas - Technik



## Business Model Canvas - Technik



## Beispiel: Apple iPod / iTunes



## Business Model Canvas

Die Fortsetzung des Bestsellers *Business Model Generation!*

Entwickeln Sie Produkte und Services,  
die Ihre Kunden wirklich wollen, mit

# Value Proposition Design

[strategyzer.com/vpd](http://strategyzer.com/vpd)

Alexander Osterwalder,  
Yves Pigneur,  
Greg Bernarda,  
Alan Smith

Design:  
Trish Papadakos



## Businessplan / Geschäftsplan



## Was ist ein Geschäftsplan?

### Definition:

Ein Geschäftsplan beschreibt im **Detail** das unternehmerische **Gesamtkonzept** für ein Geschäftsvorhaben.

Er erfasst genau das wirtschaftliche **Umfeld**, die gesetzten **Ziele** und die aufzuwendenden **Mittel**.



## Grundsätzliche Überlegungen

- Brauche ich überhaupt einen Plan?
- Für wen brauche ich Plan?
- Was ist ein Geschäftsplan?
- Wer soll ihn erstellen?



## Brauche ich überhaupt einen Geschäftsplan?

### Häufige Einstellung von Gründerinnen und Gründer:

Ich benötige und will kein Fremdkapital, deshalb brauche ich keinen Geschäftsplan, die Arbeit kann ich mir also sparen.



## Für wen brauche ich einen Geschäftsplan?

- **In erster Linie für Sie selbst !**  
Abschätzung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit  
Risikominimierung, Vermeidung von Fehlern
- **Erst dann für Dritte.**  
Kapitalgeber – Banken, Investoren wie MBG, HTGF oder Business Angels  
Partner – Gesellschafter, Kooperationspartner  
Lieferanten und sonstige



# Was ist ein Geschäftsplan?

## Definition:

Ein Geschäftsplan beschreibt im **Detail** das unternehmerische **Gesamtkonzept** für ein Geschäftsvorhaben.

Er erfasst genau das wirtschaftliche **Umfeld**, die gesetzten **Ziele** und die aufzuwendenden **Mittel**.



# Was ist ein Geschäftsplan?

- 1. Entscheidungshilfe**  
Zwang zu Entscheidungen - Sicherheit für dieselben  
Klarheit für das weitere Vorgehen
- 2. Argumentationshilfe**  
Bei der Kommunikation zwischen Partnern  
Gegenüber Dritten wie beispielsweise Geldgebern
- 3. Planungsinstrument**  
Die Geschäftsidee wird (erstmal) systematisch durchdacht  
Wissenslücken und Defizite werden aufgedeckt
- 4. Kontrollinstrument / Steuerungsinstrument**  
Ziele erreicht  
Korrekturen sind möglich



## Wer soll ihn erstellen?

### In erster Linie Sie selbst

- Sie kennen sich am besten in Ihrem Vorhaben aus
- Sie müssen von Ihrem Vorhaben überzeugt sein
- Sie müssen den Geschäftsplan gegenüber Dritten verkaufen

### Keine Angst vor der Hilfe Dritter

- Kammern
- Steuerberater
- Unternehmensberater
- Beratungsstellen



## Zur Form des Geschäftsplans

### Grundregeln:

Ein Businessplan...

- "lebt"
- beeindruckt durch Klarheit – knapp und prägnant formulieren
- überzeugt durch Sachlichkeit – vollständig, nicht überfrachtet
- ist auch für Laien verständlich
- ist wie aus einem Guss
- ist optisches Aushängeschild
- maximal 20 - 30 Seiten



## Gliederung

1. Zusammenfassung
2. Unternehmensform
3. Beschreibung des Produkts / der Dienstleistung
4. Branche / Markt / Kunden
5. Marketing / Vertrieb
6. Unternehmensführung / Gründerperson / Team
7. Realisierungsfahrplan / Risiken und Chancen
8. Finanzplanung - 3-Jahresplanung
9. Eigenkapital / Kapitalbedarf / Finanzierung



## 2. Daten zum Unternehmen

- **Wahl der Rechtsform**
- **Gesellschafterstruktur / Verteilung der Anteile**
- **Funktionen der Gesellschafter**
- **Haftung**
- **Eigenkapitalstruktur**



## 3. Produkt / Dienstleistung I

- Beschreibung des Produkts / der Dienstleistung
  - wesentliche Merkmale
  - Vorteile gegenüber Konkurrenzprodukten
  - **Alleinstellungsmerkmale**
  - Gesetzliche Auflagen
  - zusätzliche Angebote
  
- Kundenvorteile / Kundennutzen
  - Bedürfnisse der Kunden
  - **Zusatznutzen** für die Kunden
  - Stärken und Schwächen Ihres Produktes
  - Gibt es sinnvolle Kooperationen mit Partnern



## 3. Produkt / Dienstleistung II

- Stand der Entwicklung von Produkt / Dienstleistung
  - Entwicklungsstand im Marktsegment
  - **Innovation** / Marktneuheit / **Schutzrechte**
  - Sind Weiterentwicklungen geplant
  - Zeit / Ressourcen / Kosten / **Prototyp**
  - Zulassungen oder **gesetzliche Auflagen**
  
- Voraussetzungen für den Geschäftsbetrieb
  - Fertigungsprozess / Ablauf der Dienstleistung
  - Geplantes Volumen / Angebotsgrenze
  - Umfang von Personal / Material / Produktionsmittel
  - Herstellungskosten / Stückkostenrechnung
  - Benötigter Warenbestand / Lagerhaltung



## 4. Branche / Markt / Kunden I

- Branche
  - **Absatz und Umsatz** in der Branche
  - Wachstum oder Verdrängung
  - Sind **Trends** in der Branche vorhanden
  - Einflüsse auf die Branche aus anderen Entwicklungen
  - Entwicklung von Preisen, Kosten und Renditen
  - Einflüsse der **Gesetzgebung**
- Wettbewerb
  - Analyse wichtiger Mitbewerber
  - **Marktanteile** / wie profitabel arbeiten sie
  - Kundengruppen / Marketingstrategien / Vertriebskanäle
  - **Preisgestaltung** / Preisspielräume
  - Wettbewerbsvorteile / Markteintrittsbarrieren



## 4. Branche / Markt / Kunden II

- Kunden
  - Kriterien für Marktsegmentierung
  - Definition von Gruppen an **Zielkunden**
  - Sind bereits **Referenzkunden** vorhanden
  - Entscheidungskriterien der Kunden
  - Umsatzmenge / Marktanteile je Zielgruppe
  - Abhängigkeit von **Großkunden**
- Quellen
  - Statistiken
  - Branchenberichte (Verbände, Banken)
  - Konkurrenzbeobachtung
  - ...



## 4. Branche / Markt / Kunden III

**Marktgröße** und **Marktwachstum** lassen sich oft durch **Schätzen** mit **ausreichender Genauigkeit** ermitteln

- Schätzung auf einfach zu verifizierende Zahlen abstützen
- Schätzung logisch nachvollziehbar gestalten
- Schätzung anhand von **Informationen aus glaubhaften Quellen** überprüfen und stützen
- Falls die benötigten Größen nicht ermittelbar sind:  
Nach **Hilfsgrößen suchen!**
- **Plausibilität überprüfen:** Macht das Ergebnis wirklich Sinn?



## 5. Marketing – 4 P

### Produkt

- Ausstattungselemente
- Qualität
- Kundendienst
- Menge
- Design
- Verpackung

### Preis

- (Listen-)Preis
- Rabatt / Skonto
- Zahlungsfristen
- Preisdifferenzierung
- Finanzierungskonditionen
- Sonderangebote

Marketing  
-Mix

### Place

- Vertriebskanäle
- Warenlogistik
- Absatzmittler
- Absatzwege
- Standort
- ...

### Promotion

- Klassische Werbung
- Verkaufsförderung
- Persönlicher Verkauf
- Public Relations
- Product Placement
- ...



## 5. Marketing – Kosten

**„Ich weiß, die Hälfte meiner Werbung ist  
hinausgeworfenes Geld.  
Ich weiß nur nicht, welche Hälfte.“**

*Henry Ford*



## 6. Unternehmensführung Gründerperson(-en)

- **Fachliche Qualifikation (Lebenslauf)**
- **Branchenerfahrung (Beruflicher Werdegang)**
- **Kaufmännisches Know-how (Defizite ?)**
- **Unternehmensorganisation (Intern / Extern)**



## 6. Unternehmensführung Gründerperson(-en)

**Wichtig** bei der Zusammenstellung des Gründerteams ist, dass

- alle erforderlichen **Tätigkeiten abgedeckt** sind,
- die Teammitglieder in der ihnen zugedachten Aufgabe bereits **relevante Erfahrung** besitzen,
- das Team bereits **erfolgreich zusammengearbeitet** hat bzw. die Teammitglieder bereits in anderen Teams erfolgreich gearbeitet haben.

**Vor allem aber sollten die Teammitglieder von der gleichen Geschäftsidee überzeugt und begeistert sein!**



## 6. Unternehmensführung Gründerperson(-en)

- **Komplementäre Eigenschaften und Stärken**
- **Gemeinsame Vision** – alle wollen den Erfolg
- Mindestens zwei bis drei, selten mehr als sechs Personen
- **Flexibilität** bei Schwierigkeiten
- **Miteinander verschweißt** – auch in schwierigen Situationen
- **Gibt bei Rückschlägen nicht auf**, sondern formiert sich neu, um die Hürde im zweiten oder dritten Anlauf zu nehmen
- Im Idealfall **Interdisziplinär** aufgestellt



## 7. Realisierungsfahrplan

- **Aufgaben in Arbeitspakete aufteilen**
  - Maximal 12 Arbeitspakete
  - Zeitpunkt des Erreichens abschätzen
  - Zielgrößen und Meilensteine festlegen, z. B. Zeitpunkt der Prototypenfertigstellung, 1.000 Kunden, Break-even
- **Ablauf der Aktivitäten und Abhängigkeiten grafisch darstellen**
  - Aufgaben als Balken-Diagramm darstellen
  - 1. Jahr: monatlich, dann vierteljährlich
  - Aufgabenpakete mit überprüfbaren Zielen enden lassen
- **Den „kritischen“ Pfad darstellen**
  - Zeitliche Abhängigkeiten und Risiken betrachten
  - Expertenmeinung einholen (und erwähnen!)



## 7. Risiken und Chancen

- **Aufzeigen der Risiken im Unternehmen und im Umfeld**
  - Wichtige Positionen können nicht besetzt werden
  - Ein wichtiger **Mitarbeiter** (z.B. der Entwicklungsleiter) fällt aus
  - Der Verlust des **Prototyps** verzögert
- **Entwicklung/Markteinführung**
  - Sie können nur halb so viel verkaufen wie erhofft
  - Ein Konkurrent bringt kurz nach der Markteinführung ein billigeres Alternativprodukt auf den Markt
  - Sie erhalten kein **Patent** für Ihr technisches Verfahren
  - Der größte Kunde wird zahlungsunfähig
- **Aufzeigen der Auswirkungen**
  - Umsatz-, Kosten-, Gewinnverlauf im „Worst Case“
  - Sensitivitätsanalyse
- **Darstellen von Gegenmaßnahmen**



## 8. Finanzplanung (Zahlenteil) Zeitraum 3-5 Jahre

- Absatz- / Umsatzplan
- Investitionsplan
- GuV, Bilanz, Liquiditätsplanung
- Planungshorizont 3-5 Jahre
- Im 1. und 2 Jahr quartalsweise planen, dann jährlich
- Worst- / Best-Case Szenarien



## 8. Eigenkapital / Kapitalbedarf / Finanzierung

- Darstellung der Eigenmittel
- Wie viel Fremdfinanzierung
- Art der Fremdfinanzierung
- Stand der Verhandlungen



## 1. Zusammenfassung Executive Summary

- Umfang 1 – 2 Seiten
- Einleitung des Businessplans
- Zusammenfassung aller **wesentlichen Daten**
- **Verständlich** und übersichtlich
- Wichtig: Alle (für den Investor, Partner, das Team) wissenswerten Aspekte abhandeln
- Der Leser muss **gefesselt** werden!!
- Stichhaltig formulieren – viel **Zeit investieren**



## Fazit: Was kann die Erstellung eines Businessplans bringen?

Der Businessplan kann dazu beitragen:

- Dass die Geschäftsidee und ihre Realisierung **überzeugend** dargestellt wird! (durchaus auch gegenüber späteren Kunden und Lieferanten)
- Dass die Gründer sich selbst (immer wieder) über die **Stärken und Schwächen** des Konzepts Gedanken machen!
- Dass die Gründer sich selbst klar werden, was sie wollen, und dass **Differenzen über die Geschäftsziele** ausdiskutiert werden!
- Dass sich die Gründer nicht auf die Technologie, sondern auf das **Geschäftskonzept und seine Umsetzung konzentrieren** (Markt und Rendite stehen im Vordergrund)!
- Dass wesentliche Informationen, die der **Investor** braucht, abgehandelt werden und nichts vergessen wird!



## Fazit: Was kann die Erstellung eines Businessplans bringen?

Der Businessplan kann nicht dazu beitragen:

- Dass eine **schwache** zu einer **starken** Geschäftsidee wird!
- Dass eine faszinierende Technologie, die aus der Sicht des Kunden **keinen wesentlichen Vorteil** bringt, dennoch erfolgreich in den Markt gebracht werden kann!
- Dass **fehlendes Engagement**, fehlende Kompetenz und Erfahrung der Gründer ersetzt wird!
- ...



# Universität Freiburg



## Unterstützung

- Seit 1999 Gründungsförderung an der Uni Freiburg – **18 Jahre**
- Zentrale Einrichtung - Gründerbüro als Teil der Zentralstelle für Technologietransfer
- Förderung durch
  - Gründerverbunde auf dem Campus (Ba-Wü)
  - Exist III (BMWi)
  - **Exist-Gründungskultur – die Gründerhochschule**



## Gründungskultur

**EXIST** - ein Förderprogramm des BMWi, um **Gründungskultur** und **Unternehmergeist** an Hochschulen zu etablieren.

Mit dem Förderprogramm werden Hochschulen dabei unterstützt:

- unternehmerisches Denken und Handeln unter Studierenden und wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu stärken
- das Potenzial an wissens- und technologiebasierten Gründungen am Hochschulstandort nachhaltig zu erschließen und
- sich als gründungsprofilierte Hochschule weiter zu positionieren.

Aktuell werden **21 Universitäten und Hochschulen** bundesweit gefördert – die Universität Freiburg ist eine davon!



# Strukturelle Verankerung

Zentrales Element unserer Strategie:

## Freiburger Gründungs-ABC

- **Ausbilden**
- **Beraten**
- **Coachen**

Mitarbeiter sind auf drei Stabstellen von drei Prorektoraten verteilt (+ Pressestelle)



# Strukturelle Verankerung

Prorektorin  
**Studium und Lehre**  
Prof. Dr. Juliane Besters-Dilger



Freiburger Akademie für  
universitäre Weiterbildung

Gründungs**A**kademie

Prorektorin  
**Innovation und Technologietransfer**  
Prof. Dr. Margit Zacharias



Zentralstelle für  
Technologietransfer

Gründungs**B**eratung

Vizektor und Prorektor  
**Forschung**  
Prof. Dr. Gunther Neuhaus



Freiburg  
Research Services

Transfer**C**oaching

## Steering Committee

Prof. Dr. Margit Zacharias  
Prof. Dr. Juliane Besters-Dilger  
Prof. Dr. Gunther Neuhaus  
Prof. Dr. Bernhard Arnolds

Dr. Bruno Ehmann  
Jan Ihwe  
Verena Saller  
Dr. Thomas Maier

Vertreter/-innen:  
Naturwissenschaften  
Geisteswissenschaften  
2 Unternehmer/-innen



# Gründerbüro



## Gründerbüro

Zentralstelle für Technologietransfer (ZFT)

Leitung: Prof. Dr. Bernhard J. Arnolds

zuständig für Universität und Universitätsklinik:

Gegliedert in 4 Abteilungen:

Vertragsstelle

Patentstelle

**Gründerbüro (Geschäftsstelle Gründerverbund CTO)**

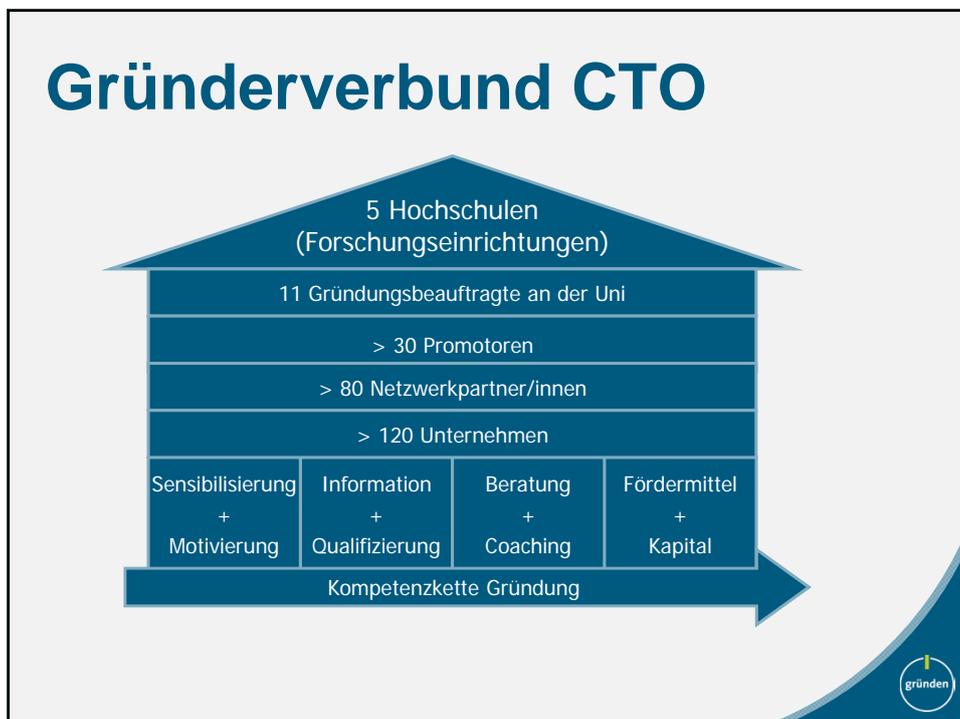
Technologiemarketing (ausgegliedert in PVA)



# Gründerverbund CTO



# Gründerverbund CTO



# Beratungsprozess



## Netzwerk

- Verbände, Vereine und Institutionen  
(BioPro GmbH, bwcon, IHK ...)
- Banken und Kapitalgeber
- Rechts- und Patentanwälte
- Steuer- und Unternehmensberater
- Experten und Coaches
- Dienstleister (EDV, Marketing, Kommunikation)



## Was noch?

- **Beraten und Coachen**
- **Unterstützen bei Fördermittelanträgen**
- **Erstellen von Businessplänen**
- **Begleiten zu Finanzierungsgesprächen**
- **Bereitstellen von Ressourcen**



## Was noch?

- Ringvorlesung
- BOK-Kurse am ZfS
- Seminarreihe Entrepreneurship
- Weiterbildungskurse
- Gründerstammtisch



## Veranstaltungen

### Freiburger Gründertage (2016)

IHK Südlicher Oberrhein, HWK,  
Wirtschaftsförderung Region Freiburg,  
Volksbank und Sparkasse



### Startinsland (2017)

IHK Südlicher Oberrhein,  
Fraunhofer ISE, HS Offenburg



### Black Forest Venture Day (2018)

Wirtschaftsförderung Region Freiburg,  
S-Beteiligungsgesellschaft



# Freiburger Gründertage

[www.freiburger-gruendertage.de](http://www.freiburger-gruendertage.de)

Freiburger Gründertage gründen - durchstarten - nachfolgen!

MENE TERMINE | NEWSLETTER | KONTAKT | IMPRESSUM   

STARTSEITE | PROGRAMM | NEWS | INITIATOREN | ELEVATOR PITCH

## Termine 2016 - buchen und durchstarten

<p>MO • 14. NOV 2016 KICK-OFF</p> 	<p>DI • 15. NOV 2016 GRÜNDUNG IM NEBENERWERB</p> 	<p>DI • 15. NOV 2016 FOKUS NACHFOLGE</p> 
<p>MI • 16. NOV 2016 FOKUS INNOVATION</p> 	<p>MI • 16. NOV 2016 FOKUS FRAUEN IN GRÜNDUNG</p> 	<p>DO • 17. NOV 2016 FINANZEN IM FOKUS</p> 



## startinsland Businessplan-Wettbewerb Südwest 2015

Anmelden und durchstarten!  Kontakt Sie haben noch Fragen?  Social Media Besuchen Sie uns  

  **Jetzt anmelden**    

Home | Ablauf | Termine | Jury | Partner | Rückblick

### Zweistufiger Ideen- und Businessplanwettbewerb mit regionaler Ausrichtung

**Ziele:**

- Mobilisierung von Ideen
- Gründungszene beleben
- Gründungen sichtbar machen
- Kontakte zu Investoren



# Startinsland

**startinsland**  
Businessplan-Wettbewerb Südwest 2015

## Initiatoren:

Universität Freiburg, Hochschule Offenburg  
Fraunhofer ISE, IHK Südlicher Oberrhein

## Schirmherren:

Prof. Dr. Dr. h.c. Hans-Jochen Schiewer, Rektor  
Prof. Dr. Eicke R. Weber, Leiter Fraunhofer ISE

## Bisher zwei Wettbewerbsrunden:

2014 – 32 Ideenskizzen – 15 Businesspläne – 11.500 €

2015 – 31 Ideenskizzen – 25 Businesspläne – 24.500 €

2017 – nächste Runde in Vorbereitung



# Investorennetzwerk

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

- Ausgangspunkt BFVD
- Black Forest Business Angels e.V.
- Gründung 2014
- 13 Gründungsmitglieder
- Kontakte zu internationalen Fonds
- 2015/16 – 6 Ausgründungen erhalten Beteiligungskapital



# Förderprogramme



## Förderprogramme www.foerderdatenbank.de

218 Fundstellen zur Förderung von Existenzgründungen insgesamt (Bund, Land, EU)



# Förderprogramme

www.foerderdatenbank.de

Suchbegriff eingeben

**48 Fundstellen zur Förderung von Existenzgründungen für Region Baden-Württemberg**

Startseite » Förderrecherche » Fördersuche

SCHNELLSUCHE | DETAILSUCHE | SUCHTIPPS

Fördergebiet:  Förderbereich:

Förderberechtigte:  Förderart:

Fördergeber:  Bund  EU

Anzahl der Einträge: 48 1-10 | 11-20 | 21-30



# Förderprogramme



# Förderprogramme



Exist-Forschungstransfer  
700.000€



# Förderprogramme



Exist-Forschungstransfer  
700.000€

EXIST-Gründerstipendium  
140.000€



# Förderprogramme



# Exist-Gründerstipendium



## Exist-Gründerstipendium

### WAS wird gefördert?

**Technische Produkt- oder Prozessinnovation**, die im eigenen Unternehmen (einschließlich Fertigung, Vermarktung / Vertrieb) umgesetzt werden soll.

Neuartige **innovative Dienstleistungen**, die einen hohen Kundennutzen und deutliche Alleinstellungsmerkmale am Markt erwarten lassen.



## Exist-Gründerstipendium

### Wer wird gefördert?

**Studierende**, nach mindestens der Hälfte ihres Studiums.

**Wissenschaftler/-innen** aus Forschungseinrichtungen und Hochschulen.

**Hochschulabsolventen** und **ehemalige wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen** (bis zu 5 Jahre nach Abschluss bzw. Ausscheiden).

Gründerteams bis **maximal 3 Personen**.

Nicht förderfähig sind freie Berufe.



## Exist-Gründerstipendium

### Wie wird gefördert?

Förderdauer: 1 Jahr  
Antragstellung jederzeit  
Ø ~ 50% Förderquote

#### Stipendium (Sicherung des persönlichen Lebensunterhalts)

Studierende	1.000 €
Absolventen	2.500 €
Promovierte	3.000 €
Zuschlag pro Kind	150 €

#### Sachausgaben

Einzelgründungen	10.000 €
Teams	30.000 €
Lizenzen, Beratungsausgaben, Investitionen, ...	

#### Coaching

5.000 €



## Exist-Gründerstipendium

### Bedingungen?

Hochschule / Forschungseinrichtung

- ist in ein **Gründernetzwerk** eingebunden.
- stellt dem Gründer/der Gründerin einen **Mentor** und einen **Arbeitsplatz** zur Verfügung.
- garantiert **kostenfreie Nutzung der Infrastruktur**.
- verwaltet Fördermittel.



# Einige Zahlen



## 10 geförderte Projekte\*

Projekt	Programm	Zeitraum	Betrag
Cytena (GmbH)	Exist-FT	09.2013-02.2015	445.925,00 €
Telocate (GmbH)	Exist-GS	06.2014-05.2015	113.200,00 €
Enit Energy (GmbH)	Exist-FT	08.2014-01.2016	522.442,00 €
AKInspect (GmbH)	Exist-FT	11.2014-04.2016	626.470,00 €
MPS (GmbH)	Junge Innovatoren	01.2015-12.2015	108.500,00 €
Verapido (GmbH)	Junge Innovatoren	01.2015-12.2015	100.000,00 €
Fifty2 Technology (GmbH)	Exist-FT	03.2015-09.2016	610.436,00 €
Bionicure	Exist-FT	05.2015-05.2017	760.000,00 €
GeoSpin (GmbH)	Exist-GS	10.2015-09.2016	143.000,00 €
TonalitySolution (GmbH)	Exist-GS	11.2015-10.2016	125.000,00 €
<b>Summe</b>			<b>3.554.973,00 €</b>

\* 2013-2015 Drittmittelprojekte der Universität



# Wirkungen Exist-GHS

## Gründungsvorhaben:

1999-2012 im Mittel **35 Vorhaben** / Jahr

2013-2015 im Mittel **76 Vorhaben** / Jahr

Anstieg um **117 %**

## Erfolgte Gründungen:

1999-2012 im Mittel **11 Gründungen** / Jahr

2013-2015 im Mittel **18 Gründungen** / Jahr

Anstieg um **64 %**

## Einschlägige Förderprogramme:

1999-2013 im Mittel 2 geförderte Projekte / Jahr

2014-2016 im Mittel 5 geförderte Projekte / Jahr

14 geförderte Gründungsvorhaben = **7,4 Mio. €**



# Wo finden?

[www.gruenden.uni-freiburg.de](http://www.gruenden.uni-freiburg.de)

Kontaktieren Sie uns | Telefon +49 (0) 761 / 203 9862

gründen

START | AUSBILDUNG | BERATUNG | COACHING | INFOS | TEAM | GRÜNDUNGSKULTUR

UNI FREIBURG

Idee?  
Unternehmen gründen?  
Wir helfen.

Gründungskultur an der Universität Freiburg

Beratung  
**Gut beraten**  
Wir beraten vom Studierenden-Start-up bis zur High-Tech-Ausgründung.

Ausbildung  
**Kompetenzen erwerben**  
Seminare, Workshops, Vorträge – Machen Sie sich fit für Ihre Gründung.

NEWS  
**Stammtisch: Steuern und Gründungsformalitäten – Stolperfallen, Tipps und Tricks am 6. Oktober 2016**  
Bei Aufnahme einer gewerblichen oder freiberuflichen Tätigkeit hat die Gründerin oder der Gründer verschiedene Möglichkeiten zu erkennen, Möglichkeiten zu erfüllen und steuerliche Pflichten zu beachten.

gründen

# Wo finden?

[www.gruenden.uni-freiburg.de](http://www.gruenden.uni-freiburg.de)

The screenshot shows the homepage of the 'gründen' website at the University of Freiburg. The navigation bar includes links for START, AUSBILDUNG, BERATUNG, COACHING, INFOS, TEAM, and GRÜNDUNGSKULTUR. The main content area features a newsletter sign-up form highlighted with a red border. The form includes the following text: 'Newsletter', 'Jetzt kostenlos abonnieren', 'Newsletter zum Download', 'Immer aktuell', 'Infos zu Events, Ausbildung, Finanzierung, Förderungen, ...', an input field for 'Ihre E-Mail Adresse', a checkbox for 'Ich akzeptiere die Datenschutzbedingungen.', and an 'Absenden' button. Other visible elements include a 'Kontaktieren Sie uns' link with a phone number, a 'stammtisch' event listing, and a 'Steuern und Formalitäten' article snippet.





Prof. Dr. Dr. h.c. Hans-Jochen Schiewer  
Rektor der Universität Freiburg

„ Bis zum **Jahr 2025** wollen wir zu den  
**attraktivsten Universitäten Deutschlands** zählen,  
was **Gründungskultur und Innovation** angeht.“