



The Art and Science of Entrepreneurship



Bildnachweis: Zoe - Fotolia

15.–21. November

Gründerwoche Deutschland 2010

Möchten Sie ein Unternehmen gründen oder einfach nur mehr über Existenzgründung und unternehmerische Selbständigkeit wissen? Dann merken Sie sich die „Gründerwoche Deutschland 2010“ vom 15.–21. November vor, Teil der Initiative „Gründerland Deutschland“ von Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle.

Veranstaltungen, Workshops, Betriebsbesichtigungen u.v.m. vermitteln wertvolle Tipps und Anregungen. Und das bundesweit. Sie gehen zurück auf ein Netzwerk von Partnern, die sich für mehr Selbständigkeit und Unternehmergeist in Deutschland einsetzen.

Die Gründerwoche ist der deutsche Beitrag zur „Global Entrepreneurship Week“, an der sich im letzten Jahr auf 32.000 Veranstaltungen in 88 Ländern 7 Millionen Interessierte beteiligt haben!

www.gruenderwoche.de

In Kooperation mit:



Inhaltsverzeichnis

Editorial	2
Abschied vom Alleskönner	3
Das Modell	4
Teekampagne	4
Erfolgreiche Gründungen	5
Labor für Entrepreneurship	5
RatioDrink	5
Ebuero	6
PaperC	6
CO ₂ Kampagne	7
Gründen mit Komponenten	8
Gründen mit Komponenten	8
Bye-bye Buchhaltungs-Stress	9
Logistikkomponente	9
Cultural Entrepreneurship	10
Social Entrepreneurship	12
Impulse und Kontakte für Gründer	15
profund – Die Gründungsförderung	15
Business Angels braucht das Land	15
Die BMW Stiftung Herbert Quandt	16
Network for Teaching Entrepreneurship	16
Entrepreneurship Campus	U3

IMPRESSUM

Herausgegeben in Zusammenarbeit mit der Stiftung Entrepreneurship. Änderungswünsche, Anregungen und Ergänzungen für die nächste Auflage dieser Broschüre nimmt die Stiftung Entrepreneurship entgegen. Titel, Umschlaggestaltung sowie Art und Anordnung des Inhalts sind zugunsten des jeweiligen Inhabers dieser Rechte urheberrechtlich geschützt. Nachdruck und Übersetzungen in Print und Online sind – auch auszugsweise – nicht gestattet.

Quellennachweis:

mediaprint WEKA info verlag gmbh
Stiftung Entrepreneurship
Seite 13 Bild Götz W. Werner: dm-drogerie markt

Redaktionelle Leitung: Barbara Hoppe
Redaktionelle Assistenz: Bozena Schymankiewitz

mediaprint WEKA
info verlag gmbh
Lechstraße 2
D-86415 Mering
Tel. +49 (0) 8233 384-0
Fax +49 (0) 8233 384-103
info@mediaprint.info
www.mediaprint.info
www.alles-deutschland.de
www.mediaprint.tv



mediaprint
infoverlag

10178684 / 1. Auflage / 2010

■ PUBLIKATIONEN ■ INTERNET ■ KARTOGRAFIE ■ WERBEMITTEL

Anzeige

PASST ZU MIR! Stelle statt Stütze® – Coaching für dauerhafte Arbeitsverhältnisse, von denen alle profitieren.

Stelle statt Stütze® – Coaching richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen in Berlin, die ein unbefristetes, sozialversicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis mit Berliner ALG-II-Empfänger(inne)n eingehen. In Kooperation mit den Berliner Jobcentern bietet das Programm teilnehmenden Unternehmen einen **finanziellen Zuschuss** zur Einarbeitung neuer Mitarbeiter(innen). Bei Bedarf erhalten die Arbeitnehmer(innen) **Einzel-Coaching**, berufsbegleitende **Weiterbildung** und **Beratung**, um mit den Anforderungen am Arbeitsplatz optimal wachsen zu können.

Stelle statt Stütze®

Beraten Unterstützen Fördern

Unternehmen auf Personalsuche können ihr Stellenangebot in einem Stellenpool veröffentlichen und eine **kostenfreie Personalauswahl** nach ihren Wünschen starten lassen.

Stelle statt Stütze® – Coaching ist ein Angebot der gsub-Projektgesellschaft mbH. Es wird gefördert von der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Berlin sowie von allen Berliner Jobcentern.

030-284 09 500, www.stelle-statt-stuetze.de

Editorial



Können wir selbst Hand anlegen und eine bessere Ökonomie auf die Schiene bringen?

Zugegeben – es klingt wie eine Utopie. Früher war es auch eine. Früher. Heute stehen uns die Mittel zur Verfügung, selbst die bessere Ökonomie zu starten. Die Mittel heißen: kostenlose Kommunikation, spezialisierte Dienstleister, die man als Komponenten einsetzen kann. Blitzschneller, kostenloser Zugriff auf Informationen, Internet. Heute kann man ein Unternehmen sogar aus fertigen Komponenten gründen. Wer das tut, arbeitet von Anfang an professionell, braucht wenig Kapital. Was bleibt, was Schweiß treibt, ist, ein Konzept auszudenken und auszuarbeiten: Ökonomie an einer kleinen Stelle ein kleines Stück besser zu machen. Kopf ist heute wichtiger als Kapital.

Wenn viele das tun, wenn wir viel mehr Unternehmer in diesem Land bekommen, die sich die bessere Ökonomie zur Aufgabe machen, haben wir viel erreicht. „Ein leerer Sack kann nicht aufrecht stehen“, sagte Benjamin Franklin und beschrieb damit eine Idee der Aufklärung, die bis heute der Umsetzung harrt: Dass nur der ökonomisch unabhängige Mensch auch ein politisch unabhängiger Mensch und mündiger Bürger einer Gesellschaft sein kann.

Günter Faltn

Abschied vom Alleskönner



Gründern wird suggeriert, sie müssten Alleskönner sein, sich im Rechnungswesen, in der Finanzierung gleichermaßen auskennen wie mit Management, Marketing, Personalfragen, Arbeitsrecht, Vertragsrecht, Steuerrecht. Mit Banken sollen sie verhandeln können, mit Kunden und mit Lieferanten. Die Mitarbeiter sollen sie führen und die Öffentlichkeitsarbeit gestalten. Die Bilanz müssten sie verstehen und auch das Controlling.

Dabei ist diese Aufzählung noch gar nicht vollständig. Die entscheidenden Kompetenzen, die Gründer brauchen, um sich im Markt auch behaupten zu können, fehlen noch. Gründer müssen neue Trends und Veränderungen im Markt rechtzeitig erkennen, ihr unternehmerisches Konzept immer wieder auch neuen Marktbedingungen anpassen. Sie müssen ihre Ideen den eigenen Mitarbeitern plausibel machen und sie damit begeistern können. Sie müssen ihr Unternehmen führen. Das ist etwas anderes, als den Geschäftsalltag zu organisieren und zu verwalten.

Heißt Entrepreneur zu sein, Betriebswirtschaftler sein zu müssen?

Die angelsächsische Literatur trennt die Funktion des Entrepreneurs von der des Managers. Doch diese Unterscheidung zwischen Entrepreneurship auf der einen Seite und Business Administration auf der anderen wird hierzulande kaum rezipiert. Während Entrepreneurship sich auf das Neue, Unerprobte, Wagemutige bezieht, das am Markt durchgesetzt werden soll, benennt *Business Administration* den Aspekt der Verwaltung eines Unternehmens.

Die meisten Menschen verfügen aber nicht über beide Fähigkeiten. Daher überfordert man den Gründer, wenn man ihm beides aufbürdet. Folgt man diesem Argument, so ergibt sich die Notwendigkeit von Arbeitsteilung, aber damit auch die Chance, den Gründer für die kreativen, schöpferischen Teile freizustellen. Konsequenz zu Ende gedacht hieße das: Als Gründer müssen Sie *an* Ihrem Unternehmen arbeiten, nicht notwendigerweise *in* Ihrem Unternehmen.

Unternehmensgründer soll auch werden können, wer seine Leidenschaft nicht in der Betriebswirtschaftslehre sieht. Wenn man den Gedanken der Arbeitsteilung auf das Gebiet des Entrepreneurship anwendet, statt Überforderung und Dilettantismus zu fördern, eröffnet dies vielen Menschen die Chance zu partizipieren, nicht nur betriebswirtschaftlich geschulten Gründern und Ökonomen. Erfolgreiche Ökonomie entsteht durch neue Ideen, begleitet von erprobten betriebswirtschaft-

lichen Instrumenten. Die Chance besteht dann darin, durch Arbeitsteilung das komplexe Phänomen Unternehmensgründung in die zwei Grundfunktionen – Entrepreneurship und Business Administration – zu zerlegen.

Die Chancen für ein hoch entwickeltes und zivilisiertes Land wie Deutschland liegen in neuen, zukunftsweisenden Ideen. „Masters of Business Administration“ gibt es viele. Was wir dringend brauchen, sind „Masters of Ideas and New Concepts“. Die wenigen, die wir haben, und die noch kleinere Zahl davon, die erwägt zu gründen, sollten wir nicht unnötig abschrecken oder zu betriebswirtschaftlichen Dilettanten machen.

Auszüge aus: Kopf schlägt Kapital, Hanser Verlag 2010.



Prof. Fritz Fleischmann,
Babson College, USA:

» *Entrepreneurship repräsentiert die Chance der ökonomischen Selbstfindung für Menschen, die ihr Leben selbst in die Hand nehmen wollen, aber auch eine Chance für die menschliche Gesellschaft, die Grundlagen ihres Zusammenlebens neu zu überdenken. Ökonomischer Individualismus treibt uns von Krise zu Krise; Entrepreneurship vereinbart individuelle Kreativität mit sozialer und ökologischer Verantwortung und zielt auf Wirtschafts- und Lebensmodelle, die allen nützen können.* «



Prof. Pietro Morandi,
Zürcher Hochschule der Künste:

» *‘Entrepreneurship’ bedeutet für mich, Wege zu suchen, das scheinbar nicht Gestaltbare doch noch gestalten zu können* «

Das Modell



Teekampagne

Die Idee: radikale Einfachheit

Die Teekampagne ist in der Überzeugung gegründet worden, dass hochwertiger Tee in Deutschland wesentlich preiswerter angeboten werden kann als im konventionellen Teehandel üblich.

Die Vision des Gründer: war es, durch eine radikale Vereinfachung Wege und Material intelligent einzusparen. Nicht Fracht oder Versicherung machen den Großteil der Kosten aus, sondern der Zwischenhandel und die bei Tee gängigen Kleinpackungen.

Heute ist die Teekampagne das größte Teeversandhaus der Bundesrepublik und der weltweit größte Importeur von Darjeeling-Tee. Das Unternehmen beschäftigt 20 Mitarbeiter und hat mehr als 200.000 Kunden.

Die Prinzipien:

■ Konzentration auf eine Sorte Tee

Die Beschränkung auf nur eine einzige Sorte Tee hat den Vorteil, dass die Einkaufsmengen so groß werden, dass kein Zwischenhandel notwendig wird.

■ Großpackungen

Die Teekampagne verkauft nur in Großpackungen. Der Käufer selbst soll Vorrat halten und muss die Lagerhaltung des Händlers nicht teuer bezahlen

■ Qualitätssicherung

Das Schutzsiegel für 100% reinen Darjeeling, ein mehrstufiges Kontrollsystem sowie die enge Zusammenarbeit mit den Produzenten vor Ort garantieren die hohe Qualität des Tees.

■ Rückverfolgbarkeit

Bei der Teekampagne kann man den Inhalt jeder Teepackung über alle Stationen bis zum Ursprung zurückverfolgen.

■ Unternehmerische Verantwortung

Aus unternehmerischer Verantwortung finanzieren wir seit 1992 ein eigenes umfangreiches Wiederaufforstungsprojekt in Darjeeling. Organisatorisch wird es vor Ort vom WWF India betreut.

Das Beispiel Teekampagne zeigt: Man kann auch ohne Patent, ohne viel Kapital und ohne umfangreiche betriebswirtschaftliche Ausbildung, dafür aber mit Kopf und Konsequenz erfolgreich ein Unternehmen gründen.

www.teekampagne.de



Deutscher Gründerpreis

Der Sonderpreis für innovative Konzepte und außergewöhnliche Leistungen von Pionierunternehmen ging 2009 an die Projektwerkstatt/Teekampagne. Hervorge-

hoben wurde der Mut, radikal mit den alten Traditionen des Teehandels zu brechen. „Der Gründer des Unternehmens, Professor Günter Faltn, hat mit seiner Gründungsidee Strukturen in einem gesättigten Markt aufgebrochen und gezeigt, wie man durch radikales Infragestellen bestehender Konventionen erfolgreich sein kann. Ausgehend von seiner Vision, durch konsequente Vereinfachung Material und Wege zu sparen, bietet er ein hochwertiges Produkt sehr preisgünstig an und hat die Teekampagne zum größten Teeversandhaus in Deutschland entwickelt. Die Teekampagne ist ein Beispiel für den gelungenen Transfer von der Wissenschaft in die Praxis und zeigt, dass die Universität ein Labor für Gründungsideen sein kann“, legte die Jury dar.

Theorie und Praxis verbinden Universität und Entrepreneurship

Das Unternehmen, die Projektwerkstatt GmbH, wurde 1985 aus der Universität heraus gegründet und mit eigenen Mitteln der Gesellschafter finanziert.

Erfolgreiche Gründungen



Ideenschmiede für post-industrielle Bedürfnisse

Das „Labor für Entrepreneurship“ ist eine Methode, systematisch aus einem Rohstoff (Patent, neue Technologie, neue Idee) ein ausgereiftes und in allen notwendigen, auch betriebswirtschaftlichen Aspekten durchdachtes Business Model zu entwickeln. Das Wort „Labor“ soll in Anlehnung an seinen Gebrauch in den Naturwissenschaften verdeutlichen, dass es um einen systematischen Prozess geht, also um mehr als nur um Einfälle und Assoziationen. Ein gut durchdachtes Business Model muss den Transfer leisten, aus einem technischen Patent, einem Forschungsergebnis oder einer neuen Technologie ein Produkt oder eine Dienstleistung zu formen, die am Markt auch Käufer findet. Hierbei kommen im Labor für Entrepreneurship eigens dafür entwickelte Methoden des Idea Development und Idea Refinement zum Einsatz. Erst dann beginnt die praktische Umsetzung.



Wie mit der Figur dargestellt, muss ein gutes Business Model aus mehreren Komponenten zusammengesetzt sein, die so tragfähig sind, dass sie Stöße von außen auffangen können. Im Markt passiert es nicht selten, dass ein Wettbewerber Marktvorteile ins Feld führt. Ein gutes Business Model sollte daher möglichst auf mehr als einem Bein stehen. Auch die Skulptur kann auf jedem der vier Stuhlbeine zu einer stabilen, ausbalancierten Position finden.

www.entrepreneurship.de

RatioDrink

Apfelsaft ist meist aus Konzentrat hergestellt, dem der Abfüller Wasser hinzufügt. Kann man das nicht auch selbst? Natürlich. So muss das Wasser nicht teuer bezahlt und auch nicht in die Wohnung geschleppt werden. Einfach das Konzentrat, und das möglichst in Großpackungen. Es sind die Prinzipien der Teekampagne, auf Fruchtsaft angewandt. Möglichst direkt am Ursprung kaufen, ohne Zwischenhandel.

Reines Konzentrat, ohne irgendwelche Zusätze. Keine zuckerhaltigen Limonaden oder Colagetranke, keine Aroma- oder Farbstoffe. Wie beim Reinheitsgebot des Bieres, nur reine Zutaten, hier Frucht und Wasser. Und auch in Bioqualität erhältlich, aus kontrolliert biologischem Anbau.

Es sind keine Konservierungsstoffe notwendig, weil Konzentrat haltbarer ist als Saft. Der osmotische Druck konzentrierter Flüssigkeit bietet Bakterien nur schwer Angriffsmöglichkeiten. Darüber hinaus lässt das „bag-in-the-box“-Prinzip nach dem Öffnen keine Luft in die Packung, so dass die Flüssigkeit nicht mit Sauerstoff in Berührung kommt, während sonst der offene Apfelsaft rasch zu Ende getrunken werden muss. Ein Vorteil also auch gegenüber Direktsaft.

Das erste Produkt war Konzentrat aus Äpfeln der Bodensee-Region, abgefüllt in der 3-l-Großpackung. Inzwischen gibt es eine Auswahl an Konzentraten.

Die Ratio hätte keine Chance, wird uns oft gesagt. Emotionen, verführende Bilder und flotte Werbesprüche verkauften sich besser. Kann sein – aber vielleicht kommt die Vernunft einfach nur zu kopfig daher. Man müsste die Vernunft „begehr“ machen, ja attraktiver als die sanfte Verdummung moderner Konsumwelten. Eine intelligente Lösung finden und so preiswert machen, dass es leicht fällt, vernünftig zu werden?

Umgerechnet auf den Liter kosten 3 l Konzentrat von Ratio-Drink deutlich weniger als selbst im Discount-Handel. Darüber hinaus spart man sich die Schleppelei von Saft und Wasser wie auch den Aufwand mit den leeren Verpackungen.

www.ratiodrink.de



Ebuero

Aufgrund der eigenen Erfahrungen als Entrepreneur und Unternehmer, wusste Holger C. Johnson sehr gut, dass gerade kleine Unternehmen, Freiberufler und Unternehmensgründer einen entscheidenden Wettbewerbsnachteil gegenüber „den großen Playern“ haben: die ständige Erreichbarkeit für Kunden. Denn wo mittelständische Unternehmen eine dicke aber auch kostenintensive Personaldecke haben, müssen die kleinen jederzeit selbst zum Hörer greifen – und das nicht nur, wenn es ihnen passt, sondern auch während des Meetings, des Verkaufsgesprächs oder bei Krankheit, Urlaub und ähnliches.

Doch durch die Entwicklung neuer Kommunikationstechniken konnte ebuero diesem Problem Herr werden. So hat ebuero den neuartigen Service des telefonischen Sekretariates entwickelt, der es Unternehmern erlaubt, auf eine kostengünstige Art und Weise immer erreichbar zu sein. Bei Bedarf sogar 24 Stunden täglich an 365 Tagen im Jahr – und dabei verursacht es nur einen Bruchteil (ca. 10%) der normalen Kosten.

Denn eine genauere Betrachtung ergab: Ein großer Teil der Tätigkeit sind Anrufe, die von der Sekretärin entgegengenommen werden können. Manche davon kann sie selbst erledigen, wie etwa Termine machen, manche auch sofort beantworten, weil sie über die wichtigsten fünf oder zehn Fragen selbst Bescheid weiß. Andere Anrufe wird sie weiterleiten, um Rückruf bitten oder sonst wie die Kontaktaufnahme organisieren. Diese Kernaufgaben eines Büros, nicht Kaffeekochen oder Blumen gießen, kann man auch einfacher, moderner, mit Einsatz von Hightech lösen. Mit Hilfe einer Software, die Angaben zu den am häufigsten gestellten Fragen oder die Namen der VIPs der Firma speichert. Außerdem erkennt sie aus den anrufenden Telefonnummern sofort, um welche Firma es sich handelt und zeigt blitzschnell die Angaben dazu auf dem Bildschirm. Auf diese Weise kann eine Person mehrere Büros bedienen, und die Kerndienstleistungen eines Büros werden erfüllt.

Mittlerweile ist ebuero europäischer Marktführer mit über 200 Mitarbeitern allein in Deutschland.

www.ebuero.de

PaperC

Vor allem Studenten stöhnen darüber, und jeder, der wissenschaftlich arbeitet, leidet darunter: Die relevanten Bücher sind in der Bibliothek unauffindbar – verliehen, verschwunden oder sie sind überhaupt nicht angeschafft worden. Mühsam beginnt nun die Suche nach dem begehrten Exemplar, und wenn man es schließlich in den Händen hält, kopiert man die Seiten, tippt die Texte in sein Laptop und darf dabei nicht vergessen, auch die korrekten bibliographischen Angaben zu übernehmen. Noch schlimmer wird es, wenn man mit dem gesamten Material auf Reisen gehen muss – schwere Koffer voller Bücher sind dann die Folge.

Das junge Start-up PaperC hat sich dieser Problematik angenommen. Die Gründer errichteten eine Plattform zum kostenfreien Lesen von Fachbüchern im Netz. Sie ermöglicht seinen Nutzern, Seiten aus dem Internet herunterzuladen und auszudrucken, Textstellen zu kopieren und zu zitieren sowie eigene Notizen anzufügen und auch online zu verwalten. Die Kosten sind dabei nicht höher als bei einer normalen Papierkopie – der Nutzen ist aber ungleich höher. Ohne Berge von Papier zu produzieren, kann so jeder seine eigene Sammlung wissenschaftlicher Texte anlegen – online, platzsparend, umweltfreundlich. Und ganz legal. Bereits über ein Duzend Verlage haben deshalb ihr Fachbuchsoriment zur Verfügung gestellt.

Belohnt wurde das junge Unternehmen, das erst Ende 2008 startete, mit der Auszeichnung „Start-up des Jahres 2009“.

www.paperc.de



Lukasz Gadowski,
Gründer von Spreadshirt:

» Unternehmertum heißt, mit sehr wenig Mitteln sehr viel zu erreichen«



CO₂ Kampagne

Die CO₂ Kampagne der Projektwerkstatt wendet die Prinzipien der Teekampagne – durch radikale Vereinfachungen Handelsstufen, Materialien und Wege einzusparen – auf hochwertige Energiesparlampen an. Die Kampagne hat das Ziel, durch hohe Einkaufsmengen Einfluss auf die Produzenten zu nehmen, damit bereits vorhandene Technologien auch wirklich eingesetzt werden und durch Großeinkauf Energiesparlampen für die Verbraucher preiswerter zur Verfügung gestellt werden können. Keine Billigprodukte, sondern hohe Qualität zu günstigeren Preisen als bisher.

Die Stärke liegt in der Ökonomie. Die „Figur“ der CO₂-Kampagne sieht, ökonomisch betrachtet, so aus: Nur ein einziges Produkt, nur in Großpackungen, ohne Zwischenhandel. Mit der Erfahrung und über zwanzigjähriger Praxis der Teekampagne können die Administrationskosten der Kampagne extrem niedriggehalten werden. Auf hohe Marketing-Ausgaben wird verzichtet.

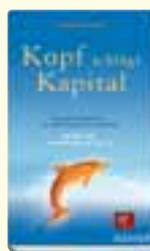
Eine Mitmach-Aktion ermöglicht es angehenden Entrepreneuren, risikofrei ein kleines Micro-Unternehmen zu starten und so erste unternehmerische Erfahrungen zu sammeln. Das „Unternehmen zum Mitmachen“ ist ein Schritt, ein Stepping Stone, der den Menschen die Gründung eines Unternehmens vertrauter und begehbarer machen soll. Die Projektwerkstatt stellt hierbei ein Unternehmen im Kleinformat zur Verfügung. Ein virtuelles, aber voll funktionsfähiges Unternehmen. Kostenlos. Sie nimmt jedem Kooperationspartner der CO₂ Kampagne die gesamte Unternehmensverwaltung ab und erreicht mit deren Hilfe viel mehr Menschen als sie selbst es könnte. Seit dem Start der CO₂ Kampagne im August 2007 sind so über 800 Mitmach-Shops eingerichtet worden.

www.co2kampagne.de



„Kopf schlägt Kapital“

Seit Oktober 2010 auch in China.



Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein

Dorothee hat Anglistik studiert, ihre Leidenschaft gilt der Keramik. Sie fertigt Vasen, einige hat sie schon verkauft. Nun überlegt sie, aus dem Hobby ein kleines Unternehmen zu machen. Ein Kollege ihres Vaters ist Professor für Entrepreneurship in Berlin. Er rät ihr zu, es zu versuchen. Ein paar Monate später jedoch sind die Pläne begraben.

Dorothee hat einen Kurs für Existenzgründer besucht – und festgestellt, sie sei als Unternehmerin ungeeignet. „An der Bilanzanalyse bin ich gescheitert“, sagt sie.

Diese Geschichte berichtet Günther Faltn in seinem Buch Kopf schlägt Kapital. Er ist der Entrepreneurship-Professor, der der jungen Frau zur Gründung geraten hatte und zusehen musste, wie eine tragfähige Idee für eine Kleinunternehmer-Existenz scheiterte, „an der Unfähigkeit der Existenzgründerberatung“. Faltins Urteil klingt hart, ist aber fundiert: In der deutschsprachigen wissenschaftlichen Literatur wie auch in der Gründungsberatung stünden die betriebswirtschaftlichen Probleme im Vordergrund – mit der Konsequenz, dass die Gründung eines Betriebs in erster Linie als technisch-instrumenteller Vorgang behandelt wird. Deshalb gibt es Ratgeber mit Checklisten und Tabellen zuhauf, aber kaum Inspirierendes, um Ideen zu finden und Geschäftsmodelle zu erfinden.

Das ist die Lücke, in die Faltns Buch stößt. Es denkt Unternehmensgründung neu – von der Idee, nicht von der Umsetzung her: „Erfolgreiche Unternehmen entstehen im Kopf“, schreibt Faltn. Im Gegensatz zu industriellen Zeiten, als die Gründung hohen Kapitaleinsatz erforderte, rücke heute die Idee in den Mittelpunkt. „Konzept-kreative Gründungen“ nennt er das: Gründungen, die nicht auf einem Patent oder einer technischen Erfindung, sondern auf einem innovativen Konzept beruhen.

Und noch mit einem anderen Dogma bricht Faltn: dem vom Unternehmer als Alleskönner, der sich in allen Facetten seines Geschäfts gleichermaßen gut auskennen muss. Ein Unternehmer müsse heute nicht mehr alles selbst machen und können. Ob Büro, Buchhaltung, Verpackung und Versand – es gibt fast alles als Dienstleistungen auf dem Markt. Der erreichte Stand der Arbeitsteilung macht es möglich, Unternehmen aus Komponenten zusammenzufügen. Modulares Gründen, das ist Entrepreneurship für Jedermann. „Nie waren die Bedingungen, eigene Ideen erfolgreich umzusetzen, so günstig wie heute.“

Winfried Kretschmer
in der Süddeutschen Zeitung, Anfang April 2009

Günther Faltn: Kopf schlägt Kapital. Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen. Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein. Hanser Verlag, 2010

www.kopfschlaegtkapital.com

Gründen mit Komponenten



Die alte Frage lautete: Was brauche ich alles, um ein Unternehmen zu gründen?



Die neue Frage lautet: Was kann ich aus vorhandenen Komponenten Neues komponieren?

Gründen mit Komponenten

Bei vielen Menschen herrscht die Vorstellung vor, dass ein Unternehmen ein handfestes Gebilde ist aus Räumen, Arbeitsplätzen und Mitarbeitern. Es werden dort Produkte oder Dienstleistungen erstellt, was Organisation und Management erfordert. Streichen wir für einen Moment diese konventionelle Vorstellung von „Unternehmen“ in unseren Köpfen und verabschieden uns von gewohnten Vorstellungen. Wir können uns nämlich dem Thema „Gründen“ auch ganz anders nähern. Die Frage, die wir uns stellen können, heißt: Kann ich nicht aus bereits Vorhandenem etwas Neues zusammenstellen? Die entscheidende Arbeit passiert nämlich im Kopf des Gründers. Ein modernes, hoch arbeitsteiliges Wirtschaftssystem stellt Vieles zur Verfügung, was man als Komponenten nutzen kann. Aus dem Baukasten, der uns zur Verfügung steht, und der täglich an Bauteilen und Varianten noch zunimmt, gilt es, neue Kombinationen oder effizientere Abläufe zu finden. Man kann in diesem Sinne den Gründer mit einem Komponisten vergleichen, der aus einem bekannten (Orchester-)Instrumentarium etwas Neues zusammensetzt.

In einem solchen Modell besteht die Aufgabe der Gründer darin, sich erstens ein Konzept auszudenken, zweitens die Partner zu finden und drittens das Zusammenspiel der Komponenten zu koordinieren und zu kontrollieren. Die Gefahr, den Gründer mit einer Vielzahl von Anforderungen – etwa betriebswirtschaftlicher, rechtlicher, organisatorischer Art – zu überfordern, wird dadurch entscheidend geringer. Der Gedanke des Gründens aus Komponenten baut auf der in angelsächsischen Ländern zu beobachtenden Tendenz auf, unternehmerisches Handeln unter zwei verschiedenen Aspekten, nämlich Entrepreneurship (Wie kommt das Neue in den Markt?) und Business Administration (Wie organisiere und verwalte ich ein Unternehmen?) zu betrachten. Heute sind beide Aufgaben derart umfangreich geworden, dass sie nur noch schwer von Gründern gleichzeitig zu erfüllen sind.

Das Komponentenmodell hat entscheidende Vorteile. Es ist bekannt – und in der wissenschaftlichen Literatur beschrieben –, dass junge Unternehmen nach der Gründung mehrere typische Phasen wachsender Komplexität durchlaufen, in denen sie in Krisen geraten und nicht selten scheitern. Mittels Komponenten verringern sich die Gründungsrisiken wesentlich, denn der Gründer greift mit ihnen auf etablierte, routinierte Einheiten zu, die bereits mit großen, effizienten Betriebsgrößen und hoher Professionalität arbeiten. Auch profitiert er von deren Wissen. Das eigene Unternehmen kann wachsen, aber der vom Grün-

der selbst betriebene Kern bleibt klein – und damit überschaubar und bewältigbar. Darüber hinaus hat dies für den Gründer den wesentlichen Vorteil, dass er sich auf das Geschäftsmodell und seine Weiterentwicklung konzentrieren kann, statt sich im Tagesgeschäft der Unternehmensverwaltung – der Business Administration – aufzureiben. Das Einsetzen von Komponenten verändert das Problem der „Umsetzung“ des Geschäftskonzepts radikal – und zwar quantitativ wie qualitativ. In den Komponenten ist die Umsetzung professionell delegiert. „Umsetzung“ reduziert sich auf die Kombination von Komponenten. Dies erhöht die (bisher geringen) Überlebenswahrscheinlichkeiten von Neugründungen ganz erheblich.

Die Vorteile des Komponentenmodells sind enorm. Statt zum überarbeiteten Selbständigen zu werden, ermöglicht es dem Gründer, in Konkurrenz zu treten mit seinen markterfahrenen Mitbewerbern. Es sind fast keine Investitionen erforderlich; damit entfällt die aufwändige Suche nach Kapitalgebern. Variable Kosten treten nur auf, wenn auch wirklich Bestellungen eingehen. Finanzierungsaufwand und Risiken reduzieren sich erheblich. Im Vergleich zu den konventionellen Formen können Gründungen rascher, einfacher und professioneller erfolgen. Auch die Unerfahrenheit vieler Gründer wird durch professionell geführte Komponenten aufgefangen. Natürlich bleibt betriebswirtschaftliches Denken und Handeln notwendig, aber vieles davon wird durch die in den Komponenten eingebettete Professionalität der Dienstleister übernommen.

Auszüge aus: Kopf schlägt Kapital, Hanser Verlag 2010.

BUCHHALTUNGS KOMponente

PROJEKTWERKSTATT

Dienstleistungen für Gründer

Bye-bye Buchhaltungs-Stress:

Professionelle Buchhaltung auch ohne Spezialkenntnisse: Die „Buchhaltungs-Komponente“

Gründern zu ermöglichen, Buchhaltung auch ganz ohne BWL- und Buchführungskennnisse zu erledigen, ist das Ziel der Buchhaltungs-Komponente. Gemeinsam von Günter Faltn, Professor für Entrepreneurship an der FU Berlin und dem Steuerberater Patrick Straßer entwickelt, wurde die neue Komponente erstmals während der Veranstaltung „Citizen Entrepreneurship“ im Rahmen des Vision Summit 2009 der Öffentlichkeit vorgestellt.

Das Prinzip dabei ist denkbar einfach – in nur drei Schritten zur fertigen Buchhaltung:

1. Scannen:

Die Belege werden gescannt und online an den Steuerberater übertragen

2. Verarbeitung:

Die online übermittelten Belege werden sofort als Finanzbuchhaltung weiterverarbeitet.

3. Auswertungen:

Alle Auswertungen werden online an die Gründer übertragen und stehen in der WebAkte jederzeit online zur Verfügung.

Diese digitale Kopie ersetzt den originalen Papierbeleg. Sicher gespeichert im Archiv beim Gründer und Steuerberater, kann sie jederzeit und von überall wieder aufgerufen, verarbeitet und reproduziert werden. Vorbei die Zeit, als die Papierbelege noch mühsam zum Steuerberater transportiert und abgeholt werden mussten.

Die Buchhaltungs-Komponente verringert die Kosten für die Erledigung der Buchführung deutlich, da die digitalen Belege mittels OCR-Technologie automatisch gelesen und verarbeitet werden. Eine echte Innovation zur beleglosen Buchhaltung.

www.buchhaltungskomponente.de

Logistikkomponente

Als Unternehmer muss ich nicht alles selbst machen, und das ständig...

Das Angebot der Projektwerkstatt GmbH, die Versand-Logistik für Gründer zu übernehmen, löst dieses Problem einfach und preiswert. Als Unternehmen mit vielen Aussendungen pro Tag, integriert es die Produkte des Jung-Unternehmens in seine Abläufe und kann somit den Versand erheblich günstiger anbieten als es der Einzelversand je sein könnte.

Das Angebot umfasst:

1. Bereitstellung aller notwendigen Software- und Hardware-systeme zur Abwicklung der Aufträge
2. Übernahme der Bestellungen aus dem von der Projektwerkstatt zur Verfügung gestellten Onlineshop
3. Abwicklung der Bestellungen in der Warenwirtschaft
4. Erstellung der Rechnungen
5. Konfektionierung der Aufträge (Packen der Ware und Druck der Rechnung)
6. Übergabe der Pakete an den Frachtführer
7. Überwachung d. Zahlungseingänge auf dem Bankkonto des Gründers

Grundsätze der Zusammenarbeit:

- Es muss ein Mindestvolumen von ca. 50 Aufträgen pro Woche erreicht bzw. garantiert werden. Die Versendung erfolgt dann 1-2 Mal pro Woche. Ab einem Volumen von 50 Aufträgen pro Tag ist ein tgl. Versand möglich.
- Zu Beginn d. Zusammenarbeit werden max. 3 Produkte abgewickelt.
- Versandverpackungen / Kartonagen werden vom Auftraggeber gestellt.
- Die Ware muss in einem versandfertigen Zustand angeliefert werden.
- Der Versand erfolgt z.Zt. ausschließlich mit versicherten Paketen.
- Der Paketversand erfolgt innerhalb Deutschlands.
- Sollten Beratungsleistungen bei der Übernahme des Mandats anfallen, so werden diese gesondert in Rechnung gestellt.
- Die Buchhaltung beschränkt sich auf die Debitorenbuchhaltung in Zusammenhang mit der ausgesendeten Ware.
- Als Zahlungsoptionen werden nur Lastschrift und Überweisung angeboten.
- Wareneinkauf wird nicht übernommen.

www.projektwerkstatt.com

Cultural Entrepreneurship



Initialzündung im Ideenraum Oder: Was man unter Cultural Entrepreneurship verstehen könnte

Im 19. Jahrhundert galt der Künstler als revolutionärer Gegenentwurf zum Unternehmer und seinen bürgerlichen Moralvorstellungen. Mit den Wandlungen des Industriekapitalismus, mit der Abkehr von seinen bürokratischen Organisationsvorstellungen orientieren sich moderne Managementphilosophien an Idealen wie Flexibilität, Kreativität und Innovation. Damit entstehen immer wieder Berührungspunkte zwischen zwei nur scheinbar gegensätzlichen Welten. Der Künstler werde, so der französische Soziologe Pierre-Michel Menger, zum Prototyp und Idealbild. Galt Kunst als exotisch anmutendes Gegenmodell zur abhängigen, fremdbestimmten und entfremdenden Erwerbsarbeit, als Reich der Freiheit im Gegensatz zum Reich der Notwendigkeit, so entwickelt sie sich vor unseren Augen zum Modell für einen kreativen Lebensentwurf:

Pablo Picasso

» There are painters who transform the sun into a yellow spot.

But there are others who, thanks to their art and intelligence, transform a yellow spot into the sun.«

Entrepreneurship als Selbstbestimmung, als künstlerische Tätigkeit des Neuentwurfs, des Überwindens von Konventionen, als kreative Zerstörung.

Dass der Bereich des Kulturell-Kreativen zunehmende wirtschaftliche Bedeutung erhält, ist bekannt; dies zeigt sich auch in der Rezeption von Begriffen wie creative industries oder creative economy. Im postindustriellen Zeitalter haben sich die gesellschaftlichen Werte längst weg von Basisbedürfnissen hin zu kulturellen Werten verschoben – dies spiegelt sich auch in den Bedürfnissen der Käufer wider. Dass aber zwischen Entrepreneurship und dem kulturell-kreativen Bereich auch eine innere Verwandtschaft besteht, stößt in Deutschland eher auf Befremden. Noch immer werden Kunst und Kultur hierzulande als Luxus angesehen, während wirtschaftliches Handeln als Reich der Notwendigkeit gilt. Es erklärt vielleicht, warum bei uns Entrepreneurship rasch mit „Betriebswirtschaft für Gründer“ gleichgesetzt wird.

Die Argumente von Stanley Gryskiewicz und Frans Johansson gehen in eine ganz andere Richtung. Gryskiewicz, vom Center for Creative Leadership, empfiehlt uns, sich mit Kunst zu beschäftigen: weil sie uns herausfordert, neue Perspektiven zu finden, uns auch emotional berührt und unsere Selbstverständlichkeiten infrage stellt. Er spricht von „Positive Turbulence“, ein Begriff, der an Schumpeters „schöpferische Zerstörung“ erinnert, als einem bereichernden Element für Ideen und Anstöße. Es gehe darum, eine Atmosphäre zu schaffen, die das Denken in den Grenzen des Status quo aufbreche und für neue Wege öffne. Vier Charakteristika spielten dabei eine Rolle:

- „Welcoming difference“ – Informationen und Abläufe zuzulassen, die unbekannt oder unerwartet sind und die eigenen Vorgehensweisen massiv infrage stellen.
- „Inviting multiple perspectives“ – zu divergierenden Sichtweisen und unorthodoxen Interpretationen von Sachverhalten zu ermutigen.
- „Controlling the intensity of turbulence“ – das Ausmaß und die Geschwindigkeit von Veränderung so zu moderieren, dass die gewünschten Prozesse nicht in negative Entwicklungen umschlagen.
- „Developing receptivity“ – die Voraussetzungen zu schaffen, dass die Beteiligten mit Veränderungen umgehen und sie mitgestalten können.

Frans Johansson, Autor und Entrepreneur, argumentiert, dass entscheidende Denkanstöße und Innovationen aus dem Zusammentreffen von Ideen aus unterschiedlichen Kulturen und Disziplinen entstehen. Diversity drives innovation. In einem solchen Ideenraum (idea space) käme es zu einer Initialzündung von außergewöhnlichen Sichtweisen und Entwicklungen.

Der Autor nennt dies den „Medici-Effekt“ in Anlehnung an die Zeit der berühmten Bankiersdynastie der italienischen Renaissance. Die Medicis förderten und finanzierten schöpferisches Arbeiten in seiner ganzen Breite. Dank dieses Klimas trafen in Florenz Bildhauer, Wissenschaftler, Dichter, Philosophen, Maler, Finanziers und Architekten aufeinander. Sie lernten voneinander und überwandten die Grenzen ihrer Disziplinen und Kulturen. Sie schafften damit eine Welt neuer Ideen, die uns heute als Renaissance bekannt ist.

Aber wir müssen gar nicht in das Florenz des 15. und 16. Jahrhunderts gehen. Auch unsere eigene Epoche enthält Elemente in dieser Richtung. Kulturell-kreative Kompetenz spielt immer häufiger eine Rolle für den wirtschaftlichen Erfolg von Unter-



nehmensgründungen. Karl Vesper beschreibt in seinen Studien, dass die Phase der Konzeptentwicklung vergleichbar ist mit dem künstlerisch-kreativen Prozess:

Karl H. Vesper

» *The development of an entrepreneurial idea is, above all, a creative process.*

Its engineering is comparable to an artistic creative act.«

Städte wie New York, Barcelona oder Berlin haben längst eine Wissenschafts- und Kulturszene, die jener Zeit in Florenz in nichts nachsteht. Was den Medicis aber offenbar gelungen ist, war der Brückenschlag. Eine Atmosphäre zu schaffen, in der „über die Schulter zu sehen“ zur Einladung wird, statt ängstlich das „Nichtgemeinsame“ zu betonen. Einen Ideenraum, in dem cultural entrepreneurship entsteht.

Marcel Proust

» *The real act of discovery consists not in finding new lands but in seeing with new eyes.*«

Wir können und müssen Entrepreneurship als offenes, attraktives Feld für eigenständiges, schöpferisches Handeln formulieren. Business Administration ist wichtig und muss professionell betrieben werden. Aber wir müssen Gründer durch sie entlasten, nicht verschrecken. Und: Sinnstiftende Ideen und Konzepte kommen nicht (nur) aus der Ökonomie.

Wie langweilig wäre die Welt der Architektur, wenn es nur die Statiker gäbe. Neue Konzeptionen, extravagante Entwürfe würden nur noch selten vorkommen. Nichts gegen Statiker, aber unter ihrem Blickwinkel werden ausgefallene Formen leicht zu Flausen, die es dem Ideengeber wieder auszutreiben gilt.

Wir dürfen die Welt der Ökonomie nicht den Business Administratoren, nicht den Verwaltern überlassen. Sie sind, um in diesem Bild zu bleiben, die Statiker – notwendig, ja unverzichtbar, aber nicht prädestiniert für Neuentwürfe, Experimentelles,

Andersartiges, Provozierendes. Doch genau diese Qualitäten brauchen wir, wenn auf viele der anstehenden Probleme neue, zeitgemäße Antworten gefunden werden sollen.

Albert Einstein

» *Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.*«

Die Nähe von Entrepreneurship und Kunst findet sich manchmal sogar in der Wortwahl, so wie Steve Wozniak, Mitgründer von Apple, seine Arbeit beschreibt:

Steve Wozniak

» *Ein guter Ingenieur ist wie ein Künstler. Wenn man etwas entwickelt, ist jedes Detail wie ein Pinselstrich, der genau passen muss.*

Genau so wie Ernest Hemingway Tage und Wochen an seinen Sätzen feilte, arbeite ich bei Apple.

Wir haben komponiert wie Solomusiker. Aus Noten werden Melodien, dann Strophen, und am Ende kommt ein ganzes Lied heraus.«

Auszüge aus: Kopf schlägt Kapital, Hanser Verlag 2010.

Social Entrepreneurship



Die Idee des Social Entrepreneurship trifft in Deutschland zunehmend auf fruchtbaren Boden. Wahrscheinlich, weil der Begriff das Engagement für eine soziale Aufgabe verbindet mit der Vorstellung von unternehmerischer Initiative, zielbewusster Organisation und der Kostendisziplin von Unternehmen. So etwas wie Richard Branson und Mutter Theresa in einer Person. Darüber hinaus trifft der Begriff eine Strömung, die besagt: Regierungen, Verwaltungen und die bestehenden sozialen Organisationen scheinen mit den Problemen nicht mehr richtig fertig zu werden – sei es, weil sie ineffizient arbeiten, soziale Bedürfnisse mehr verwalten als befriedigen oder überhaupt unbeweglich und veraltet sind. Wir bräuchten – so die These – Social Entrepreneurs, die mit neuen Ansätzen auf komplexe neue Probleme adäquate Antworten finden und umsetzen.

Der Begriff Social Entrepreneurship ist neu, das Phänomen nicht. Es hat immer Social Entrepreneurs gegeben, und viele unserer Institutionen sind durch sie entstanden. Bereits im 19. Jahrhundert rief Friedrich von Bodelschwingh in Bethel eine Organisation ins Leben, die nach wirtschaftlichen Grundsätzen arbeitete und eigene Handwerksbetriebe, eine eigene Strom- und Wasserversorgung, Schulen und Ausbildungsstätten betrieb. Der Gründer des Roten Kreuzes, Henri Dunant, war sicherlich ein Social Entrepreneur, so wie Mutter Theresa in Kalkutta.

Für Social Entrepreneure gilt, dass sie Pioniere sind, die mit neuen Ansätzen arbeiten – im Gegensatz etwa zu Versuchen, die bestehenden Verfahren geringfügig zu verbessern und zu optimieren. Es geht um Neuentwürfe zur Lösung sozialer Probleme.

Muhammad Yunus ist ein gutes Beispiel hierfür. Yunus' Grameen Bank mit ihren Kleinstkrediten revolutionierte das Verständnis und die Vorgehensweise in der Kreditvergabe. Vor Yunus galten die Armen als nicht kreditwürdig, darüber hinaus als nicht rentable Kunden für die Banken, selbst wenn sie die Kredite zurückbezahlten, weil Kleinstkredite im konventionellen Bankensystem zu hohen Verwaltungsaufwand verursachen. Und schließlich glaubte niemand daran, dass die Armen Fähigkeiten zum Entrepreneur besitzen. Yunus schuf ein gänzlich neues System, bewies, dass die Armen gute Kreditrisiken sind und dass man eine Organisation aufbauen kann, die sich größtenteils selbst finanziert, Zinsen verlangt und erhält und dass dieses System international anwendbar ist. Wer die Geschichte von Yunus kennt, weiß, dass er mit dem für

unsere Verhältnisse lächerlichen Betrag von umgerechnet 27 US-Dollar anfing und 42 Frauen zu Micro-Entrepreneurship verhalf (also mit gut einem halben Dollar pro „Projekt“) und dass die Kreditnehmer das Geld ausnahmslos zurückzahlten.

Normalerweise – beim Thema Entrepreneurship – fragen wir: Wie kommt das Neue in die Welt? Wir reden über zukünftige Entwicklungen, Innovationen, Marketingstrategien. Lassen Sie uns einmal fragen: Wie kommt das Gute in die Welt? Sie werden vielleicht sagen: Es gibt Menschen mit guten und solche mit schlechten Intentionen. Und auf das Beispiel Entrepreneurship übertragen würde das heißen: Die „Guten“ machen Social Entrepreneurship, und die „Bösen“ machen Business Entrepreneurship. Die einen setzen sich altruistisch für andere Menschen ein, für gute Ziele, die anderen streben nach dem Mammon.

Vieles in der populären wirtschaftlichen Diskussion hört sich so an. So, als sei der Profit das Kainszeichen, mit dem man die Guten von den Bösen unterscheiden kann. Ich glaube, so leicht sollten wir es uns nicht machen. Selbst hartgesottene Non-Profit-Menschen erkennen mittlerweile die Vorteile, die es hat, wenn man Überschüsse erzielt und sie für seine Zwecke einsetzen kann.

Business Entrepreneurship unterscheidet sich vom Social Entrepreneurship durch seine Profitorientierung. Aber wir wissen, dass Profite nicht vom Himmel fallen. Man muss



**Prof. Muhammad Yunus,
Friedensnobelpreisträger:**

» Wohltätigkeit löst das Problem der Armut nicht. Vielmehr erhält Wohltätigkeit die Armut aufrecht, da sie den Armen die Eigeninitiative raubt«



sie sich erarbeiten und trifft dabei auf ganz bestimmte Bedingungen. Und man kann, glaube ich, generell sagen: Heute wirken eine ganze Reihe von Tendenzen, die es immer schwerer machen, skrupellose Geschäftspraktiken auf Dauer erfolgreich durchzuhalten.

Was ich damit sagen will: Selbst wenn wir annehmen würden, dass „Böses“ im Schilde geführt wird, zwingen die Marktbedingungen tendenziell zu „gutem“ Verhalten. „Ethic pays“ – Ethik macht sich bezahlt – ist längst Teil der Managementliteratur.

Die populäre Interpretation der Wirtschaftswissenschaften führt den Homo oeconomicus ins Feld, eine Art Frankenstein der Gefühle und der Seele, der nichts als Profit im Kopf hat. Dabei wird übersehen, dass die Fachdisziplin Ökonomie, wie jede andere Fachdisziplin auch, in ihrer fachwissenschaftlichen Betrachtung, das heißt, um die Fülle der Einflussfaktoren zu reduzieren, von allen anderen als den fachwissenschaftlichen Aspekten abstrahiert. Der Homo oeconomicus ist eine Modellannahme und nicht eine Realitätsbeschreibung.

Der Unterschied zwischen den Social Entrepreneurs und den Business Entrepreneurs ist also bei genauerer Betrachtung kleiner, als er in der öffentlichen Diskussion gesehen wird. Ich würde sogar eine Konvergenz- These aufstellen: Während Social Entrepreneurs aufgrund von Budgetkürzungen in Zukunft stärker Mittel der Effizienz und Marktorientierung einsetzen müssen und sich damit auf die Business Entrepreneurs zubewegen, werden die Business Entrepreneurs durch zunehmende Information, Transparenz, Vergleichsmöglichkeiten und Wettbewerb gezwungen, gute Produkte anzubieten, gerade wenn sie auf Dauer wirtschaftlich erfolgreich sein wollen.

Entrepreneure müssten heutzutage ein viel größeres Maß an Verantwortlichkeit einbringen, und dazu brauche es nicht gleich hohe moralische Beweggründe, sondern eigentlich nur den Wunsch nach Überleben und Erfolg. Die Business Entrepreneurs bewegten sich also in ihrem höchst eigenen Interesse auf die Social Entrepreneurs zu, könnte man sagen. Funktionierende Märkte schaffen Mechanismen, die tendenziell zu gutem Verhalten zwingen.

Noch einen dritten Punkt würde ich anführen wollen, was die Perspektiven des Social Entrepreneurship in Deutschland angeht. Die Ausdehnung des Gedankens des Entrepreneurship in den sozialen Bereich könnte dazu führen, dass Menschen,

die dem Bereich des Unternehmerischen bisher skeptisch gegenüberstanden, mehr Aufgeschlossenheit und Verständnis für einen Teilbereich von Wirtschaften erfahren, der sicher sympathischer ist als der Bereich der großen anonymen Firmen und multinationalen Konzerne.

Auszüge aus: Kopf schlägt Kapital, Hanser Verlag 2010.



Hernando de Soto, Autor:

» It is time for the majority of poor people all over the world to consider the possibility of adopting property and business rights in order to exchange signals with each other and the outside world, to combine their resources productively and create diversity and wealth.«



Prof. Götz W. Werner, Gründer der dm-Drogeriemarkt-Kette:

» Unternehmerisches Denken brauchen wir überall, denn je mehr es davon in einer Gemeinschaft gibt, desto lebendiger, zukunftsfähiger ist sie. Unternehmertum ist eine Einstellung, bei der sich ein Mensch so in die Gemeinschaft stellt, dass er zunächst selbst erkennt, was zu tun ist, um anschließend mit Initiative und Tatkraft die Dinge aufzugreifen und zu verwandeln.«

IBB Hilft beim Transfer von der Wissenschaft in die Wirtschaft

Kein Zweifel, Berlin verfügt über eine exzellente Forschungslandschaft. Mit 4 Universitäten, 19 Hochschulen sowie zahlreichen außeruniversitären Forschungseinrichtungen besitzt die Stadt die beste Forschungs- und Wissenschaftsinfrastruktur aller Bundesländer. Trotz dieser hervorragenden Ausgangsposition könnte Berlin seine Position als Innovationsstandort sicher noch weiter verbessern.

Mit ihren Angeboten kann Berlins Landesförderbank, die Investitionsbank Berlin (IBB), hier helfen. In der Wirtschaftsförderung setzt die IBB vor allem auf darlehensbasierte und beteiligungsorientierte Finanzierungen, die im Rahmen revolvingender Förderfonds angeboten werden. Zuschüsse ergänzen das Produktangebot in einigen Programmen. Eine umfassende Finanzierungsberatung rundet das Angebotsspektrum ab.

Mit ihrer Arbeit trägt die IBB aktiv zur Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Berlin bei. Sie übernimmt eine zentrale Rolle, insbesondere bei der monetären Förderung der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Besonderes Augenmerk legt sie dabei auf innovative Unternehmen, die in den Berliner Kompetenzfeldern

- Biotechnologie,
- Medizintechnik,
- Informations- und Kommunikationstechnologie/Medien,
- Optische Technologien,
- Verkehr und Mobilität,
- Energietechnik

tätig sind.

Es ist eine alte wirtschaftliche Weisheit: Investitionen schaffen und sichern Ar-



beitsplätze. Und damit in Berlin dieses Ziel erreicht wird, gibt es das Programm Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ – kurz „GRW“. Mit diesem Instrument fördert das Land über die IBB Investitionen im gewerblichen Bereich.

Neben der GRW gibt es speziell für Technologieunternehmen das Programm „ProFIT“. Damit fördert die IBB zukunfts-trächtige Projekte in allen Phasen des Innovationsprozesses – von der Forschung bis zur Markteinführung. Die Nachfrage ist sehr gut. So lagen die Bewilligungen 2009 bei insgesamt 53 Mio. Euro. Das war ein Wachstum von 44 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Auch das Programm „Innovationsassistent/-in“ richtet sich speziell an Technologieunternehmen. Unterstützt werden darüber innovative Projekte von kleinen und mittleren Technologie-Unternehmen, die von Universitäts- bzw. Fachhochschulabsolventen umgesetzt werden. Der Hochschulabsolvent wird von dem Unternehmen für mindestens zwei Jahre in ein Beschäftigungsverhältnis übernommen. Die Förderung erfolgt über einen Personalkostenzuschuss.

Last but not least gibt es über die IBB Beteiligungsgesellschaft den VC Fonds Technologie Berlin. Ziel des Fonds ist die Beteiligung an jungen Berliner Technologieunternehmen mit Wachstumspotenzial, die in den Schwerpunkt- und Schlüsseltechnologiefeldern Berlins tätig sind. Insgesamt wurden 2009 aus diesem Fonds elf Unternehmen mit privaten Investoren finanziert.

Prinzipiell ist es Ziel der IBB, Unternehmen in jedem Stadium des Unternehmenslebenszyklus von der Gründung über das Wachstum bis zur Konsolidierung das passende Finanzierungsangebot offerieren zu können.

Will jemand ein Unternehmen gründen, hält die IBB spezielle Produkte für Existenzgründer bereit. Ihr wichtigstes Programm, wenn es um eine Unternehmensgründung geht, ist „Berlin Start“. Existenzgründer und junge Unternehmen mit einem Finanzierungsbedarf bis 100.000 Euro können dieses Programm in Anspruch nehmen.



Haben Unternehmen den Zyklus der Gründung hinter sich gelassen, kommen sie in eine Phase, in der sie wachsen. Hier bietet die IBB neben anderen Produkten das Programm „Berlin Kredit“ an. Damit können in erster Linie kleine und mittlere, am Markt bereits etablierte, Unternehmen sowie Freiberufler gefördert werden.

Neben diesen monetären Angeboten stellt die IBB über ihr Technologie Coaching Center (TCC) auch Beratungsleistungen zur Verfügung. Darüber hinaus unterstützt sie mit ihrer Beteiligung an der „ipal Gesellschaft für Patentverwertung Berlin mbH“ Wissenschaftler dabei, ihre innovativen Ideen zu schützen und in die Praxis umzusetzen. Insgesamt verfügt die IBB somit über eine breite Palette, um den Transfer von der Wissenschaft in die Wirtschaft zu fördern. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag, die Zukunftsfähigkeit von Berlin zu unterstützen.

*Ulrich Kissing
Vorsitzender des Vorstands der
Investitionsbank Berlin*



Investitionsbank Berlin
Bundesallee 210
10719 Berlin
Telefon: +49 (0) 30 2125-0
Telefax +49 (0) 30 2125-2020
info@ibb.de
www.ibb.de

Impulse und Kontakte für Gründer

Gründercafé® www.gruendercafe.de

Seit Januar 2007 ist das Gründercafé® unter www.gruendercafe.de online. Es wurde durch das Existenzgründer-Institut konzipiert und realisiert. Im Gründercafé können sich Gründer und Selbstständige vernetzen und mit ihren Fragen rund um die Gründung an Experten wenden. Mit dem Gründercafé® wurde eine wichtige Netzwerkplattform für Gründer in und um Berlin sowie deutschlandweit geschaffen. Die Nutzung des Gründercafés ist kostenfrei. Interessierte melden sich im Gründercafé an und knüpfen persönliche Kontakte. Unter dem Leitgedanken »Von

Unternehmern für Unternehmer« ist das Gründercafé ein starkes Netzwerkforum für Gründer. WWW.GRUENDERCAFE.DE

Thematische im Gründercafé

- Gründertisch (Starthilfe, Startkapital, Konzept)
- Recht & Steuern (Urheberrecht, Steuerrecht, Kontenrahmen)
- Finanzen (Venture Capital, Finanzpartner, Finanzierung)
- Marketing & Vertrieb (Marketingideen, Vertriebskooperation)

Das Gründercafé bietet Gründern seine Hilfe an – und das 24 Stunden an 365 Tagen im Jahr.



profund – Die Gründungsförderung

Nur wer es ausprobiert, kann wissen, ob er Freude daran hat, sein eigener Chef zu sein. Deshalb macht profund – Die Gründungsförderung der Freien Universität Berlin Studierende im Rahmen von Qualifizierungsmaßnahmen zu Unternehmern auf Zeit.

Für Studierende, Alumni, Wissenschaftlerinnen oder Wissenschaftler mit einem konkreten Gründungsvorhaben bietet profund eine Erstberatung an und analysiert, welche Unterstützung sie brauchen. Je nach Bedarf werden sie an Experten, Coaches und Mentoren vermittelt, die die Gründer langfristig betreuen und zu Themen wie Teamstruktur, Steuern, Patente, Rechtsformen und Verträge beraten. Der profund-Finanz-Scout erarbeitet mit ihnen Finanzierungsmodelle und hilft dabei, Fördermittel zu beantragen und Kontakte zu privaten Investoren aufzubauen.

Um den Start zu erleichtern, stellt profund außerdem rund 100 Arbeitsplätze in fünf eigenen Gründerhäusern zur Verfügung. Eines dieser Häuser ist die Gründer-Villa, die zur Projektwerkstatt GmbH von Professor Dr. Günter Faltn gehört. In Kooperation mit der Projektwerkstatt vergibt profund dort Arbeitsräume an Gründer, die nach dem konzept-kreativen Ansatz von Professor Faltn arbeiten. Als eine feste Größe in der Gründerszene hat sich das monatliche Netzwerktreffen »Business & Beer« in der Villa etabliert. An jedem letzten Mittwoch im Monat tauschen sich dort Gründungsinteressierte und Gründer mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft aus.

www.fu-berlin.de/wirtschaft/profund/

Business Angels braucht das Land

„Warum ist wohl niemand vorher draufgekommen?“ Diese Frage stellt man sich bei der Geschäftsidee von SchulLV. Der Kenner weiß: Das ist eine gute Frage, denn sie deutet an, dass aus dem Unternehmen etwas werden könnte. SchulLV bietet im Internet Prüfungs- und Übungsaufgaben mit Lösungen und Skripten zum individuellen Lernen an. Die Aufgaben gibt es ohne zu bezahlen, die Lösungen nicht. Lehrer können das Material oder eigene Lernmittel online für ihre Klassen nutzen.

Um das nötige Startkapital für ihre Unternehmensgründung zu bekommen, recherchierten die Jung-Gründer Mathias Junker und Oliver Witt im Internet und kamen über den Suchbegriff Business Angel auf die Website von Business Angels Netzwerk Deutschland e.V., Dachverband der deutschen Business Angels Netzwerke. Dort sind sie auf über 40 Netzwerke aufmerksam geworden, haben sich auf einen Präsentationsplatz beworben und sind aufgenommen worden.

Business Angels nutzen ihre unternehmerische Erfahrung und ihr persönliches Netzwerk bei Kunden, Lieferanten und weiteren Finanziers, um dem Start-up auf die Beine zu helfen. Voraussetzung ist eine Geschäftsidee, die ein außergewöhnliches Wertwachstum erwarten lässt, und über solch eine Idee verfügten Mathias Junker und Oliver Witt mit SchulLV. Die Erfolgsgeschichte nimmt seitdem ihren Lauf. Mittlerweile haben sich rund 85 Schulen mit 6.000 Schülern einen Zugang gekauft.

Die Business Angels sind die wichtigsten Eigenkapitalfinanziers junger Unternehmen. In Deutschland gibt es etwa 5.000 Business Angels, davon sind 1.400 in regionalen Netzwerken organisiert.

www.business-angels.de



Hans Wall, Gründer der Wall AG:

» Es kommt nicht auf den Bildungsabschluss an oder auf das Elternhaus, sondern auf die Beharrlichkeit, mit der man an der Sache bleibt. «



Prof. Axel Kufus, Universität der Künste, Berlin:

» Wir bilden unsere Studierenden im Design nicht aus, auf daß sie Arbeit finden. Vielmehr: erfindet sie! «



Die BMW Stiftung Herbert Quandt

Die BMW Stiftung setzt ihre Mittel in erster Linie für eigene Programme ein. Neben internationalen Konferenzen und Workshops zu aktuellen politischen Themen führt sie vor allem für junge Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung, Wissenschaft, Kultur, Medien sowie dem Dritten Sektor Young-Leaders-Foren, Ideen- und Projektwettbewerbe sowie Förder- und Stipendienprogramme durch. Ziel dieser Foren und Programme ist, bei allen Beteiligten nachhaltige und wirksame Formen gemeinnützigen und öffentlichen Engagements zu fördern, zu entwickeln oder anzustoßen. Sofern private oder öffentliche Organisationen ähnliche Ziele verfolgen, geht die Stiftung auch langfristige operative Förderpartnerschaften ein. Dabei geht es sowohl um finanzielle als auch ideelle Unterstützung der jeweiligen Partner.

Mission Statement:

- Wir unterstützen Führungspersönlichkeiten, die in ihrem beruflichen und persönlichen Handeln ein übergeordnetes Gemeinwohl berücksichtigen und sich partnerschaftlich für die Entwicklung einer lebendigen Bürgergesellschaft einsetzen.
- Wir setzen uns mit Fragen der Globalisierung auseinander und tragen so zu einem internationalen gesellschaftspolitischen Dialog bei.
- Wir legen unserer Arbeit wissenschaftliche Expertise zugrunde und fördern interdisziplinäre und transsektorale Lösungsansätze.
- Wir stiften Orientierung, indem wir erfolgreiches gesellschaftspolitisches Engagement sichtbar machen und fördern die Verbreitung und Entwicklung innovativer Modellprojekte.

www.bmw-stiftung.de

Network For Teaching Entrepreneurship (NFTE)

Ziel des gemeinnützigen Vereins NFTE ist die Förderung von Selbstvertrauen, Eigeninitiative und Unternehmergeist bei Jugendlichen mit schlechten Startchancen. Dazu bildet NFTE-Lehrkräfte fort und unterstützt sie bei der Durchführung der innovativen NFTE-Wirtschaftskurse an den Schulen.

Schwer motivierbare Jugendliche lernen in NFTE-Kursen, unternehmerisch zu denken und entwickeln in einem kreativen Prozess eine eigene Geschäftsidee, die sie dann in die Realität umsetzen. Dabei erfahren sie ganz praxisnah, wie die Wirtschaft funktioniert. Dies wird durch den erlebnisorientierten, fächerübergreifenden und interaktiven NFTE-Lehrplan erreicht. Am Ende des Kurses steht eine Businessplan-Präsentation der Geschäftsideen vor einer Jury aus der Wirtschaft. So steigen die Chancen der Jugendlichen, doch einen guten Ausbildungsplatz zu finden, und sie erwerben für ihre Zukunft unternehmerische Kompetenz.

NFTE-Kurse werden in den Klassen 7, 8, 9, und ggf. 10 an Haupt- und Realschulen, Gesamtschulen, Berufsschulzentren und Förderschulen im Fach Arbeitslehre oder als Wahlpflichtfach angeboten. Außerdem gibt es NFTE-Programme im Rahmen von kommunaler Jugendarbeit und in intensiven Business Camps (BizCamps). Die Lehrerinnen und Lehrer werden in 3-tägigen Workshops mit dem NFTE-Curriculum vertraut gemacht. Am Kursende werden sie mit einem Zertifikat als „Certified Entrepreneurship Teachers“ ausgezeichnet.

Über 300.000 Schüler aus 13 Ländern haben weltweit schon an NFTE-Programmen teilgenommen. In Deutschland hat NFTE seit 2005 in 12 Bundesländern über 500 Lehrkräfte ausgebildet und zertifiziert. Mehr als 5000 Schüler wurden mit NFTE-Kursen erreicht. Die Nachfrage wächst ständig.

www.nfte.de

Anzeige



High-Tech Gründerfonds

Der High-Tech Gründerfonds investiert Risikokapital in junge, chancenreiche Technologieunternehmen, die ihre Forschungsergebnisse unternehmerisch umsetzen wollen. Mit rund 272 Millionen EUR wollen das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und die KfW Bankengruppe sowie die Unternehmen BASF, Siemens, Telekom, Daimler, Robert Bosch und Carl Zeiss Technologiegründungen in Deutschland wieder attraktiv machen.

Die Seedfinanzierung umfasst i. R. bis zu 500.000 Euro - bei Folgerunden kann sie bis zu 2 Millionen Euro erhöht werden. Wichtigstes Qualitätsmerkmal des High-Tech Gründerfonds und des Potenzials der Unternehmen in seinem Portfolio ist jedoch das Kapitalvolumen, das durch weitere Investoren in die Unternehmen fließt: Rund 200 Millionen EUR haben externe Investoren in Folgerunden nach der Frühphasenfinanzierung investiert. Mittlerweile gehören 190 Firmen zum Portfolio des High-Tech Gründerfonds.

www.high-tech-gruenderfonds.de

Entrepreneurship Campus

Da das kleine Team der Stiftung Entrepreneurship lediglich aus ehrenamtlichen Mitarbeitern besteht, hat die Stiftung keine Kapazitäten, um Gründer individuell zu beraten. Daher hat die Stiftung Entrepreneurship ein umfangreiches Online-Angebot angelegt. Es soll Gründern helfen, selbst systematisch mit Hilfe der angebotenen Ressourcen an ihrem Business Model arbeiten zu können. Diese Angebote finden Sie auf der Homepage der Stiftung Entrepreneurship:

■ Entrepreneurship-Blog:

Hier erwartet Sie eine große Sammlung von Videos aus dem Labor für Entrepreneurship mit Interviews von Gründern. Erfahren Sie, wie andere Gründer ihr Unternehmen konzipiert haben und welche Hürden sie dabei überwinden mussten. Die Videos können Sie auch als Podcast auf Ihren Mp3-Player herunterladen und unterwegs hören. Des Weiteren werden im Blog aktuelle Informationen aus der Entrepreneurship-Szene veröffentlicht.

■ Virtueller Workshop:

Prof. Faltin beantwortet oft gestellte Fragen in kurzen Videos.

■ e-Learning-Kurs:

Der e-Learning-Kurs führt Sie Schritt für Schritt durch eine kritische Betrachtung Ihres eigenen Business Models. Der Kurs wirft Fragen auf, die Sie sich möglicherweise noch nicht gestellt haben. Um Ihr Business Model erfolgreich am Markt umzusetzen, müssen Sie auf diese Fragen Antworten finden.

■ Ressourcen:

Im Bereich Ressourcen finden Sie zahlreiche Texte und Videos zum Thema Business Modelle und Komponenten sowie ein Literaturverzeichnis mit weiterführender Literatur, die Sie für Ihr Selbststudium nutzen können.

■ Termine:

Alle Termine des Labors für Entrepreneurship, der Termin des jährlich stattfindenden Workshops der Stiftung Entrepreneurship und Vorträge von Prof. Faltin werden in dieser Rubrik veröffentlicht.

■ Community:

Als registrierter Nutzer können Sie in der Community mit anderen Gründern in Kontakt treten und ihr eigenes Gründernetzwerk aufbauen. Finden Sie Gleichgesinnte und tauschen Sie sich über Ihre Erfahrungen aus.

Die Stiftung wurde 2001 von Prof. Günter Faltin und Prof. Dietrich Winterhager eingerichtet. Sie hat ihren Sitz in Berlin. Die Stiftung wird eigeninitiativ tätig in der Absicht, das Umfeld für Entrepreneurship günstig zu beeinflussen.

In ihren jährlichen Veranstaltungen vermittelt die Stiftung Entrepreneurship Methoden und Techniken zur Erarbeitung eines tragfähigen, ausgereiften Geschäftskonzepts. Im Vordergrund stehen dabei Konzept-kreative Gründungen, die Business Model Innovation sind, und das Gründen mit Komponenten.

Ihren Ausgang nahmen die Veranstaltungen in der Freien Universität Berlin, danach fanden die Workshops zweimal im Museum für Kommunikation statt und anschließend im Meilenwerk. Es folgten zwei Workshops in der Auferstehungskirche. Im Rahmen des Vision Summit 2008 und 2009 ist die Teilnehmerzahl auf über 900 Gründungs-interessierte angewachsen.

Die Stiftung mit Sitz in Berlin will „das Netz weiter werfen“ und viel mehr Menschen zur aktiven Teilnahme am Wirtschaftsleben gewinnen.

„Ein leerer Sack kann nicht aufrecht stehen“ (Benjamin Franklin). Dieser Satz der Aufklärung drückt die Hoffnung aus, dass es uns gelingen könnte, nicht nur politisch, sondern auch wirtschaftlich mündig und unabhängig zu werden. Heute ist das Potenzial dafür vorhanden. Die Zeit ist reif. Wir stehen in einer historisch einmaligen Situation. Noch nie waren die Voraussetzungen so günstig und die Mittel für jedermann so zugänglich wie heute. Eigenes unternehmerisches Handeln wird zur Perspektive für eine ganze Generation werden.

Auszüge aus: Kopf schlägt Kapital, Hanser Verlag 2010.



Prof. Günter Faltin:

» Wir dürfen die Ökonomie nicht allein den Ökonomen überlassen. «



Entrepreneurship bietet die Chance, mit unkonventionellen Ideen und Sichtweisen zu arbeiten und gerade damit erfolgreich am Wirtschaftsleben teilzuhaben. Unsere Gesellschaft braucht unternehmerische Initiativen, die nicht ständig nur neue Bedürfnisse herauskitzeln, sondern auf vorhandene Probleme mit ökonomischer, sozialer aber auch künstlerischer Phantasie antworten: Entrepreneurship als offene, schöpferisches Handeln einladende Angelegenheit.

Eine solche „Kultur des Unternehmerischen“ bezieht bewusst Personen wie Künstler, Außenseiter oder engagierte Mitmenschen ein, die bisher in der Welt der Wirtschaft weder für sich Handlungschancen sahen, noch als Anreger oder Akteure geeignet erschienen. Dieses Verständnis von Entrepreneurship geht über bisherige Traditionen hinaus.

(aus der Satzung der Stiftung Entrepreneurship)

Stiftungsvorstand:

Prof. Dr. Günter Faltn
Prof. Dr. Dietrich Winterhager

Kuratorium der Stiftung Entrepreneurship

Kurt Hammer, Vorsitzender
Holger Johnson, stellv. Vorsitzender

Prof. Dr. Muhammad Yunus
Hernando de Soto
Prof. Dr. Fritz Fleischmann
Gunter Pauli