

Fachhochschule
ingolstadt
University of
Applied Sciences



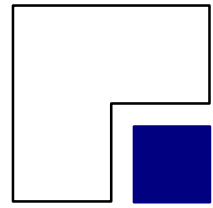
Arbeitsberichte

Working Papers

Kompetenz schafft Zukunft
Creating competence for the future

Businessplan Wettbewerb der Region 10 – Status und Perspektiven

von Prof. Dr. R. Wittmann,
N. Forster u.a.



Fachhochschule
Ingolstadt

University of
Applied Sciences

Arbeitsberichte Working Papers

Businessplan Wettbewerb der Region 10 – Status und Perspektiven

von Prof. Dr. R. Wittmann,
N. Forster u.a.

Heft Nr. 8 aus der Reihe
"Arbeitsberichte - Working Papers"
ISSN 1612-6483

Ingolstadt, im Februar 2005

Abstract

Kompetenzaufbau, Kontakte und Kapital sind die Bereiche, in denen der bpw10 Unternehmensgründer bei ihrem Vorhaben unterstützt. Kompetenz sichert die Wettbewerbsfähigkeit und langfristige Existenz, über die Kontakte werden Netzwerke zu kompetenten Partnern erschlossen, Kapital bildet die unverzichtbare Basis für jede Unternehmensgründung.

Im Laufe der ersten fünf Jahre übernahm der bpw10 die Betreuung von rund 200 Gründerteams, 78 Businesspläne haben am Wettbewerb teilgenommen, mindestens 30 Ideen wurden umgesetzt. Dies entspricht 115 neuen Arbeitsplätzen in der Region.

Zukünftig soll eine noch breitere Palette an Leistungen angeboten werden. Das Benchmarking zeigt deutliche Potentiale (z.B. bei der Betreuung von Spin-Offs), die zukünftig abgedeckt werden sollen.

Inhaltsverzeichnis

1	Das Ingolstädter Modell für Gründerqualifizierung und -förderung	3
1.1	Umfeld	5
1.2	Geschäftskonzept	6
1.3	Implementierung.....	6
2	Rückblick: der Erfolg der ersten fünf Jahre	16
2.1	Die Untersuchung	16
2.2	Umgesetzte Ideen	16
2.3	Gründungsmotive.....	18
2.4	Charakterisierung der Gründer	19
2.4.1	Demographische Merkmale.....	19
2.4.2	Humankapital und Erwerbsbiographie.....	20
2.5	Charakterisierung der Gründungen.....	22
2.5.1	Wirtschaftsbereiche	22
2.5.2	Rechtsform	24
2.5.3	Startkapital.....	24
2.5.4	Finanzierung.....	25
2.6	Gründungserfolg.....	26
2.6.1	Beschäftigte.....	26
2.6.2	Umsatz	28
2.7	Kooperation mit anderen Unternehmen	29
3	Benchmarking	30
4	Entwicklungsmöglichkeiten	36
4.1	Gründungshemmnisse.....	36
4.2	Gründungsrelevante Kompetenzen	37
4.3	Einfluss des bpw10 auf die Gründungen	38
4.4	Wirtschaftlichkeitsbetrachtung	39
5	Ausblick.....	40
6	Anhang.....	41
7	Literaturverzeichnis	44

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Unternehmerische Herausforderung für Gründer.....	5
Abbildung 2: Qualifizierungsangebot der FH Ingolstadt für Unternehmerkompetenz	7
Abbildung 3: Ingolstädter Netzwerk zur Gründerförderung	11
Abbildung 4: Verteilung der gegründeten Unternehmen	17
Abbildung 5: Gründungsmotive	18
Abbildung 6: Frauenanteil bei den Unternehmensgründungen.....	19
Abbildung 7: Alter der Gründer zum Zeitpunkt der Eröffnung des Unternehmens.....	20
Abbildung 8: Berufsabschluss und Berufserfahrung in Jahren	20
Abbildung 9: Tätigkeit unmittelbar vor der Gründung (Personen)	21
Abbildung 10: Verteilung der Unternehmensgründungen in den Wirtschaftsbereichen	22
Abbildung 11: Unternehmensverteilung nach Wirtschaftsbereichen und Zielgruppen.	23
Abbildung 12: Rechtsform zum Zeitpunkt der Gründung und aktueller Stand	24
Abbildung 13: Startkapital in Abhängigkeit von Rechtsform.....	24
Abbildung 14: Finanzierungskombinationen (17 Angaben).....	25
Abbildung 15: Beschäftigungsentwicklung	26
Abbildung 16: Arbeitsplatzverteilung	28
Abbildung 17: Kooperation mit anderen Unternehmen	30
Abbildung 18: Wettbewerbsarten	31
Abbildung 19: Zielgruppen der Wettbewerbe	31
Abbildung 20: Leistungsangebot „was“	33
Abbildung 21: Gründungsnetzwerk „wie“	35
Abbildung 22: Zusammenfassung der Ergebnisse aus dem Benchmarking	36
Abbildung 23: Gründungshemmnisse der Teilnehmer	36
Abbildung 24: Einschätzung gründungsrelevanter Kompetenzen.....	37
Abbildung 25: Interesse an Seminaren und Informationsveranstaltungen.....	37
Abbildung 26: Einschätzung der Gründer zum Einfluss des bpw10 auf die Gründungsqualität	39
Abbildung 27: Return on Investment im bpw10.....	40

1 Das Ingolstädter Modell für Gründerqualifizierung und -förderung

Vor dem Hintergrund wirtschaftlicher Stagnation und dem Problem der Massenarbeitslosigkeit rückt die Frage nach Möglichkeiten zur Förderung von Unternehmertum derzeit verstärkt in den Fokus. Wirtschaftspolitik und regionale Wirtschaftsförderung sind darum bemüht, Anreize im Sinne einer Etablierung einer „neuen Gründungskultur“¹ zu setzen und alles zu tun, um sich zur gründerfreundlichen Kommune zu entwickeln. Eine entscheidende Rolle bei der Durchsetzung dieser politikprägenden Metaphern spielt dabei die Vermutung, dass mit der fortschreitenden, technologiegetriebenen Dienstleistungsorientierung unserer modernen Wirtschaftssysteme gerade die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) als Beschleuniger für den erhofften Aufschwung wirken können.² Im Mittelpunkt der Betrachtung steht das Bild kompetenter Unternehmer, die mit innovativen Ideen erfolgreiche Gründungen vorantreiben oder eine existenzsichernde Unternehmensnachfolge antreten können.

In diesem Working Paper wird vorgestellt, mit welchem Ansatz das Netzwerk der Region Ingolstadt die Förderung von Gründern vorantreibt. Im Fokus des Ingolstädter Modells für Gründerqualifizierung und -förderung stehen die drei Bereiche des *Kompetenzaufbaus* für Unternehmer, der Bereitstellung wertvoller *Kontakte* im Netzwerk der Gründerszene und in der Unterstützung bei der Akquisition von *Kapital* zur Finanzierung innovativer Unternehmensideen.

Gründer und Nachfolger stehen häufig vor großen Herausforderungen beim Aufbau ihres Unternehmens. Ein Blick auf das teilweise enttäuschende Abschneiden vieler Wachstumsunternehmen der jüngsten Vergangenheit zeigt, dass die vorhandenen Kompetenzen für einen nachhaltigen Erfolg häufig einen limitierenden Faktor bilden.³ Es stellt sich die Frage, wie Unternehmerkompetenz aufgebaut werden kann, damit langfristig wettbewerbsfähige Unternehmen entstehen und sichere Arbeitsplätze geschaffen werden können. Der *Global Entrepreneurship Monitor 2003*, eine angesehene, international vergleichende Studie zum Thema Gründungskultur, ordnete Deutschland hinsichtlich der auf

¹ Vgl. BMBF (Hrsg.) (2000)

² Vgl. Stedler, H. R. / Peters, H. H. (2002)

³ Nach den Ergebnissen einer aktuellen Umfrage der Deutschen Ausgleichsbank betrachten mehr als die Hälfte der befragten Start-up-Unternehmen Kompetenzmängel als Innovationshemmnis; vgl. Deutsche Ausgleichsbank (2003) S.12

Unternehmertum bezogenen Bildungssituation an Hochschulen einen nachrangigen Platz zu.⁴ Amerikanische Entwicklungen einer gezielten Ausbildung zum Unternehmer nachvollziehend, erweitern mittlerweile diverse deutsche Hochschulen⁵ ihre Ausbildungsprogramme⁶ um spezifische Angebote für potenzielle Gründer und selbständige Unternehmer (so genannte „Entrepreneurship Education“).⁷ Um neben der Kompetenzvermittlung auch ein entsprechend gründungsfreundliches Umfeld bereitzustellen, bedarf es zusätzlicher Anstrengungen, um Jungunternehmern die entsprechende Starthilfe zu bieten und Netzwerke zu erschließen.

Ein zielgerichteter Ansatz der Gründerqualifizierung und –förderung muss sich zunächst einmal mit der vielschichtigen Herausforderung auseinandersetzen, vor der junge Unternehmer stehen, um daraus ein maßgeschneidertes regionales Angebot ableiten zu können. Das Ingolstädter Modell der Gründerqualifizierung und –förderung geht dabei von der spezifischen Problemsituation von Gründern, Nachfolgern und Managern junger Wachstumsunternehmen aus (vgl. Abb. 1). Ein für die in Betracht kommenden Zielgruppen geeignetes Konzept zum Aufbau unternehmerischer Kompetenz wird daraus nachfolgend abgeleitet.

Aus dem Blickwinkel der Zielgruppe stellt sich die Frage, wie ein erfolgreiches und langfristig wettbewerbsfähiges Unternehmen geschaffen werden kann. Über die einzelnen Phasen des Gründungs- und Wachstumsprozesses müssen sich die Unternehmer einer mehrdimensionalen Herausforderung stellen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt dabei auf drei Ebenen:

⁴ Vgl. Sternberg, R. / Bergmann, H. / Lückgen, I. (2003) S. 30

⁵ Vgl. Klandt, H. / Knaup, U. (2002)

⁶ Vgl. Schmude, J. / Uebelacker, S. (2002)

⁷ In den vergangenen drei Jahren wurden an rund 40 deutschen Hochschulen so genannte Gründungslehrstühle eingerichtet. Ein Vergleich der Angebote zeigt eine große Vielfalt bezüglich der Lernziele, Zielgruppen, Inhalte, Methoden und der Nutzung kommunaler und regionaler Netzwerke der Gründerförderung. Vgl. Koch, L. T. (2003) S. 25-46



Abbildung 1: Unternehmerische Herausforderung für Gründer

1.1 Umfeld

Auch wenn häufig bei einer Unternehmensgründung eine spezifische Produktidee im Vordergrund steht: das Wettbewerbsumfeld definiert Möglichkeiten und Grenzen für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung. Deshalb steht am Anfang zunächst einmal der Blick nach außen. *Trends* im Umfeld, *Kunden*, *Wettbewerber*, *Lieferanten*, *Partner*, *Eigentümer*, *Investoren*, *Mitarbeiter*, das *Management* sowie *Staat*, *Gesellschaft* und *Lobbys* beeinflussen das Spielfeld des Wettbewerbs. Wer auf Dauer gewinnen möchte, muss alle sich eröffnenden Chancen und Risiken erkennen und mit kreativen Ansätzen die strategische Basis für eine zukunftsfähige Geschäftsentwicklung legen. Es muss gelingen, durch ein überzeugendes und konsistentes Geschäftskonzept Kunden für das Angebot zu gewinnen, das Team für die gemeinsame Aufgabe zu begeistern,

gewinnbringende Partnerschaften einzugehen und Investoren vom Potenzial des Geschäftskonzepts überzeugen.

1.2 Geschäftskonzept

Unternehmer müssen es mit ihren Teams schaffen, für ihre Geschäftsidee ein wettbewerbsorientiertes und in sich schlüssiges Konzept zu entwickeln, das geeignet ist, alle Potenziale zu heben und für die beteiligten Partner Vorteile einer Zusammenarbeit aufzuzeigen. Junge Unternehmer sehen sich mit einer Vielzahl von Fragen konfrontiert: Welche Position soll das Unternehmen im Wettbewerbskontext einnehmen? Welcher Kundenvorteil kann angeboten werden? Welches Design soll die Wertschöpfung haben? Welche Kompetenzen sind aufzubauen? Welche Führungsinstrumente sichern die Mobilisierung des Teams? In welchen Schritten wird der Geschäftsplan umgesetzt? Wie kann die Finanzierung sichergestellt werden? Umfassende Lösungsansätze zu diesen Fragen müssen für die Bereiche Markt & Positionierung, Produkt & Dienstleistung, Wertschöpfung & Organisation, Wissen & Kompetenzen, Führung & Mobilisierung, Chancen & Risiken, Bewertung & Finanzen sowie Umsetzung & Controlling erarbeitet werden.

1.3 Implementierung

Ein Geschäftskonzept erschließt natürlich erst dann das aufgezeigte Potenzial der Wertsteigerung, wenn es auch umgesetzt wird. Das Team und alle Partner müssen gewonnen werden, damit sie den Plan auf breiter Basis mittragen.

Nur wer es schafft, alle sich bietenden Chancen des Unternehmensumfeldes zu erkennen, die herausragende Ideen in ein Erfolgskonzept zu gießen und dieses auch konsequent und gleichwohl flexibel umzusetzen, wird sein Unternehmen nachhaltig auf den Kurs der Wertsteigerung bringen können. Neben konzeptionellen Fähigkeiten ist insbesondere auch die Kompetenz zur Gewinnung und Integration aller relevanten Partner gefragt.

Eine zielgruppenorientierte Unternehmergebung muss die spezifischen Anforderungen der Zielgruppen im Auge behalten - ein beliebiger Griff in den Werkzeugkasten möglicher Qualifizierungstools reicht keinesfalls aus. Im folgenden werden die Qualifizierungsangebote des Ingolstädter Modells für die

Zielgruppen *Schüler, Studenten, Masterstudenten, Alumni / hochschulexterne Unternehmer, Innovatoren der Region* sowie *Gründerinnen* dargestellt.

Zielgruppe Schüler

Betrachtet man speziell den Bereich der Hochschulreife und der Hochschule, so zeigt sich, dass auf dem Weg vom Ideenträger zum Unternehmer zunächst Schüler der Oberstufe angesprochen werden können. Hier geht es um eine Sensibilisierung für unternehmerisches Denken und Handeln und es besteht die Möglichkeit, die Entwicklung von Geschäftsideen anzustoßen. So wird am In-golstädter *Katharinengymnasium* von Lehrkräften der Oberstufe eine Veranstaltung angeboten, die die gezielte Entwicklung von Geschäftsideen und deren Beschreibung in Form eines Geschäftsplans zum Ziel hat. In diesem Zusammenhang wurden bereits diverse Geschäftsideen bis zur Umsetzung begleitet.

Zielgruppe Studenten / Alumni

Für die Zielgruppe der Studenten und Alumni sieht das Modell der *FH Ingolstadt* ein Konzept vor, das unternehmerische Kompetenz mit diversen methodischen

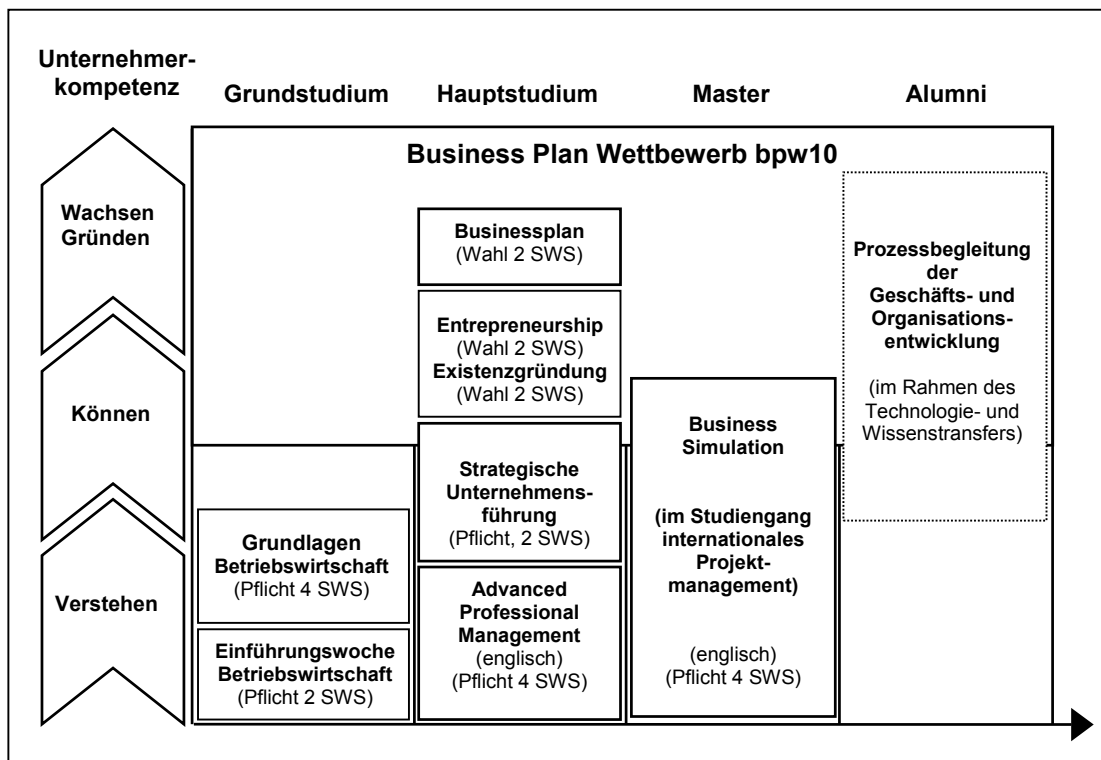


Abbildung 2: Qualifizierungsangebot der FH Ingolstadt für Unternehmerkompetenz

Ansätzen auf den drei Ebenen „Verstehen“, „Können“, „Gründen/Wachsen“ über alle Phasen des Studiums verankert. In Abb. 2 sind diejenigen Module dargestellt, die im Rahmen des Studiums speziell den ganzheitlichen Aspekt der Unternehmensführung aufgreifen.

Zielgruppe Studenten / Grundstudium

Im Rahmen einer *Einführungswoche* wird den Studienanfängern bereits zu Beginn ihrer Ausbildung die Möglichkeit gegeben, ein spezifisches Unternehmen aus strategischer und operativer Perspektive im Detail zu untersuchen. Anhand der Fragen, die in einem professionellen Businessplan zu definieren sind, recherchieren die Studenten das Geschäftsmodell eines ausgewählten Unternehmens und haben im Rahmen eines Betriebsbesuchs die Möglichkeit, mit Führungskräften tiefergehende Fragen zum Geschäft zu erörtern. In den *Grundlagen Betriebswirtschaft* erhalten die Studenten einen ganzheitlichen Blick und erste Vertiefungen zu den oben dargestellten unternehmerischen Gestaltungsbereichen *Markt & Positionierung, Produkt & Dienstleistung, Wertschöpfung & Organisation, Wissen & Kompetenzen, Führung & Mobilisierung, Chancen & Risiken, Bewertung & Finanzen* sowie *Umsetzung & Controlling*.

Zielgruppe Studenten / Hauptstudium

Der ganzheitliche Ansatz zur Vermittlung von Führungskompetenz setzt sich im Hauptstudium fort. Die in englischer Sprache abgehaltene Veranstaltung *Advanced Professional Management* greift in einem Methodenmix aus Vorlesung, Fallstudien und Unternehmensanalyse zentrale Aspekte wertorientierter Unternehmensführung auf und vertieft diese. Dabei stehen sowohl „harte Faktoren“ der Führung (Strategien, Strukturen, Prozesse) wie auch „weiche Faktoren“ (Unternehmervision, Unternehmenskultur und Verhalten in Organisationen) thematisiert. Mit Blick auf spezifische Fragen der Gründung besteht die Möglichkeit, in den Wahlfächern *Entrepreneurship* und *Existenzgründung* weiterführende Kompetenzen zu erwerben. Im Wahlfach *Businessplan* erarbeiten Studenten eine selbst eingebrachte Geschäftsidee mit dem Ziel der nachfolgenden Implementierung. Diese wird im Einzelfall durch ein entsprechendes *Coaching* in der Umsetzung begleitet. In der Lehre werden insbesondere auch Praktiker

eingebunden und es besteht eine enge Kooperation mit dem Existenzgründerzentrum Ingolstadt.

Zielgruppe Masterstudenten

Die Fachhochschule Ingolstadt bietet den Masterstudiengang *Internationales Projektmanagement* an. Für das Fach *Business Simulation* wurde in Kooperation mit Partnern aus der Industrie eine Geschäftssimulation entwickelt, die alle Facetten wertorientierter Unternehmensentwicklung umfasst und in Teams durchgeführt wird. Die Studenten erhalten die Möglichkeit, einen Plan zur Unternehmensführung aufzustellen und über mehrere Geschäftsperioden die Wirkung von Werttreibern in einem Wettbewerbsumfeld sehr anschaulich kennen zu lernen.

Zielgruppe Alumni bzw. hochschulexterne Unternehmer

Da es sich zeigt, dass Unternehmensgründungen von Hochschulabsolventen häufig erst nach einer Praxisphase durchgeführt werden, besteht für Alumnis die Möglichkeit, im Rahmen des Technologie- und Wissenstransfers der Hochschule bei der Gründung von Unternehmen Unterstützung zu erhalten. Dieses Angebot steht auch Gründern offen, die nicht aus dem Bereich der Hochschule kommen.

Zielgruppe Innovatoren der Region Ingolstadt

Unter Projektleitung der an der FH Ingolstadt eingerichteten Stiftungsprofessur für Existenzgründung und Innovationsmanagement und in enger Kooperation mit dem Existenzgründerzentrum Ingolstadt⁸ sowie der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt wird der regionale Businessplan Wettbewerb der Region (bpw10) durchgeführt. Als Instrument zur Förderung von Unternehmertum richtet er sich insbesondere an

- Ideenträger innovativer Produkte und Dienstleistungen, die ein eigenes Unternehmen gründen wollen sowie an

⁸ Vgl. nähere Informationen zum Leistungsspektrum des EGZ unter www.egz.de

- Personen oder Teams, die innerhalb bereits bestehender Unternehmen mit Unterstützung der Geschäftsführung innovative Ideen voranbringen wollen und an
- Unternehmer, die ein bereits etabliertes Geschäft übernehmen und weiterführen möchten.

Der *bpw 10* bietet ein breites Leistungsspektrum. Dieses reicht von der Bereitstellung von Unterlagen zur professionellen Erstellung eines Geschäftsplans über die Beratung bei der Erstellung durch professionelle Coache aus der regionalen Wirtschaft bis hin zu Kontakten zu Kapitalgebern, Beratern, potenziellen Kooperationspartnern und zu den Gründerzentren der Region. Zum Netzwerk der Förderer und Kooperationspartner gehören neben der *Stadt Ingolstadt*, den *Landkreisen der Region* und der *Münchener Businessplan Wettbewerb GmbH* insbesondere die *Sparkassen* und *Volksbanken / Raiffeisenbanken der Region* sowie Wirtschaftsunternehmen.⁹ In den bisherigen Wettbewerbsrunden wurden rund 200 Gründer bzw. Unternehmerteams im Rahmen des Wettbewerbs betreut und es entstanden eine Vielzahl von Unternehmen, denen die Gründerzentren der Region in der ersten Wachstumsphase mit einem umfassenden Infrastruktur- und Dienstleistungsangebot Unterstützung bieten.

Zielgruppe Unternehmerinnen

Die *Gründerinnenberatung des Ingolstädter Pro Beschäftigung e.V.* bietet speziell für die Zielgruppe der Unternehmerinnen Informationen, individuelle Beratung, Seminare und Kontaktvermittlung an und ist als Coaching-Partner im Businessplan Wettbewerb aktiv.

Zu den Faktoren, die eine Gründungsdynamik unterstützen können, zählt maßgeblich auch die Möglichkeit, den jungen Unternehmern einen Zugang zum Netzwerk kompetenter Partner der Gründerszene zu eröffnen.¹⁰ Abb. 3 gibt einen Überblick zu den regionalen und überregionalen Netzwerkpartnern, die im Ingolstädter Modell zum erfolgreichen Start junger Unternehmen beitragen.

⁹ Vgl. weiterführende Informationen zu Ansatz und Leistungsspektrum des Business Plan Wettbewerbs der Region 10 unter www.bpw10.de

¹⁰ Vgl. Klandt, H. / (Hrsg.); Hintz, T. (2000) S. 61

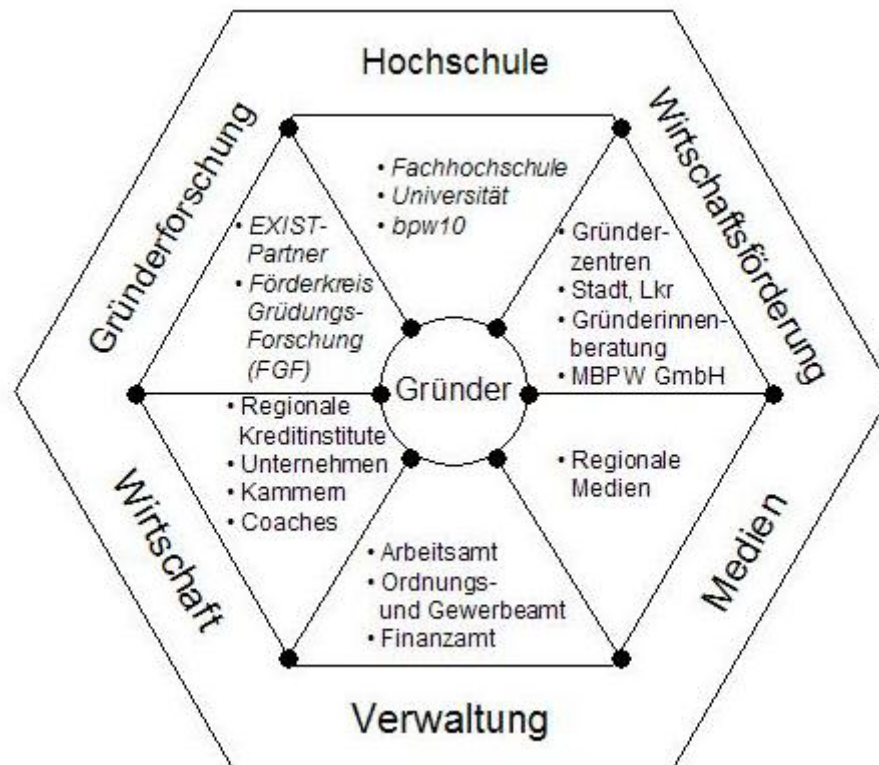


Abbildung 3: Ingolstädter Netzwerk zur Gründerförderung

Netzwerkpartner im Bereich Hochschule

An der Fachhochschule Ingolstadt wurde im Januar 2001 als integraler Bestandteil des Ingolstädter Netzwerkes zur Gründerförderung die Stiftungsprofessur für Existenzgründung und Innovationsmanagement eingerichtet. Zielsetzung ist es,

- das Innovationspotenzial von Gründerpersönlichkeiten und –teams zu entfesseln,
- die regionale und überregionale Wirtschaft durch die Förderung erfolgversprechender Unternehmensideen zu stärken,
- die Implementierung der Geschäftsideen in der Praxis zu begleiten,
- den Kompetenzaufbau für Gründer, Nachfolger und Manager von Wachstumsunternehmen durch innovative Lehrmethoden und Technologietransfer sicherzustellen und
- durch Kooperationen im Netzwerk der Gründerförderer zur Entwicklung eines innovationsfördernden Klimas beizutragen.

Die Stiftungsprofessur wird zunächst über einen Zeitraum von fünf Jahren bis Dezember 2005 finanziert von der Sparkasse Ingolstadt, der IFG – Gesellschaft für Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung Ingolstadt mbH (eine 100%ige Tochter der Stadt Ingolstadt), der Bayerischen Landesbank Girozentrale, dem Sparkassenverband Bayern sowie dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft. Nach dem Förderzeitraum übernimmt der Freistaat Bayern die Anschlussfinanzierung und sichert so die Nachhaltigkeit der auf dieser Plattform entstehenden Gründerförderung. Eine intensive Zusammenarbeit mit der *Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt* im regionalen Businessplan Wettbewerb sichert die Mobilisierung des Ideenpotenzials der Studenten an beiden Hochschulen der Region.

Netzwerkpartner in der Gründerforschung

Die *Stiftungsprofessur für Existenzgründung und Innovationsmanagement* ist aktiver Partner des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten *EXIST Programms* und des auf dieser Plattform arbeitenden Netzwerkes zur Förderung einer „Kultur der unternehmerischen Selbständigkeit“.¹¹ Ziel dieses Programms ist die dauerhafte Verbesserung des Gründungsklimas in Lehre, Forschung und Verwaltung an Hochschulen. Wissenschaftliche Forschungsergebnisse sollen im Rahmen des Technologietransfers in wirtschaftliche Wertschöpfung übersetzt werden. Durch eine zielgerichtete Förderung des großen Potenzials an Geschäftsideen und Gründerpersönlichkeiten an Hochschulen und Forschungseinrichtungen verfolgt das Programm eine deutliche Steigerung der Anzahl innovativer Unternehmensgründungen und damit die Schaffung neuer gesicherter Arbeitsplätze. Die Möglichkeit, als Netzwerkpartner im überregionalen *EXIST-Netzwerk* mitzuwirken, eröffnet einen Austausch zu den bundesweiten „best-practices“ der Gründerförderung. Es ist ein ausdrückliches Ziel des *EXIST-Programms*, innerhalb der im Netzwerk beteiligten Hochschulen Bedingungen zu schaffen, die auch bei Auslaufen der Förderung eine dauerhafte Fortführung der gründungsrelevanten Aktivitäten sichern. Die geforderte Nachhaltigkeit ist im Ingolstädter Modell durch die Finanzierungszusage des Freistaates Bayern nach dem Ende des Stiftungszeitraumes gewährleistet.

¹¹ Unter www.exist.de fließen im Internet alle Informationen des Netzwerkes zusammen. Dazu gehört insbesondere eine Projektdatenbank, die Dokumentation der im Rahmen von EXIST gegründeten Unternehmen sowie eine Netzwerkkarte mit einem Überblick über die einschlägigen Initiativen außerhalb der EXIST-Regionen.

Die „Förderung von Forschung, Lehre und Transfer zur Thematik Unternehmensgründung“ bestimmt den Vereinszweck des Bonner *Förderkreises Gründungs-Forschung e.V. Entrepreneurship Research*,¹² in dem die Stiftungsprofessur Mitglied ist. Der FGF leistet mit seinen Aktivitäten einen wichtigen Beitrag zur Schaffung und Verbesserung der Infrastruktur für die akademische Forschung und Lehre in dem noch jungen Feld des Entrepreneurship. Der FGF versteht sich dabei als Netzwerkknoten und nimmt eine zentrale koordinierende Rolle im Bereich von Entrepreneurship-Forschung und –Lehre ein. Das Leistungsspektrum des FGF eröffnet das Netzwerk zu den Gründungslehrstühlen, stellt eine Literaturdatenbank und Publikationen zur Verfügung, organisiert Konferenzen zu gründungsrelevanten Themenkreisen und bietet eine Plattform für den Austausch zum Themenkreis Unternehmensgründung.

Netzwerkpartner in der Wirtschaftsförderung

Zu den erfolgreichen Infrastrukturmaßnahmen für Gründer zählen seit 1998 das von den regionalen Partnern (Stadt Ingolstadt, Landkreise der Region, regionale Sparkassen und Genossenschaften, IHK, sowie HWK für München und Oberbayern) getragene *Existenzgründerzentrum Ingolstadt GmbH (EGZ)*¹³ sowie das neu aus der Taufe gehobene *Gründerzentrum Neuburg-Schrobenhausen*.¹⁴ Seit 1998 wurden mit Unterstützung des Existenzgründerzentrum Ingolstadt mehr als 80 Firmenneugründungen gefördert und nachhaltig betreut. Mehr als 40 Unternehmen sind bereits wieder erfolgreich in eigene Räumlichkeiten ausgezogen. Insgesamt entstanden durch die Unterstützung des Existenzgründerzentrum Ingolstadt mehr als 350 Arbeitsplätze (Zeitpunkt des Auszugs). Die Dynamik des weiteren Beschäftigungswachstums zeigt sich an zwei Firmen, die zwischenzeitlich mehr als 150 Beschäftigte zählen. Branchenschwerpunkte finden sich bei industrienahen Dienstleistungen und im Forschungs- und Entwicklungsbereich. Hierbei spielt die Fahrzeugentwicklung bzw. –konstruktion eine entscheidende Rolle. Die Gründer haben zu einem großen Teil einen akademischen Hintergrund. Das Leistungsspektrum des Existenzgründerzentrum Ingolstadt reicht von der Bereitstellung von Infrastruktur, umfassenden Serviceleistungen für Gründer, den Zugang zu Netzwerkpartnern über die individuelle

¹² Vgl. www.fgf-ev.de

¹³ Vgl. www.egz.de

¹⁴ Vgl. www.tilly-park.de

Beratung und Betreuung bis hin zu gründungsbezogenen Veranstaltungen. Darüber hinaus leistete das Existenzgründerzentrum in den betrachteten Perioden massive Unterstützung bei der Akquisition und Betreuung der Teilnehmer des Businessplan Wettbewerbs. Das Netzwerk zur Schaffung eines gründerfreundlichen Klimas und zur Förderung junger Unternehmen reicht aber auch über die Grenzen der Region 10 hinaus. Bestehende überregionale Vernetzungen ergeben sich insbesondere mit dem *Arbeitskreis Deutscher Technologie- und Gründerzentren (ADT)*. Das Existenzgründerzentrum Ingolstadt ist Mitglied im Bundesverband ADT und erschließt den angesiedelten Unternehmen somit bundesweit Kontakte sowie Technologietransfer Intensiver Bayernweiter Austausch im Gründungsbereich wird durch die Sprechertätigkeit des Geschäftsführers des Existenzgründerzentrum Ingolstadt für die bayerischen Technologie- und Gründerzentren sichergestellt.

Ein breites Spektrum der Unterstützung für Gründer und Maßnahmen zur Förderung einer gründerorientierten Infrastruktur in Ingolstadt bietet die *IFG Gesellschaft für Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung Ingolstadt mbH*, eine 100%ige Tochter der Stadt Ingolstadt.¹⁵ Beispielhaft genannt seien der in Kooperation zwischen der Stiftungsprofessur und der *IFG-Gesellschaft für Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung mbH* erarbeitete Gründerleitfaden sowie das Projektseminar „*Gründerfreundliche Kommune*“, das im Rahmen eines Erfahrungsaustausches für die Region Südbayern Ansätze zur Förderung von Existenzgründungen sammelt, aufbereitet und der Arbeitsgemeinschaft MAI (München, Augsburg, Ingolstadt) der *Vereinigung der süddeutschen Wirtschaftsförderer* zur Verfügung stellt.

Netzwerkpartner im Bereich der Medien

Die regionalen Medien bieten eine Kommunikationsplattform für die Berichterstattung zur regionalen Gründerszene und unterstützen den *Businessplan Wettbewerb bpw10* bei der Mobilisierung von Unternehmern mit Geschäftsideen.

¹⁵ www.ifg-ingolstadt.de

Netzwerkpartner in der Verwaltung

Zu einem innovationsfreundlichen Klima tragen insbesondere auch die Partner aus dem Bereich der öffentlichen Verwaltung durch eine gründerfreundliche Handhabung entsprechenden Prozessen und Verfahren bei.

Netzwerkpartner in der Wirtschaft

Die *Sparkassen* und *Volksbanken/Raiffeisenbanken* der Region fördern den Businessplan Wettbewerb und bieten für Gründer Beratung und Unterstützung bei allen Fragen einer adäquaten Unternehmensfinanzierung. Die Sparkassen der Region stellen darüber hinaus seit 1998 den *Beteiligungsfonds Oberbayern Nord GmbH & Co. KG*¹⁶ zur Verfügung. Durch die Bereitstellung von Fondsmitteln zur Eigenkapitalstärkung sollen insbesondere kleine und mittlere Unternehmen und Existenzgründer unterstützt werden. Besonders berücksichtigt werden hierbei innovative und technologieorientierte Unternehmen und Existenzgründer. Der Beteiligungsfonds übernimmt in der Regel langfristige Beteiligungen als stiller Gesellschafter, ohne dabei in die Geschäftsführung der finanzierten Unternehmen einzugreifen. Die Beteiligung des Fonds ist bis zu € 250.000 je beantragendes Unternehmen möglich, die Dauer der Beteiligung beträgt in der Regel zehn volle Kalenderjahre.

Die *Industrie- und Handelskammer* sowie die *Handwerkskammer für München und Oberbayern* bieten Informationen, Gründungsseminare und Qualifizierung zur Existenzsicherung. *Führungskräfte aus Industrieunternehmen, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer* und *Unternehmensberater* tragen im Rahmen von Coachingaktivitäten dazu bei, dass die Gründer bei der Beschreibung ihrer Geschäftsidee mit professioneller Unterstützung einen konsistenten Businessplan erarbeiten können. Gelingt es, das Geschäftskonzept und die damit verbundenen Chancen und Risiken klar darzustellen, steigt auch die Wahrscheinlichkeit, dass Investoren überzeugt werden und die Idee durch eine entsprechende Finanzierung unterstützen. Unter den zukünftig zu erwartenden Anforderungen an die Unternehmensfinanzierung (Stichwort Basel II) wird sich das Instrument Businessplan sowohl für Gründer als auch für etablierte Unternehmer zum zentralen Instrument zur Akquisition von Finanzierungsquellen entwickeln.

¹⁶ Vgl. www.s-beteiligungsfonds.de

2 Rückblick: der Erfolg der ersten fünf Jahre

Das Ziel des Businessplan Wettbewerb der Region 10 ist, das Unternehmertum in Ingolstadt und den Landkreisen Eichstätt, Pfaffenhofen und Neuburg-Schrobenhausen zu fördern. Seine Leistungen bietet der bpw10 bereits seit 5 Jahren an. Im Sommersemester 2004 ist eine Evaluation durchgeführt worden, die den Erfolg der fünfjährigen Arbeit präzisieren sollte. Die Zusammenfassung der Ergebnisse wird im Folgenden vorgestellt.

2.1 Die Untersuchung

Die Untersuchung verlief in 3 Stufen. Im ersten Schritt ist eine schriftliche Befragung durchgeführt worden. Die Datenbasis bildeten die Teilnehmer des bpw10, die ein Businessplan eingereicht haben. Die Adressenaktualisierung ergab insgesamt 68 gültige Anschriften. Im zweiten Schritt erhielten die Teilnehmer den Fragebogen in elektronischer Form per Email zugeschickt. Der größte Erfolg konnte in dritter Stufe, anhand eines Telefoninterviews erreicht werden. Die Gesamtrücklaufquote beläuft sich auf 44 Fragebögen, dies entspricht 65%.

2.2 Umgesetzte Ideen

Der Erfolg neugegründeter Unternehmen kann aus verschiedenen Perspektiven¹⁷ betrachtet werden. Während die Gründungsinitiatoren nach höheren Gewinnen und Eigenkapitalrentabilität streben, sind für die Region und Businessplan Wettbewerb insbesondere die neugeschaffenen Unternehmen und dauerhaften Arbeitsplätze wichtig.

Geschäftsideen aus verschiedenen Bereichen nahmen am Wettbewerb teil, zahlreiche sind in den Geschäftsplänen beschrieben und 24 davon sind von der Jury als erfolgsversprechend und prämienswert eingestuft worden. 30 Unternehmen wurden tatsächlich gegründet (darunter zwei Vereine), davon 17 prämierte Geschäftsideen. Einige Gründer, insbesondere Teilnehmer aus den letzten Runden, stehen bereits „in den Startlöchern“.

¹⁷ Klandt, H. (1999) S. 7

Bezogen auf die Anzahl der beantworteten Fragebögen (43), ergibt sich eine Unternehmensgründungsquote von rund 70%. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass es sich hierbei höchstwahrscheinlich um eine Positiv-Auslese handelt. Es ist angenehmer vom eigenen Erfolg zu berichten, deshalb sind möglicherweise mehr Fragebögen von Unternehmern beantwortet worden, als von denen, die es nicht geworden sind.

Betrachtet man die Anzahl der Unternehmensgründungen im Zeitverlauf, fällt auf, dass in den Jahren 2001 und 2002 relativ wenige Unternehmen gegründet worden sind (Abb. 4). Erst seit 2003 steigt die Anzahl neugegründeter Unternehmen wieder an. Dieses Bild zeichnet sich nicht nur auf regionaler Ebene ab, in Deutschland aber auch in zahlreichen anderen Industrieländern sind vom Global Entrepreneurship Monitor (GEM) in dieser Zeit drastische Rückgänge verzeichnet worden.¹⁸

	Gesamt	2000	2001	2002	2003	2004
Anzahl der Businesspläne	78	24	12	11	19	12
Antworten aus der jew. Runde	43 (55%)	15 (63%)	5 (42%)	5 (45%)	10 (53%)	8 (67%)
Davon gegründete Unternehmen	30	10	4	4	5	7
Durchschnittliche Selbstständigkeitsdauer in Monaten		44	44	34	24	7
Nicht mehr auf dem Markt	4	2	2			

Abbildung 4: Verteilung der gegründeten Unternehmen

Mindestens genau so wichtig, wie die Anzahl der Unternehmensgründungen, ist die Zahl der Unternehmensauflösungen. Von den 30 angegebenen Unternehmen existieren vier nicht mehr. Diese konnten sich im Durchschnitt drei Jahre auf dem Markt behaupten, bevor sie endgültig aufgelöst wurden. Trotz unterschiedlicher Geschäftsideen und Standorte gleichen sich die Gründe für das Scheitern. Alle vier Unternehmen sind durch Teams gegründet worden. Drei davon geben das schlechte Verhältnis zum Geschäftspartner als einen der Gründe für das Scheitern an. Weitere, häufig genannte Ursachen sind schlechte Branchenbedingungen und zu starke Konkurrenz.

¹⁸ Vgl. Sternberg, R. Bergmann, H. (2002) S. 20

2.3 Gründungsmotive

Geht man bei der Frage nach den Gründungsmotiven von der Anzahl der Nennungen aus, so kristallisieren sich aus der Menge der Vorschläge zwei Gründe eindeutig heraus. Fast übereinstimmend sind die „Entscheidungs- und Handlungsfreiheit“ sowie das „Verwirklichen eigener Ideen“ als Gründungsmotive genannt worden. Auch die „wirtschaftliche Unabhängigkeit“ sowie das „Streben nach höherem Einkommen“ sind bedeutende Gründe für den Schritt in die Selbstständigkeit (Abb. 5). Für rund 63% der Befragten ist die drohende Arbeitslosigkeit kein Grund für eine Unternehmensgründung und auch „mehr Freizeit“ trifft als Gründungsmotiv für rund 90% der Gründer eher nicht bzw. nicht zu.

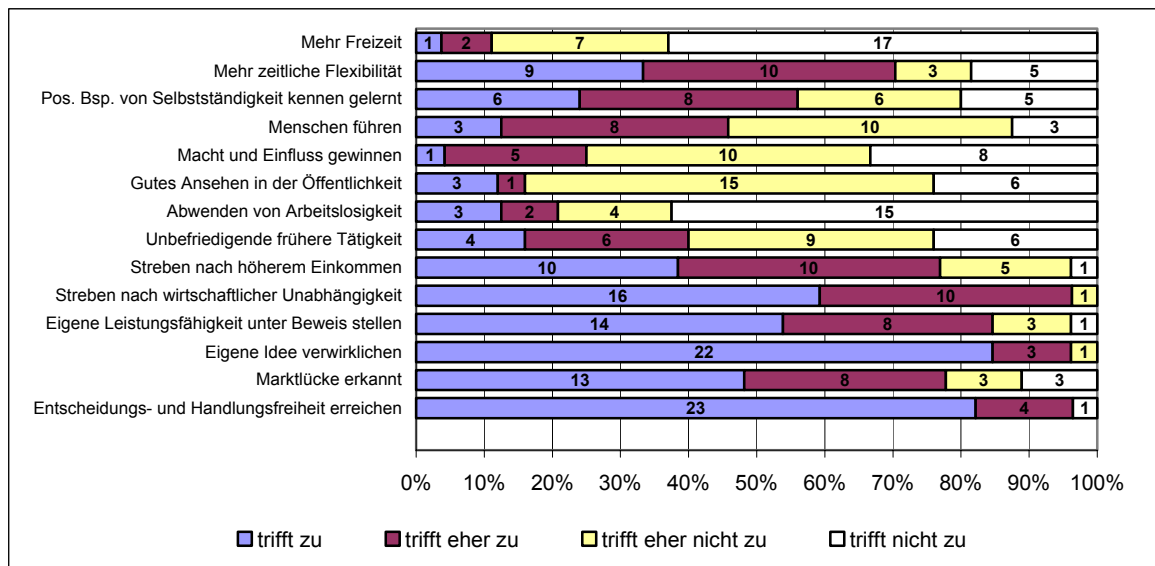


Abbildung 5: Gründungsmotive

84% der Befragten geben zu, dass „Gutes Ansehen in der Öffentlichkeit“ für sie kein Gründungsmotiv ist. Zu diesem Ergebnis kommen auch die Experten des GEM: „in anderen Ländern insbesondere in den USA und Kanada, aber auch in Hongkong und Taiwan (Gründungsstarke Länder), genießen Unternehmer ein höheres Ansehen als in Deutschland, und man betrachtet die Gründung eines Unternehmens in stärkerem Maße als geeigneten Weg, den sozialen Aufstieg zu schaffen.“¹⁹

¹⁹ Sternberg, R. Bergmann, H. (2002) S. 31

2.4 Charakterisierung der Gründer

2.4.1 Demographische Merkmale

Bei der Befragung der Unternehmensgründer sind unter anderem Merkmale und Charakteristika der Gründungspersonen erhoben worden. Um die Ergebnisse aussagekräftig zu gestalten, bietet sich der Vergleich mit den entsprechenden Werten in der Bevölkerung bzw. mit den Ergebnissen vergleichbarer Untersuchungen.

Sowohl in der Vorbereitungsphase (Besuchen der Seminare, Erstellen eines Geschäftsplans), als auch bei der Gründung der Unternehmen beläuft sich der Frauenanteil auf ca. 20% (Abb. 6). Im Vergleich zum Anteil der abhängig beschäftigten Frauen (41% in der Region 10²⁰) zeigt sich, dass die Gründerinnen beim betrieblichen Gründungsgeschehen deutlich unterrepräsentiert sind. Auch die Münchner Studie²¹ und die Ergebnisse des GEM²² weisen eine höhere Gründerinnenquote auf, mit 32% liegen diese um ein Drittel höher.

	Businesspläne		Unternehmensgründungen		Unternehmensgründungen in Teams		Abhängig Beschäftigte Region 10 (in %) ²³
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %	
weiblich	14	22	5	20	3	60	41
männlich	64	78	25	80	12	48	59

Abbildung 6: Frauenanteil bei den Unternehmensgründungen

Dass Frauen weniger Unternehmen gründen, ist seit einiger Zeit bekannt. Dieses Problem besteht nicht nur in Deutschland und variiert von Land zu Land. „In Japan gibt es pro Gründer nur 0,21 Gründerinnen, in Thailand ist das Verhältnis mit 0,98 beinahe ausgeglichen.“²⁴ Das GEM nennt folgende Ursachen für niedrige Gründungsquoten: Frauen stehen den Gründungen pessimistischer gegenüber, sie haben geringeres Vertrauen in ihre Gründungsfähigkeiten und sie erhalten weniger Unterstützung für ihr Vorhaben.²⁵ Bei der Bewertung der Unterstützung für Frauen belegt Deutschland den 26. Platz von 32. Mangelnde Unterstützung von Unternehmensgründerinnen dürfte für Ingolstadt nicht zutref-

²⁰ <http://www.statistik-ingolstadt.de/>

²¹ Vgl. Brüderl, J. Preisendörfer, P. Ziegler, R. (1998) S. 83

²² Vgl. Sternberg, R. Bergmann, H. (2002) S. 32

²³ Vgl. Statistisches Jahrbuch 2003. Arbeitsmarkt und Beschäftigung. S. 66

²⁴ Sternberg, R. Bergmann, H. (2002) S. 32

²⁵ Sternberg, R. Bergmann, H. (2002) S. 6

find sein, denn die Gründerinnenberatungsstelle „ProBeschäftigung e.V.“ bietet ein umfassendes Angebot an Leistungen, die speziell für diese Zielgruppe zugeschnitten sind.

Das durchschnittliche Alter der erwerbstätigen Bevölkerung in Oberbayern liegt bei 40 Jahren.²⁶ Das Durchschnittsalter zum Zeitpunkt der Gründung beträgt in der Region 10 ca. 37 Jahre. Dieses Ergebnis ist in etwa mit dem der Münchner Gründerstudie (36 Jahre) vergleichbar. Gründer konzentrieren sich stärker auf die Altersgruppen bis 40 Jahre: 23% sind jünger als 30 Jahre, fast die Hälfte (47%) gründen im Alter zwischen 31 und 40 Jahren, weitere 30% zwischen 41 und 50 Jahren (Abb. 7).

	bis 30 Jahre	31-35 Jahre	36-40 Jahre	41-45 Jahre	46-50 Jahre
Anzahl der Gründer	7	7	7	5	4

Abbildung 7: Alter der Gründer zum Zeitpunkt der Eröffnung des Unternehmens

2.4.2 Humankapital und Erwerbsbiographie

Um den Rahmen der Untersuchung nicht zu sprengen, ist bei der Erhebung nicht auf den Schulabschluss eingegangen worden. Die Befragten sollten lediglich den höchsten Berufsabschluss nennen. Folgende Ergebnisse sind dabei zu Tage gekommen: rund 17% der Gründer haben eine gewerbliche Lehre und weitere 14% eine kaufmännische Lehre absolviert. Über zwei Drittel, nämlich 69%, haben auf einen Fachhochschul- oder Universitätsabschluss verweisen können (Abb. 8).

	bis 30 Jahre	31-35 Jahre	36-40 Jahre	41-45 Jahre	46-50 Jahre
technischer/gewerblicher/handwerklicher Berufsabschluss		2	2		1
Kaufmännischer Berufsabschluss	1		3		
Fachhochschule/Hochschule	6	5	2	4	3
Berufserfahrung (Durchschnittswerte)	4	9	15	11	23

Abbildung 8: Berufsabschluss und Berufserfahrung in Jahren

Für den Erfolg eines neugegründeten Unternehmens spielt die Berufserfahrung der Gründer eine bedeutende Rolle (Abb. 8). Diese hängt vor allem vom Alter der einzelnen Person ab, schwankt jedoch auch nach der Einteilung in Altersgruppen erheblich, so liegt beispielsweise der Unterschied innerhalb einer

²⁶ Vgl. Brüderl, J. Preisendörfer, P. Ziegler, R. (1998) S. 83

Gruppe bei 18 Jahren. Neben den verschiedenen Ausbildungswegen, könnte die Arbeitslosigkeit die Dauer der Berufserfahrung beeinträchtigen. In diesem Zusammenhang sind die Gründer nach ihrer Tätigkeit unmittelbar²⁷ vor der Gründung gefragt worden. 45% der Gründer gaben an, vor der Gründung sozialversicherungspflichtig vollbeschäftigt gewesen zu sein, weitere 17% gingen einer freiberuflichen Tätigkeit nach. Rund 14% waren in der Ausbildung, jeweils 7% waren Unternehmer und Beamte. Rund 10% waren unmittelbar vor der Gründung arbeitslos (Abb. 9). Ihre durchschnittliche berufliche Erfahrung beläuft sich auf 25 Jahre, das Alter zum Zeitpunkt der Gründung lag zwischen 36 und 50 Jahren.

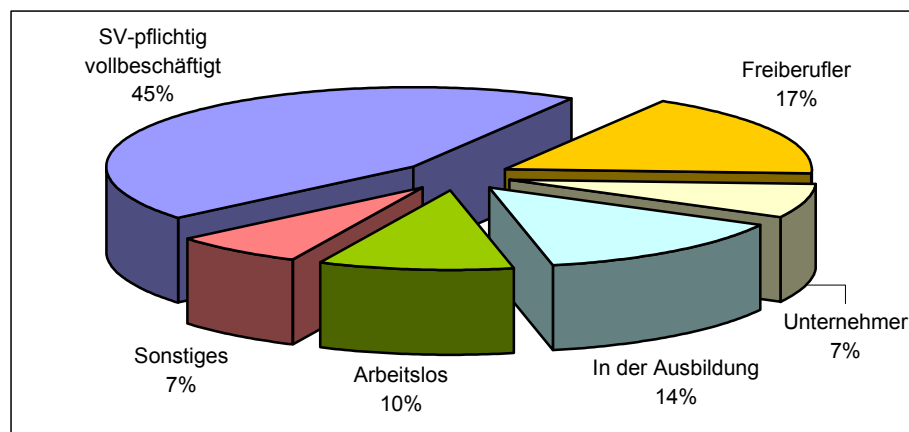


Abbildung 9: Tätigkeit unmittelbar vor der Gründung (Personen)

Besonders frühere Berufserfahrung in der Gründungsbranche ist von Vorteil. Unter den 29 Angaben waren 22 Unternehmer in der Gründungsbranche beruflich tätig. Davon haben 68% Leitungserfahrung sammeln können (18% als Gruppenleiter, je 23% als Abteilungsleiter und Bereichsleiter, 4% als Firmenleiter). Unter denen, die keine Erfahrung in der Gründungsbranche hatten, waren vor der Gründung drei Personen als Firmenleiter und zwei als Abteilungsleiter tätig.

Insbesondere im Hinblick auf die Posten, die von den Befragten in der abhängigen Beschäftigung besetzt wurden, bietet sich Frage nach der Zufriedenheit und Zielerreichung an. Rund 57% der Gründer geben an, von den geplanten

²⁷ Die Tätigkeit unmittelbar vor der Gründung ist deshalb interessant, weil einer Gründung aus der Arbeitslosigkeit schlechtere Chancen auf Erfolg beigemessen werden (z.B wegen der schlechteren Kapitalausstattung), als einer Gründung nach der Vollbeschäftigung.

Zielen mehr erreicht zu haben, als angestrebt war. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die übrigen 43% ihre Ziele nicht erreicht haben, denn 13% dieser Unternehmen sind innerhalb der letzten 12 Monate gegründet worden, einige bestehen jedoch erst seit 2-3 Monaten. Für ein Unternehmen ist dieser Zeitraum zu kurz, um von Erfolg sprechen zu können. Der hohe Zufriedenheitsgrad ergibt sich aus dem Vergleich mit einer Anstellung, 70% der Unternehmer geben an, nicht mehr in eine Festanstellung wechseln zu wollen.

2.5 Charakterisierung der Gründungen

2.5.1 Wirtschaftsbereiche

Schon bei einer näheren Auseinandersetzung mit den eingereichten Geschäftsideen wird deutlich, dass die meisten Gründer ihre Chancen im Dienstleistungsbereich sehen. 84% der gegründeten Unternehmen sind im tertiären Sektor angesiedelt (Abb. 10). Dabei wird eine breite Palette von Diensten abgedeckt, von Unternehmensberatung über Konstruktionsdienstleistungen bis hin zu den Webdesignleistungen und Schulungen.

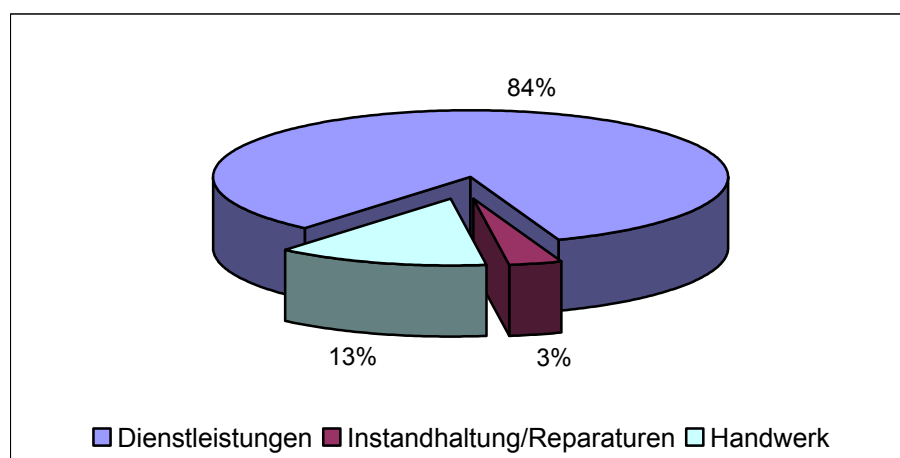


Abbildung 10: Verteilung der Unternehmensgründungen in den Wirtschaftsbereichen

Vergleicht man Ingolstadt mit den anderen Großstädten Bayerns, so zeigt sich, dass Dienstleistungsbetriebe hier den geringsten Bruttowertschöpfungsbeitrag leisten. Über die Hälfte der Bruttowertschöpfung entfällt auf das produzierende Gewerbe, damit ist Ingolstadt die Stadt mit der höchsten Produktionsintensität in Bayern. Insbesondere im Vergleich zum bayerischen Durchschnitt von 24% und naheliegenden Großstädten München (19%) und Nürnberg (22,1%), aber auch Augsburg (26,6%) und Regensburg (32,2%) fällt auf, dass in Ingolstadt

(52,3%) speziell das verarbeitende Gewerbe eine große Rolle spielt. Das lässt eine kleinere Anzahl an bestehenden Dienstleistungsunternehmen und somit geringeren Wettbewerbsdruck vermuten und daraus bessere Chancen für das Bestehen der Unternehmen ableiten.

Seit Ende der achtziger Jahre gewinnt das Handwerk in Ingolstadt deutlich an Bedeutung. Im Jahr 1987 sind noch 843, in 2002 bereits 1082 Handwerksbetriebe²⁸ gezählt worden. 13% der von den Teilnehmern des Businessplan Wettbewerbs gegründeten Unternehmen sind Handwerksbetriebe.

Während es sich bei den Handwerksbetrieben um eine gleichmäßige Verteilung handelt, konzentrieren sich die Betriebe aus dem tertiären Sektor auf zwei Wirtschaftsbereiche den produktionsorientierten und konsumorientierten Dienstleistungen (Abb. 11).

Wirtschaftsbereich	Anzahl	Verhältnis von Zielgruppen		
		Unternehmen (in %)	Privathaushalte : Unternehmen (in %)	Privathaushalte : Unternehmen : öffentl. Einrichtungen (in %)
Metallhandwerk	1	100		
Holzhandwerk	1			60:35:5
Elektrohandwerk	1	100		
Sonstiges Handwerk	1		50:50	
Instandhaltung/Reparaturen	1			3:90:7
Kredit und Versicherungsgewerbe	1		90:10	
sonst. produktionsorientierte bzw. unternehmensbezogene DL	13	100 (n=10) ²⁹	15:85 (n=2)	0:30:70
sonst. konsumorientierte bzw. personenbezogene DL	8	100 (n=6)	3:97	0:40:60
übrige Wirtschaftszweige	3	100		

Abbildung 11: Unternehmensverteilung nach Wirtschaftsbereichen und Zielgruppen

Die Einteilung nach den Zielgruppen wurde aufgrund der prozentualen Zuordnung der Kunden in Privathaushalte, Unternehmen und sonstige Kunden (öffentliche Einrichtungen) vorgenommen. Dabei stellte sich heraus, dass 70% der Betriebe unternehmensorientiert arbeiten, das heißt alle angebotenen Produkte und Dienstleistungen zu 100% von anderen Betrieben abgenommen werden.

²⁸ Vgl. www.ifg-ingolstadt.de

²⁹ n=10 entspricht der Anzahl der Nennungen

2.5.2 Rechtsform

	Einzel- unternehmen	Personen- gesellschaften	Kapital- gesellschaften	Sonstige (e.V., e.K.)	Keine Angabe
Gründung	6	7	9	4	4
Aktuell	8	3	11	4	4

Abbildung 12: Rechtsform zum Zeitpunkt der Gründung und aktueller Stand

Die obenstehende Abbildung zeigt, dass sich die meisten Gründer, bei der Rechtsformwahl zum Zeitpunkt der Gründung, für eine Kapitalgesellschaft entschieden haben. Unter diesen ist, neben der GmbH, auch eine Aktiengesellschaft vertreten, die aber inzwischen wieder aufgelöst wurde.

Im Verlauf ihrer Geschäftstätigkeit entscheiden sich viele Gründer die Rechtsform des Unternehmens zu wechseln. Besonders oft trifft es die GbR(s), die zu Gunsten eines Einzelunternehmens oder einer Kapitalgesellschaft aufgelöst werden. Vermutlich gehen diese aufgrund von Abstimmungsproblemen und Konflikten zwischen den gleichberechtigten Partnern auseinander.

2.5.3 Startkapital

Startkapital gehört zu den Basisressourcen, ohne die eine Unternehmensgründung nicht stattfindet. Abhängig von Rechtsform (Personen-, Kapitalgesellschaft) und Wirtschaftszweig (Industrie-, Dienstleistungsunternehmen), ist eine unterschiedliche Anfangskapitalausstattung notwendig.

Bei der Untersuchung der Anfangskapitalausstattung im Zusammenhang mit Rechtsform des gegründeten Unternehmens ergeben sich eindeutige Unterschiede. Während Einzelunternehmen mit durchschnittlich € 18.000 starten, werden Personengesellschaften am Anfang mit rund € 31.000 ausgestattet (Abb. 13).

	bis 20 Tsd. €	20-50 Tsd. €	50-100 Tsd. €	100-200 Tsd. €	über 200 Tsd. €	Durchschn. Startkapital
Einzelunternehmen	4	2				18.333
Personengesellschaften	4	2	1			30.833
Kapitalgesellschaften	2		2	1	3	133.750
Sonstige	2		1	1		61.250

Abbildung 13: Startkapital in Abhängigkeit von Rechtsform

Sicherlich ist die gesetzliche Vorgabe für Kapitalgesellschaften ein Grund für hohes Startkapital, z.B. das Stammkapital einer GmbH von mindestens

€ 25.000, allerdings übersteigt der Durchschnittswert die Stammkapitaleinlage um das vierfache. Unter Berücksichtigung von Wirtschaftsbereichen kommt folgendes Ergebnis zu Tage: mit Ausnahme eines Handwerksbetriebes und eines Instandhaltung/Reparatur-unternehmens, sind alle Kapitalgesellschaften - Dienstleistungsunternehmen. Nimmt man die zwei Unternehmen aus der Durchschnittsberechnung heraus, verbleibt ein Startkapital von rund € 112.000.

2.5.4 Finanzierung

Nicht jedes Vorhaben lässt sich aus eigenem Kapital bestreiten. Aber es gibt verschiedene weitere Möglichkeiten und Kombinationen, ein eigenes Unternehmen zu finanzieren. Auch wenn sich private Banken mehr und mehr aus der Gründungsfinanzierung zurückziehen, springen, wie in Ingolstadt, regionale Sparkassen ein, und bieten eine Stärkung des Eigenkapitals durch den speziell für diesen Zweck eingerichteten Beteiligungsfond.

Trotz der relativ hohen Startkapitalanforderungen ist die Eigenkapitalfinanzierung die meist verbreitete Finanzierungsart unter den Teilnehmern des Businessplan Wettbewerbs. 42% der Unternehmer gründeten aus eigenen Mitteln (Abb. 14). Daneben ist auch die Kombination aus Eigenkapital und Bankkredit sehr verbreitet, dabei reicht die Kredithöhe von 15% bis 95% des Gesamtkapitals. Unter denen, die keinen Kredit aufgenommen haben, geben 59% an, keinen Kredit beantragt zu haben. 18% der Gründer haben keine Bewilligung bekommen.

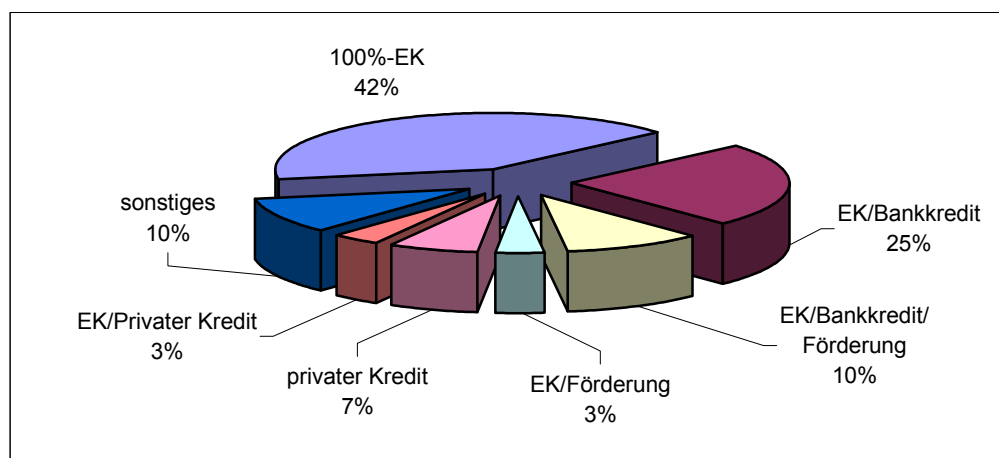


Abbildung 14: Finanzierungskombinationen (17 Angaben)

44% der Unternehmer geben außerdem an, bei Vorhandensein eines finanziellen Spielraums wären sie bereit, mehr zu investieren. Knapp die Hälfte davon, nämlich 45%, haben jedoch keinen Kredit beantragt. Dies lässt einen Schluss zu, dass für viele Gründer alternative Finanzierungsquellen in Frage kämen.

2.6 Gründungserfolg

2.6.1 Beschäftigte

Von 30 Unternehmern haben 27 (24 ohne gescheiterte Unternehmen) die Frage nach den Beschäftigten beantwortet. Im Gründungsjahr hatten rund 67% der Unternehmen keine weiteren Beschäftigten, außer der Gründungsperson. Fünf Firmen beschäftigten je eine Person und in vier weiteren Unternehmen sind im Gründungsjahr zwischen zwei und fünf Personen beschäftigt worden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es sich bei einem Unternehmen mit fünf Beschäftigten (ohne Gründer) um eine Übernahme handelt. Insgesamt sind 60 Arbeitsplätze (jeweils im Gründungsjahr, inklusive aufgelöster Unternehmen) entstanden, das ergibt einen Durchschnitt von 2,2 Personen je Unternehmen. Zieht man davon die Arbeitsplätze wieder aufgelöster Unternehmen (9) ab, ergibt sich ein Durchschnitt von 2,13 Personen.

Darüber hinaus sind die Gründer nach der aktuellen Anzahl der Arbeitsplätze befragt worden. Neben der Aufteilung in Einzel- bzw. Teamgründung ist eine Grenze bei dem Alter der Unternehmen gezogen worden, und zwar bei drei Jahren (Abb. 15).

	Unternehmen < 36 Monate auf dem Markt	Arbeitsplätze zum Zeitpunkt der Gründung	Arbeitsplätze aktuell	Unternehmen > 36 Monate auf dem Markt	Arbeitsplätze zum Zeitpunkt der Gründung	Arbeitsplätze aktuell
Einzelgründung	7	12	19	7	13	52
Teamgründung	6	18	22	4	8	22

Abbildung 15: Beschäftigungsentwicklung

Gruppe 1: Einzelgründung/ unter 36 Monate

Für die Teilnehmer der letzten Runde fällt das Gründungsjahr und die Anzahl der aktuellen Arbeitsplätze zusammen deshalb ergeben sich in dem Fall, mit einer Ausnahme, keine Veränderungen. Die meisten dieser Unternehmen (5) finden sich in der ersten Gruppe, die durchschnittliche Bestandsdauer der Un-

ternehmen beträgt hier elf Monate, deshalb ist ein relativ geringer Zuwachs von sieben Arbeitsplätzen akzeptabel. Diese verteilen sich auf zwei Unternehmen.

Gruppe 2: Teamgründung/ unter 36 Monate

Das durchschnittliche Alter der Gruppe zwei beträgt 20 Monate. Weil es sich hierbei um Teamgründungen handelt, sind bereits bei der Gründung mehr Arbeitsplätze geschaffen worden. Dies ist wahrscheinlich auch der Grund dafür, dass die Zunahme an Arbeitsplätzen (22%) nicht so hoch ausfällt, wie bei den Einzelgründungen (58%). Die vier zusätzlich geschaffenen Arbeitsplätze verteilen sich auf zwei Unternehmen.

Gruppe 3: Einzelgründung/ über 36 Monate

Unternehmen aus der dritten Gruppe weisen den größten Arbeitsplatzzuwachs auf. Die Anzahl der Arbeitsplätze hier, hat sich seit der Gründung fast vervierfacht. Es ist jedoch anzumerken, dass 38 von 52 Arbeitsplätzen freie Mitarbeiter belegen, wobei ein Unternehmen mit 19 freien Mitarbeitern besonders heraussticht. Das durchschnittliche Alter der Unternehmen beträgt 60 Monate.

Gruppe 4: Teamgründung / über 36 Monate

Von der relativ gleichmäßigen Verteilung, hinsichtlich der Anzahl der Unternehmen je Gruppe, weicht diese eindeutig ab. Dies liegt vor allem daran, dass alle vier gescheiterten Unternehmen aus dieser Gruppe ausgeschieden sind. Auch hier ist die Anzahl der Arbeitsplätze deutlich angestiegen, mit 22 ist sie um fast das Doppelte höher, als zum Zeitpunkt der Gründung. Im Vergleich zu Gruppe zwei, sind hier jedoch nur zwei freie Mitarbeiter tätig. Während ein Unternehmen einen Platz weniger hat, schafft ein anderes vierzehn neue Vollzeitstellen. Das durchschnittliche Alter der Unternehmen liegt in dieser Gruppe bei 48 Monaten.

Aus diesem Vergleich können zwei Schlussfolgerungen abgeleitet werden.

- Altersvergleich

Während der ersten drei Jahre der Existenz, verläuft die Beschäftigtenentwicklung sehr langsam. Die oberste Priorität der Gründer ist, das Unternehmen langfristig auf dem Markt zu befestigen. Erst nach dem dritten Jahr zeigen sich eindeutige Beschäftigungszuwächse.

- Vergleich der Gründungsarten

Teamgründungen sind risikobereiter, sie stellen Vollzeitarbeitsplätze zur Verfügung, während die Einzelgründer eher freie Mitarbeiter beschäftigen.

Insgesamt sind durch die Unternehmensgründungen 115 Arbeitsplätze geschaffen worden, bei 24 Unternehmen ergibt dies einen Durchschnitt von 4,8 Stellen je Unternehmen. Abgesehen von den 8 nicht genauer differenzierten Stellen, verteilen sich die Arbeitsplätze wie in der Abbildung 16 dargestellt.

Die Anzahl der Vollzeitstellen und der beschäftigten freien Mitarbeiter ist mit 41% bzw. 43% fast identisch. 12% der Stellen werden für Teilzeit- bzw. geringfügig Beschäftigte zur Verfügung gestellt. Außerdem bietet ein Handwerksbetrieb zwei Ausbildungsplätze an.

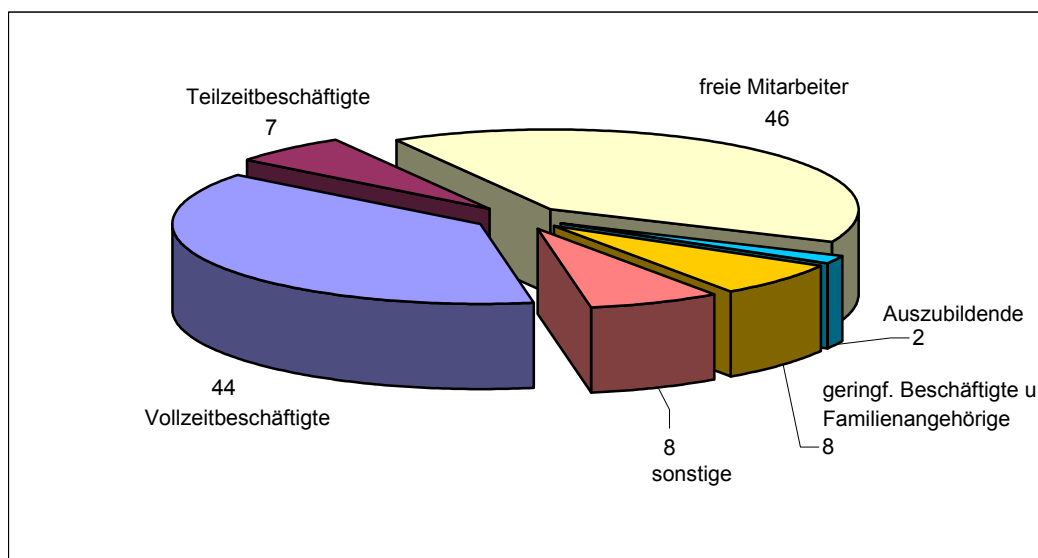


Abbildung 16: Arbeitsplatzverteilung

2.6.2 Umsatz

Alle 24 Unternehmen, die auf dem Markt vertreten und keine Vereine sind, haben Angaben zum Umsatz im Gründungsjahr gemacht. Bei 79% der Gründungen liegt der Umsatz unter € 50.000, 13% erzielten einen Umsatz zwischen 50.000 und € 100.000 und 8% über € 1.000.000.

Zum Umsatz in 2003 sind nur 17 Angaben gemacht worden, es liegt vor allem an den Unternehmen, die erst in 2004 gegründet worden sind (5). Mit einer Ausnahme geben alle Unternehmen an, in 2003 einen Umsatz unter € 250.000

erzielt zu haben.³⁰ Sowohl die Unternehmen, die im Gründungsjahr einen Umsatz von unter € 50.000 verzeichnet haben, als auch die, die einen Umsatz zwischen 50.000 und € 100.000 hatten liegen nun bei unter € 250.000. Während der Umsatz des Ausnahmeunternehmens im Gründungsjahr bei über € 1.000.000 lag, verzeichnet es in 2003 einen Umsatz zwischen 1.000.000 und € 3.000.000. Wie hoch der Zuwachs tatsächlich ist, wurde nicht erhoben.

Die Entwicklung der Unternehmen sollte auch über den Gewinn eingefangen werden. Dabei geht es nicht um dessen Höhe, aus demselben Grund wie oben, sondern um die Dauer, bis der erste Gewinn erzielt worden ist. Diese beträgt im Durchschnitt zwölf Monate (insgesamt 15 Angaben). Ein Drittel der Unternehmen erzielte den ersten Gewinn innerhalb der ersten sechs Monate, zwischen einem halben Jahr und zwölf Monaten dauerte es bei weiteren 33%. Bei 20% der Unternehmen lag der Zeitpunkt zwischen zwölf und achtzehn Monaten, bei den übrigen 13% dauerte es 2,5 bis 3 Jahre.

58% der Unternehmer schätzen ihr Unternehmen als gefestigt ein. In der Zukunft ist „Wachstum und dann Verkauf“ die beste Perspektive für rund 47%. 27% bevorzugen nur „Wachstum“ und 17% favorisieren „Nachfolge“. Immerhin 10% der Teilnehmer könnten sich einen Börsengang als Zukunftsperspektive vorstellen.

2.7 Kooperation mit anderen Unternehmen

Durch die Kooperation mit anderen Unternehmen erschließen sich außerordentliche Vorteile. Synergieeffekte durch Ideen- und Erfahrungsaustausch, Know-how-Zuwachs, Akquisitionsvorteile (Nutzung von Kontakten, gegenseitige Auftragserteilung), bessere Bedienung des Kunden und eine Erweiterung der Dienstleistungspalette. Solche Kooperationen entstehen oft aus alltäglichen Situationen z.B. durch Kontakt zum ehemaligen Arbeitgeber, Studien- und Arbeitskollegen.

³⁰ Um den Unternehmern nicht zu nahe zu treten, sind die Umsatzzahlen im Fragebogen relativ grob strukturiert gewesen, so ist der relative Umsatzzuwachs nicht genau messbar.

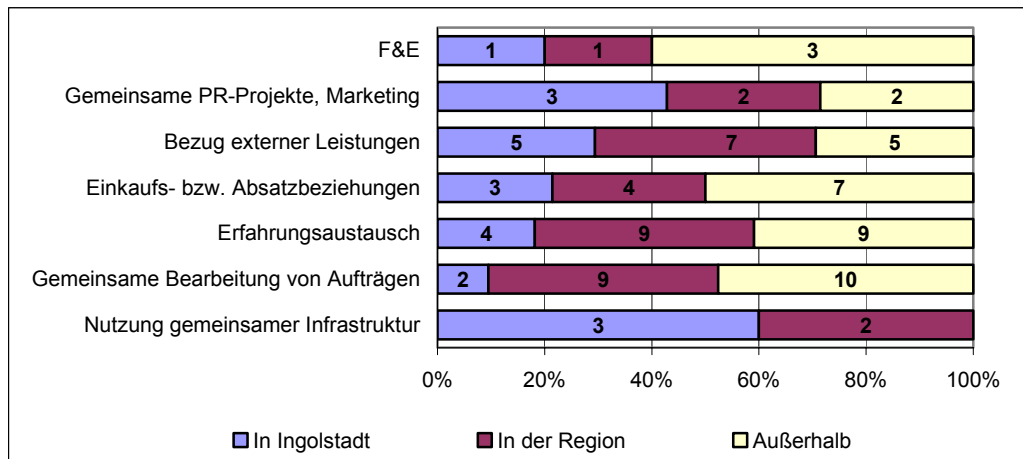


Abbildung 17: Kooperation mit anderen Unternehmen

Auch die Teilnehmer des Businessplan Wettbewerbs nutzen diese Vorteile, im Verlauf der gesamten Wertschöpfungskette nutzen die Unternehmer Vorteile aus Kooperation mit anderen Unternehmen. 38% der Betriebe bearbeiten gemeinsame Aufträge mit Unternehmen aus der Region, 42% mit denen von Außerhalb (Abb. 17). Diese Beziehungen werden, sowohl in der Region als auch mit Unternehmen von außerhalb, für den Erfahrungsaustausch genutzt (37%). Die Buchführung und die Steuerberatung werden von 29% der Unternehmen aus der Region bezogen, je 21% beziehen diese Leistungen in Ingolstadt und außerhalb der Region.

3 Benchmarking

Um die weitere Entwicklung des bpw10 gestalten zu können, wurde das Wettbewerbsumfeld analysiert und Entwicklungsmöglichkeiten für den bpw10 überdacht. Hierzu wurden 54 deutsche Ideen- und Businessplan Wettbewerbe und 8 international tätige Wettbewerbe im Internet recherchiert und deren Leistungen verglichen.

In der Wettbewerbslandschaft belegen die Businessplan Wettbewerbe 50%, die Ideenwettbewerbe knapp 39% und die Mischform aus Businessplan und Ideenwettbewerb rund 11% (Abb. 18). Bei der Teilnahme an Businessplan Wettbewerben wird der eingereichte Businessplan, bei Ideenwettbewerben lediglich die eingebrachte Idee bewertet und ausgezeichnet. Das Benchmarking ergab, dass sich der Businessplan Wettbewerb der Region 10 in der Hauptgruppe der 31 Businessplan Wettbewerbe seiner Wettbewerbsart befindet.

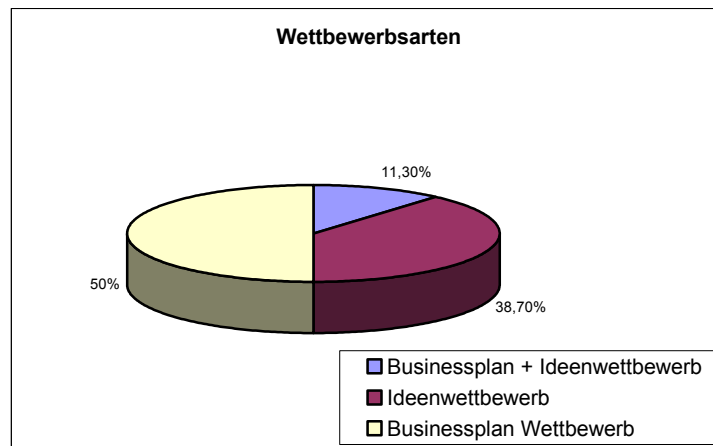


Abbildung 18: Wettbewerbsarten

Das Benchmarking wurde in drei Schritten, anhand der Fragen zur Zielgruppe („für wen“), zum Leistungsangebot („was wird angeboten“) und zum Gründungsnetzwerk („wie wird es angeboten“) durchgeführt. Die Einteilung der Wettbewerbe in die verschiedenen Zielgruppen erfolgte nach diesen Kriterien:

- alle Interessenten, keine spezifische Zielgruppensegmentierung
- Studenten, Hochschulangehörige, Professoren, Forschungsinstitute
- GründerInnen
- Gründer und Management von Wachstumsunternehmen
- Nachfolger
- Spin-Offs

Eine Gesamtübersicht zu den Zielgruppen gibt Abb. 19

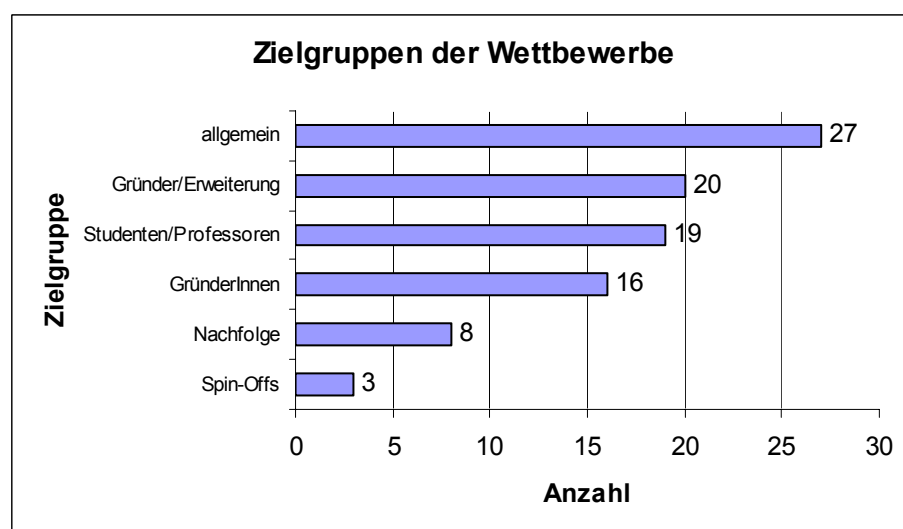


Abbildung 19: Zielgruppen der Wettbewerbe

Die Auswertung der Zielgruppen ergab, dass das Potenzial des bpw10 hier sowohl Intensivierungs- als auch Erweiterungsbedarf aufzeigt. Bislang war der Anteil an Gründerinnen beim bpw10 mit 20% relativ gering und daher sollte diese Zielgruppe mehr gefördert werden als andere. Der bpw10 setzt sich als Ziel, verstärkt Gründerinnen anzusprechen und somit die Frauenquote im Wettbewerb zu erhöhen.

Im Bezug auf die Nachfolgeregelung konnte der bpw10 in Runde 5 bereits die ersten Gewinner in dieser Zielgruppe auszeichnen. Bundesweit lässt sich für die nächsten Jahre die Prognose aufstellen, dass mehrere tausend Unternehmen vor der Frage „Nachfolgeregelung“ stehen werden und der bpw10 als geordnetes Instrument gute Dienste für dieses Problem anbietet.

Häufig ergeben sich neue Geschäftsideen in bestehenden Unternehmen, welche zum Teil nicht in die Kernstrategie passen. Daher platzieren Großunternehmen diese generierten Geschäftsideen am Markt, aus welchen Spin-Offs entstehen. Der bpw10 sollte bei dieser Zielgruppe ansetzen und die hieraus ergebenden Gründungspotentiale nutzen. Ebenso zeigt die Zielgruppe der Professoren für den bpw10 Entwicklungspotenzial, da die Hochschulen der Region und deren Hochschulangehörige bis dato nicht verstärkt miteinbezogen wurden. Obwohl in einer vorangegangenen Runde ein Professor aktiv am bpw10 teilgenommen hat, könnte diese Zielgruppe mit dem Aspekt des Technologie- und Wissenstransfers verstärkt beworben werden.

Den Intensivierungs- und Entwicklungsbedarf der Zielgruppe fasst folgende Übersicht zusammen:

Intensivierung	GründerInnen, Nachfolge
Neu	Spin-Offs, Professoren

Bei der Frage nach dem Leistungsspektrum („was wird angeboten“) verglich das Benchmarking die Wettbewerbe folgendermaßen:

- Auslobung von Geldpreisen oder Sachpreisen
- Bereitstellung von kostenlosen Coachings
- Veranstaltungen/Seminare über gründungsrelevante Themen

- Bereitstellung eines Teilnehmer-Handbuch
- Vorhandensein eines Netzwerks, Nutzung der Netzwerkdienstleistungen
- bei der Beantragung von Fördermitteln
- Angebot von Zusatzleistungen (kostenloses Marketing, zusätzliche Förderung)
- Austauschbörse für Teilnehmer
- Beratung/Hilfestellung bei der Beantragung von Fördermitteln

Einen zusammenfassenden Überblick gibt hierzu Abb. 20.

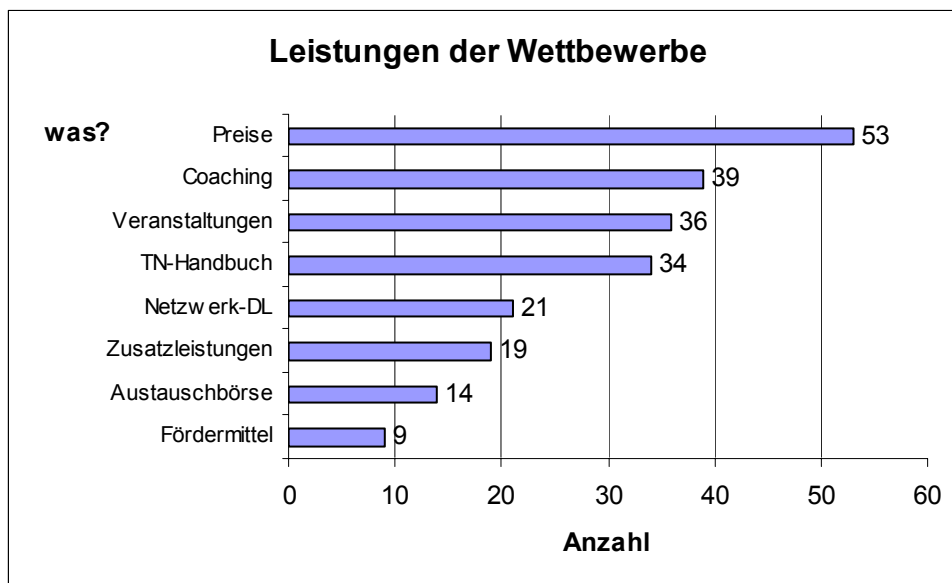


Abbildung 20: Leistungsangebot „was“

Die Auswertung des Leistungsangebotes ergab, dass sich für den bpw10 in diesem Bereich auch ein Intensivierungs- und Erweiterungspotenzial aufzeigt.

Die Veranstaltungen und Seminare des bpw10 für die Teilnehmer sollten um gründungsrelevante Themenkreise erweitert werden, da eine größere Nachfrage hierfür besteht (vgl. 4.2 Gründungsrelevante Kompetenzen). Ebenso ließe sich durch eine Differenzierung der Geldpreise mit weiteren Sonderpreisen das Leistungsangebot des bpw10 optimieren. Ein besonderer Fokus in diesem Bezug lag bei den vergangenen Runden auf den Sonderpreisen für die Gründung aus dem Handwerk, die Gründung aus der Hochschule oder die Gründung mit einem hohen regionalen Bezug. Das angebotene Teilnehmerhandbuch wurde der „Stufe eins“ des MBPW entnommen, da den Teilnehmern des bpw10 der Einstieg ab der „Stufe zwei“ des Münchener Businessplan Wettbewerbes er-

möglichst wird. Der Ansatzpunkt hier wäre, ein vereinfachtes und mit den spezifischen Belangen des bpw10 erweitertes Teilnehmerhandbuch zu veröffentlichen.

Da insbesondere in der letzten Wettbewerbsrunde durch die Teilnehmer (lt. empirischer Erhebung) das Vorhandensein einer Austauschbörse angeregt wurde, sollte ein derartiges Angebot überdacht werden. In Frage kommt ein Austausch unter den Teilnehmern und zwischen den Teilnehmern und verschiedenen Netzwerkgruppen (Rechtsanwälte, Steuerberater, Finanzexperten). Die empirische Erhebung ergab außerdem, dass die Fremdfinanzierungsfrage für die Gründer ein Problem darstellt und der überwiegende Teil mit Eigenkapital den Unternehmensstart bestreitet. Somit ergibt sich für den bpw10 das Potenzial, bei der Finanzierung mit staatlichen Fördermitteln den Teilnehmern beratend zur Seite zu stehen und die Kooperation mit Kreditinstituten zu intensivieren.

Den Intensivierungs- und Entwicklungsbedarf des Leistungsangebots fasst folgende Übersicht zusammen:

Intensivierung	Veranstaltungen/Seminare Differenzierung der Geldpreise eigenes Teilnehmer-Handbuch
Neu	Austauschbörse Beratung/Hilfe bei Fördermitteln

Das Leistungsangebot wurde bezüglich der Frage ‚Kooperation im Gründungsnetzwerk‘ („wie wird es angeboten“) wie folgt ausführlicher analysiert:

- Kooperation mit Medienpartnern: Veröffentlichung der Gewinnerportraits, Darstellung von Erfolgsgeschichten
- Kooperation mit anderen Businessplan Wettbewerben
- Zusammenarbeit mit einem Gründerzentrum.

Eine differenzierte Auswertung zeigte auch in diesem Bereich weitere Potenziale des bpw10 auf, welche intensiviert und/oder erweitert werden sollten. Die folgende Übersicht fasst die Ergebnisse des Benchmarking zum Gründernetzwerk zusammen:

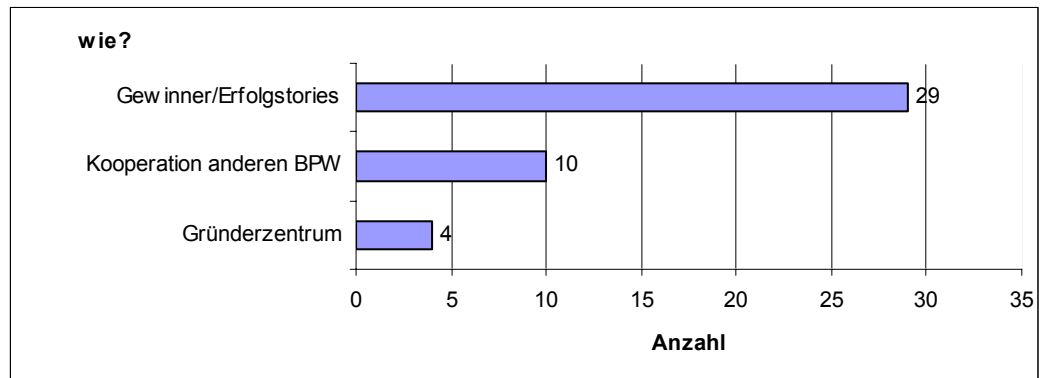


Abbildung 21: Gründungsnetzwerk „wie“

Die Gewinner der Runde 5 und deren Erfolgsgeschichten wurden nach der Prämierung in der örtlichen Presse veröffentlicht. Eine Artikelserie mit der Darstellung aller Gewinner des bpw10 wurde gestartet und erweckte große Aufmerksamkeit für Gründer und den bpw10. Die Veröffentlichung der Erfolgsgeschichten soll sich als Plattform für die Gründer und zur Darstellung des bpw10 als Instrument der Gründerförderung positiv auswirken.

Das Etablieren eines Coaches-Treffens unter dem Thema „coach the coaches“ und das Kommunizieren des Coaching-Prozesses bei den Teilnehmern und Coaches stellt ein weiteres Entwicklungspotenzial für den bpw10 dar. Bisher wurden die Coaches in einem kleinen Rahmen auf die Beratungstätigkeit vorbereitet. In Zukunft sollen die Coaches in einem eigenen Netzwerk mit regionaler Unterstützung der Landkreise und der Stadt Ingolstadt zu einer homogenen Qualität mit gleichen Kompetenzen entwickelt werden.

Die folgende Übersicht fasst die Potentiale des bpw10 in Bereich Gründungsnetzwerk zusammen:

Intensivierung	Veröffentlichung von Erfolgsgeschichten
Neu	„coach the coaches“

Die folgende Übersicht zeigt umfassend die Ergebnisse aller Bereiche des Benchmarking, in welchen der bpw10 bereits ein sehr gutes Angebot bietet, aber auch jene Bereiche, die intensiviert oder neu aufgenommen werden sollten.

	Zielgruppe (Für wen?)	Leistungsangebot (Was?)	Gründungsnetzwerk (Wie?)
Best Practice	- Gründer - Management von Wachstums- unternehmen	- Coaching- Vereinbarung	- Kooperation mit EGZ Ingolstadt
Intensivierung	- Gründerinnen - Nachfolge	- eigenes TN-Handbuch - verstärkt Veranstal- tungen/ Seminare - Differenzierung der Geldpreise, z.B. Sonderpreise	- engere Kooperation mit MBPW
Neu	- Spin-Offs - Professoren	- Austauschbörse für Teilnehmer - Beratung/Hilfe bei Fördermitteln	- „coach the coaches“

Abbildung 22: Zusammenfassung der Ergebnisse aus dem Benchmarking

4 Entwicklungsmöglichkeiten

4.1 Gründungshemmnisse

Häufig sind es nicht die attraktiven Preise, weshalb sich potentielle Gründer an den Businessplan Wettbewerb wenden, sondern die professionelle Beratung und die persönliche Betreuung, die den Teilnehmern geboten wird. Die Probleme, mit denen die Gründer konfrontiert werden, sind verschieden. Unter den am häufigsten genannten Hemmnissen ist die Finanzierung (Startkapitalbeschaffung, unübersichtliches Angebot an öffentlichen Fördermitteln) und nicht ausgereiftes Unternehmenskonzept (Abb. 23).

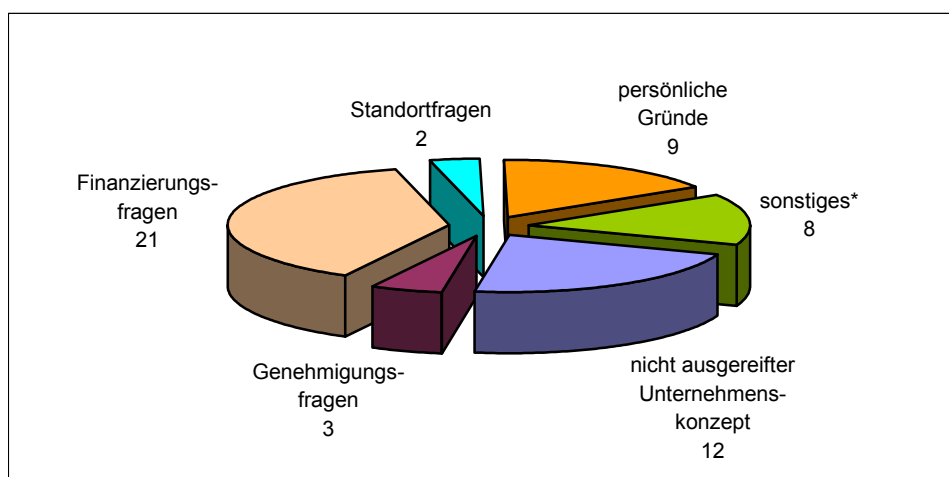


Abbildung 23: Gründungshemmnisse der Teilnehmer³¹

³¹ Bei der Beantwortung dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich. Diese Frage ist von 37 Personen beantwortet worden.

4.2 Gründungsrelevante Kompetenzen

Bei der Frage nach den gründungsrelevanten Kompetenzen, ging es um die Selbsteinschätzung von Fähigkeiten und Kenntnissen der Gründer. Die Teilnehmer vergaben Schulnoten 1 (sehr gut) bis 5 (ungenügend) für vorgegebenen, in Zusammenhang mit einer Gründung stehenden Themen.

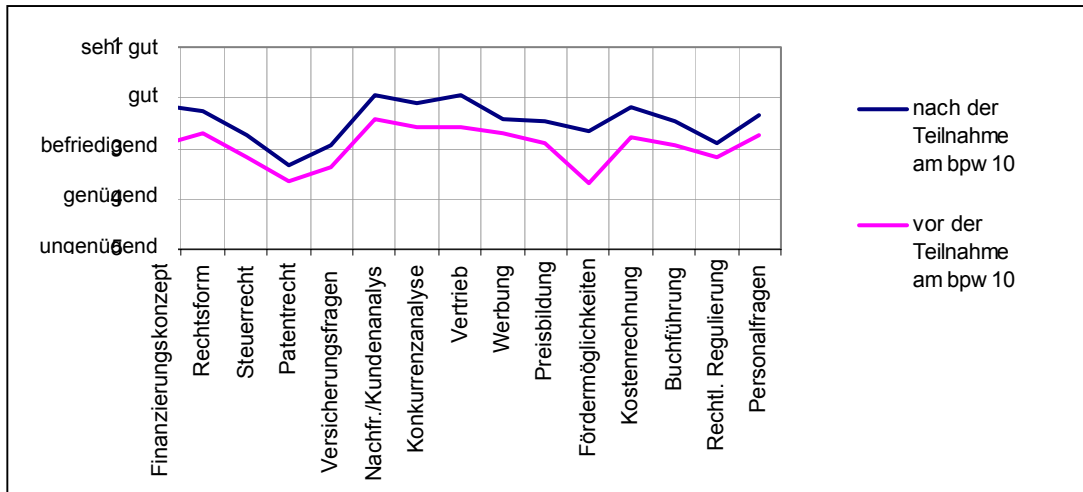


Abbildung 24: Einschätzung gründungsrelevanter Kompetenzen

Als besonders schlecht schätzen die Teilnehmer ihre Kenntnisse in Versicherungsfragen (Durchschnittsnote: 3,38) und bei den Fördermöglichkeiten (3,69), sowie in Patent- und Steuerrecht (3,65/3,19) ein. Der Gesamtdurchschnitt vor der Teilnahme am bpw10 ergibt eine 3, also „befriedigend“ (Abb. 24).

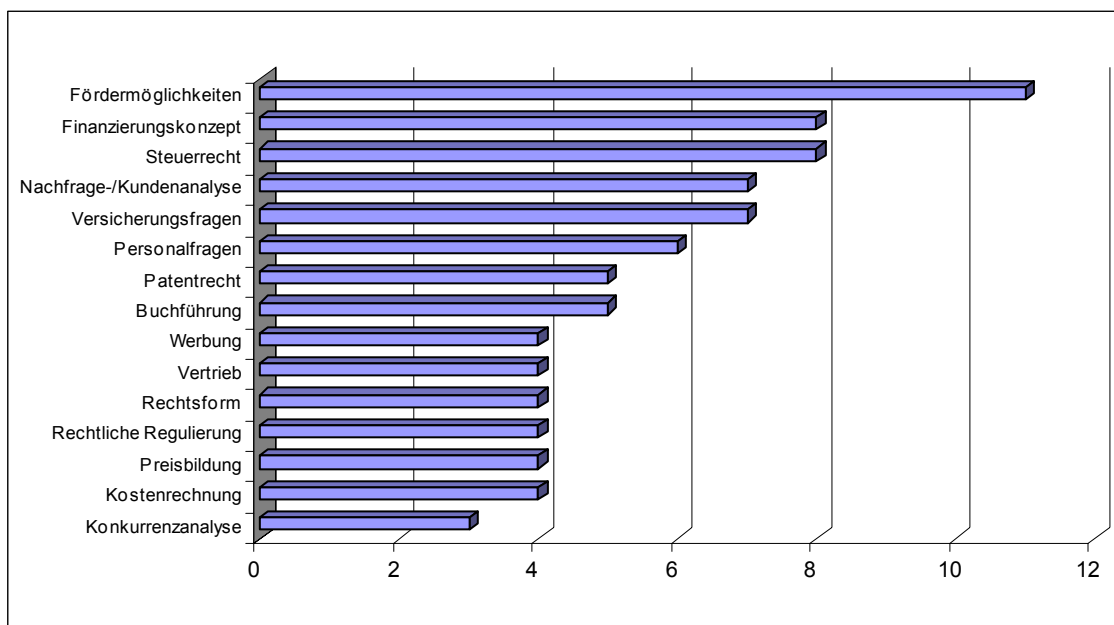


Abbildung 25: Interesse an Seminaren und Informationsveranstaltungen

Die größte Verbesserung haben die Teilnehmer bei den Fördermöglichkeiten mit 2,65 erreicht. Auch die Kenntnisse zum Finanzierungskonzept haben sich deutlich verbessert (Endnote 2,17). Der Gesamtdurchschnitt verbesserte sich auf 2,5. Ungeachtet der größten Verbesserung, würden rund 26% der Teilnehmer weitere Seminare zum Thema „Existenzgründungsförderung“ besuchen. Jeweils 18% interessieren sich für das Steuerrecht und Finanzierungsmöglichkeiten (Abb. 25). Weitere 16% würden an Seminaren zum Thema „Versicherungen“ und „Nachfrage“ teilnehmen.

4.3 Einfluss des bpw10 auf die Gründungen

Eine sehr starke Bindung im Fördernetzwerk der Region 10 zeigt sich zwischen Businessplan Wettbewerb und dem Ingolstädter Existenzgründerzentrum. Dies geht auch aus der Frage nach den vermittelten Kontakten hervor. Von den 26 Personen, die diese Frage³² beantwortet haben, geben 73% an, über den bpw10 den Kontakt zum Existenzgründerzentrum hergestellt zu haben. Weitere Kontakte konnten zu den Sparkassen und regionalen Kreditinstituten (je 23%), zur Fachhochschule Ingolstadt und Katholischen Universität Eichstätt (23%), sowie zur IFG Wirtschaftsförderungsgesellschaft (11%), Banken (11%) und Industrie- und Handelskammer (8%) geknüpft werden. 61%, also 16 Teilnehmer, stufen die Zusammenarbeit mit bpw10, bei den Gesprächen mit den oben genannten Institutionen, als förderlich ein.

Die Teilnahme am Businessplan Wettbewerb zeigt auch direkte Auswirkung auf die Gründungen. Zwölf Teilnehmer gaben zu, ohne die Teilnahme würden sie insgesamt eine geringere Gründungsqualität erzielen (Abb. 26). Weitere fünf konnten durch die Teilnahme zusätzliche Kontakte zu Unternehmen knüpfen.

³² Mehrfachnennungen möglich.

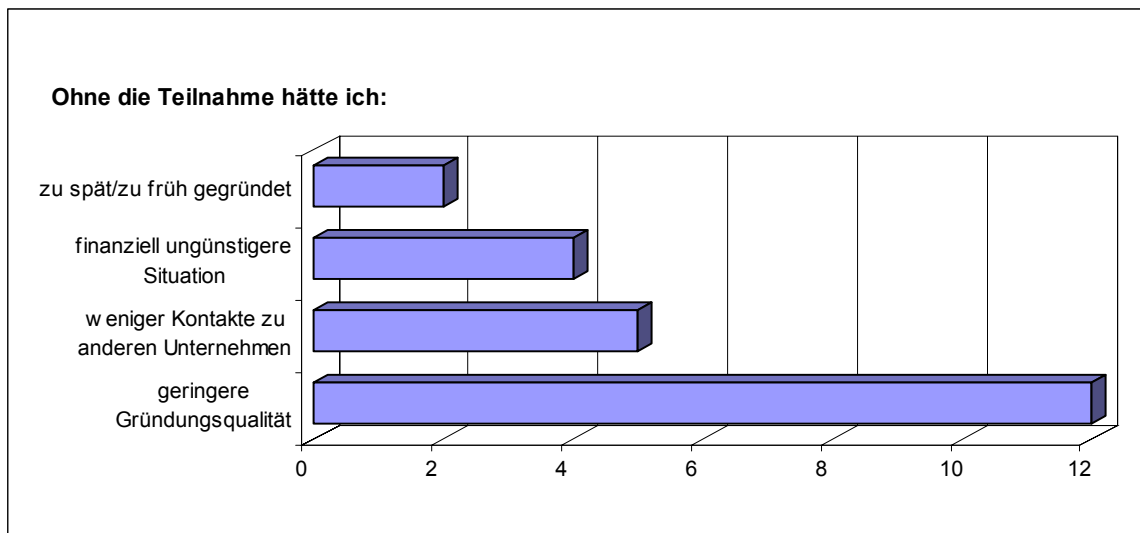


Abbildung 26: Einschätzung der Gründer zum Einfluss des bpw10 auf die Gründungsqualität

4.4 Wirtschaftlichkeitsbetrachtung

In den vergangenen fünf Jahren ist der Businessplan Wettbewerb zum Teil aus den öffentlichen Mitteln finanziert worden. Diese belaufen sich auf insgesamt € 100.000. In Anbetracht der aktuellen wirtschaftlichen Lage der öffentlichen Haushalte, stellt sich die Frage nach der Rentabilität dieser Investition. Eine Grobevaluation der Ergebnisse des bpw10 kann auf den folgenden Daten bzw. Annahmen ermittelt werden:

- Vollzeitbeschäftigte 44 (siehe Abb.16)
- Freie Mitarbeiter 46 (siehe Abb.16)
- Abgabensatz 40%

Unter der vorsichtigen Annahme eines monatlichen Bruttolohns von € 1.000 pro Person, kann aktuell die Gesamtsumme von € 432.000 an Abgabeneinnahmen pro Jahr ermittelt werden. Dies ergibt aus der Perspektive der öffentlichen Hand einen ROI (Return on Investment = Gewinn / Investition) von 432% (bei alternativer Annahme eines Bruttolohns von € 2000, ergibt sich ein ROI von 864%). Unter dem Aspekt des Rückflusses aus den öffentlichen Abgaben, ist der Einsatz der öffentlichen Mittel für das Instrument bpw10 gerechtfertigt.

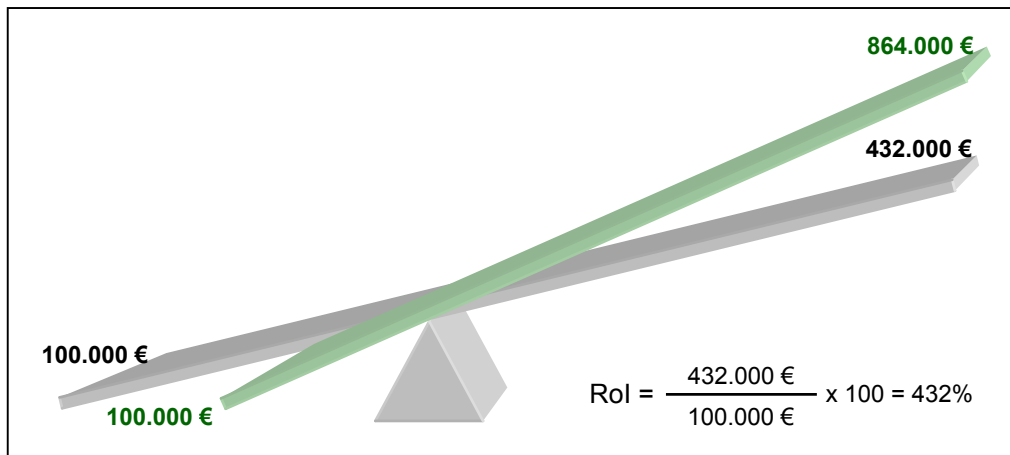


Abbildung 27: Return on Investment im bpw10

5 Ausblick

Es besteht kein Zweifel: Existenzgründerinnen und Existenzgründer sowie junge Unternehmer und Nachfolger leisten einen wesentlichen Beitrag, für die wirtschaftliche Attraktivität eines regionalen Standortes: sie geben wichtige Wachstumsimpulse, schaffen und erhalten Arbeits- und Ausbildungsplätze, stärken den Mittelstand und tragen zu einer regionalen Risikostreuung bei. Eine strategische Ausrichtung regionaler Maßnahmen zur Weiterentwicklung einer „neuen Gründerkultur“ orientiert sich im Ingolstädter Modell auch weiterhin an den „drei Ks der Gründerförderung“: dem Aufbau unternehmerischer *Kompetenz*, der Bereitstellung von *Kontakten* in einem wertschaffenden Netzwerk und der Unterstützung bei der Akquisition von *Kapital* zur Erschließung der im Business Plan definierten Wertsteigerungspotenziale.

6 Anhang

Fragebogen

Fragen zum Unternehmen

- 1 Seit wie vielen Monaten sind Sie selbstständig?
- 2 Mit welchen Gründungshemmnissen waren Sie konfrontiert? (Mehrfachnennungen sind möglich)
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Noch nicht ausgereifter Unternehmenskonzept | <input type="checkbox"/> Standortfragen |
| <input type="checkbox"/> Genehmigungsfragen | <input type="checkbox"/> persönliche Gründe |
| <input type="checkbox"/> Finanzierungsfragen | <input type="checkbox"/> sonstiges, und zwar <input type="text"/> |
- 3 Welchem Wirtschaftsbereich ordnen Sie Ihr Unternehmen zu?
- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Metallhandwerk | <input type="checkbox"/> Land, Forstwirtschaft, Fischerei | <input type="checkbox"/> sonstige, produktionsorientierte bzw. unternehmensbezogene Dienstleistungen |
| <input type="checkbox"/> Holzhandwerk | <input type="checkbox"/> Verarbeitendes Gewerbe | <input type="checkbox"/> sonstige, konsumorientierte bzw. personenbezogene Dienstleistungen |
| <input type="checkbox"/> Elektrohandwerk | <input type="checkbox"/> Baugewerbe | <input type="checkbox"/> übrige Wirtschaftszweige |
| <input type="checkbox"/> Sanitärhandwerk | <input type="checkbox"/> Einzelhandel | |
| <input type="checkbox"/> sonstiges Handwerk, und zwar: <input type="text"/> | <input type="checkbox"/> anderer Handel | |
| | <input type="checkbox"/> Instandhaltung/Reparaturen | |
| | <input type="checkbox"/> Gastgewerbe | |
| | <input type="checkbox"/> Verkehr, Nachrichtenübermittlung | |
| | <input type="checkbox"/> Kredit und Versicherungsgewerbe | |
| | <input type="checkbox"/> Grundstück- und Wohnungswesen | |
- 4 Bitte wählen Sie Ihren Gründertyp: Einzelgründung Teamgründung
und nennen Sie Ihre Rechtsform: zum Zeitpunkt der Gründung: aktuell
- 5 Umsatz (in Tausend €)
- im Gründungsjahr: <50 50-100 100-250 250-500
 500-1Mio. über 1Mio.
- Im Jahr 2003: <100 100-250 250-300 300-500
 500-1Mio. 1-2 Mio. 2-3 Mio. über 3Mio.
- 6 Wie viel Monate nach der Gründung konnten Sie zum ersten Mal einen Gewinn verzeichnen?
- 7 Wie entwickelte sich die Mitarbeiterzahl seit der Gründung (inklusive Gründerpersonen)?
- Anzahl aktuell:
- davon: Vollzeit Teilzeit mithilfe. Familienangeh.
 Auszubildende freie Mitarbeiter geringfügig Besch.
- Anzahl im Gründungsjahr:
- 8 Wie setzt sich Ihr Kundenkreis zusammen?
- % Privathaushalte % Unternehmen % sonstige, und zwar

Fragen zur Gründerperson

- 9 Geschlecht weiblich männlich
- 10 Alter bis 30 31-35 36-40 41-45 46-50
 51-55 über 55
- 11 Welchen beruflichen Abschluss haben Sie?
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> keinen/angelernt | <input type="checkbox"/> technischer/gewerblicher/handwerklicher Berufsabschluss |
| <input type="checkbox"/> kaufmännischer Berufsabschluss | <input type="checkbox"/> Fachschule/Hochschule |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar <input type="text"/> | |
- 12 Dauer Ihrer Berufstätigkeit vor der Selbstständigkeit Jahre

13 Waren Sie in der Branche, in der Sie gegründet haben, bereits beruflich tätig? ja nein

14 Verfügten Sie über Leitungserfahrung als:

Gruppenleiter Abteilungsleiter Bereichsleiter Firmenleiter nein

15 Waren Sie unmittelbar vor der Gründung:

Sozialversicherungspflichtig vollbeschäftigt SV-pflichtig teilbeschäftigt 400,-€-Job
 Freiberufler Unternehmer in der Ausbildung arbeitslos
 sonstiges, und zwar

16 Welche sind Ihre Gründungsmotive? (Bewerten Sie bitte alle Gründungsmotive)

Gründungsmotiv	trifft zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu
Entscheidungs- und Handlungsfreiheit erreichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marktlücke erkannt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigene Idee verwirklichen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eigene Leistungsfähigkeit unter Beweis stellen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach wirtschaftlicher Unabhängigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streben nach höherem Einkommen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unbefriedigende frühere Tätigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Abwenden von Arbeitslosigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gutes Ansehen in der Öffentlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Macht und Einfluss gewinnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Menschen führen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Positive Beispiele von Selbstständigkeit kennen gelernt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mehr zeitliche Flexibilität	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mehr Freizeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17 Inwieweit haben Sie Ihre geplanten Ziele erreicht?

mehr erreicht als angestrebt weniger

18 Wären Sie heute lieber angestellt? ja nein

Finanzierung

19 Wie hoch war Ihr Startkapital (in €)?

0 bis 20.000 20.000 bis 50.000 50.000 bis 100.000 100.000 bis 200.000
 über 200.000

20 Wie hat sich Ihr Startkapital zusammengesetzt?

% EK % Bankkredit % Förderung
 % Privater Kredit von Freunden, Bekannten % sonstiges

21 Falls Sie keinen Kredit aufgenommen haben: Warum nicht?

habe keinen beantragt wurde nicht bewilligt sonstiges

22 Hätten Sie mehr investiert, wenn Sie finanziellen Spielraum hätten? ja nein

23 Wie sieht das beste Zukunftsszenario für Sie und Ihr Unternehmen aus?

Wachstum und dann Verkauf Börsengang Nachfolge
 sonstiges, und zwar

24 Falls Sie noch selbstständig tätig sind: Sehen Sie Ihr Unternehmen heute als gefestigt an?

ja nein

25 Falls Sie nicht mehr gewerblich tätig sind: Welche Gründe waren für die Abmeldung verantwortlich?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Schlechte Branchenbedingungen | <input type="checkbox"/> Mangelndes EK/FK |
| <input type="checkbox"/> Zu starke Konkurrenz | <input type="checkbox"/> Mangelnde Erfahrung in der Branche |
| <input type="checkbox"/> War nicht rentabel | <input type="checkbox"/> Mangelnde kaufmännische Qualifikation |
| <input type="checkbox"/> Arbeitsbelastung war zu hoch | <input type="checkbox"/> Alter/Gesundheit |
| <input type="checkbox"/> Sinkende Motivation | <input type="checkbox"/> Ungünstiger Standort |
| <input type="checkbox"/> Familiäre Beanspruchung | <input type="checkbox"/> sonstiges <input type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Verhältnis zum Geschäftspartner | |

26 Wie viele Monate waren Sie selbstständig? Monate

Fragen zum Businessplan Wettbewerb der Region 10 (bpw10)

27 In welchem Jahr haben Sie am bpw10 teilgenommen?

28 Wie haben Sie erstmals von dem Businessplan Wettbewerb erfahren?

- | | | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Faltblatt | <input type="checkbox"/> Aushang | <input type="checkbox"/> Zeitungsartikel | <input type="checkbox"/> Internet |
| <input type="checkbox"/> Behörde | <input type="checkbox"/> Bekannte | | |

29 Bitte schätzen Sie Ihre gründungsrelevanten Kompetenzen ein und vergeben Sie Schulnoten.

(1=sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=genügend, 5=ungenügend)

	Vor der Teilnahme am bpw10	Nach der Teilnahme am bpw10	Welche Seminare würden Sie jetzt besuchen
Finanzierungskonzept	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Rechtsform	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Steuerrecht	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Patentrecht	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Versicherungsfragen	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Nachfrage-/Kundenanalyse	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Konkurrenzanalyse	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Vertrieb	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Werbung	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Preisbildung	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Fördermöglichkeiten	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Kostenrechnung	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Buchführung	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Rechtliche Regulierung	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
Personalfragen	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

30 War Ihre Zusammenarbeit mit dem bpw10 bei den Gesprächen in diesen Einrichtungen förderlich? ja nein

31 Welche Wirkungen hat bzw. hatte die Teilnahme am bpw10 für Ihre Gründung?

Ohne die Teilnahme hätte ich (Mehrfachnennungen sind möglich):

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Zu spät bzw. zu früh gegründet | <input type="checkbox"/> Mit anderen Leistungsangeboten gegründet |
| <input type="checkbox"/> Gar nicht gegründet | <input type="checkbox"/> Hätte finanziell ungünstigere Situation |
| <input type="checkbox"/> In anderer Rechtsform gegründet | <input type="checkbox"/> Insg. eine geringere Gründungsqualität erzielt |
| <input type="checkbox"/> Mit geringerer bzw. höherer Investitionen gegründet | <input type="checkbox"/> Hätte weniger Kontakte zu and. Unternehmen |
| <input type="checkbox"/> Mit weniger oder mehr Personal gegründet | <input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar <input type="text"/> |

32 Bitte bewerten Sie den Businessplan Wettbewerb der Region 10 aus Ihrer Sicht mit Noten

1(gut) bis 5 (ungenügend).

Organisation Vermittelte Inhalte Persönliche Betreuung durch Ihren Coach

33 Haben Sie Vorschläge zur Verbesserung?

7 Literaturverzeichnis

Brüderl, Josef; Preisendörfer, Peter; Ziegler, Rolf: Der Erfolg neugegründeter Betriebe: Eine empirische Studie zu den Chancen und Risiken von Unternehmensgründungen. 2. Auflage. Berlin: Duncker und Humbolt, 1998

Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg) (2000): EXIST – Existenzgründer aus Hochschulen – Netzwerke für innovative Unternehmensgründungen, Bonn 2000.

Deutsche Ausgleichsbank (2003): Unternehmenserfolg – Aktuelle Lage und Erwartungen von Start-up-Unternehmen, Bonn 2003, S. 12

Klandt, Heinz: Der integrierte Unternehmensplan: Gründungsmanagement. München; Wien: Oldenbourg, 1999

Klandt, H. / (Hrsg.); Hintz, T. (2000): Forum Gründungsforschung: Dokumentation des 3. Forums Gründungsforschung, Köln 2000, S: 61

Klandt, H. / Knaup, U. (2002): FGF-Report: Gründungsprofessuren 2002 – Eine Studie zum Stand der Institutionalisierung der Gründungsforschung und -lehre an deutschsprachigen Hochschulen, Förderkreis Gründungs-Forschung e.V. Entrepreneurship Research, Bonn 2002

Koch, L. T. (2003): Unternehmergeausbildung an Hochschulen, ZfB-Ergänzungsheft, 2/2003, S. 25 – 46

Schmude, J. / Uebelacker, S. (2002): Gründerausbildung in Deutschland und den USA, Deutsche Ausgleichsbank, Bonn 2002

Stedler, H. R. / Peters, H. H. (2002): Business Angels in Deutschland, in: tbg Technologie-Beteiligungs-Gesellschaft mbH der Deutschen Ausgleichsbank, Bonn 2002

Sternberg, R. / Otten, C. / Tamásy, C. (2000): Global Entrepreneurship Monitor: Länderbericht Deutschland 2000, Köln, S. 28

Wittmann, Robert G.: Von der Geschäftsidee zum erfolgreichen Unternehmen. Das Ingolstädter Modell für Gründungsförderung. In: Der Städtetag (2003), Nr.11, S. 32-37

Internetquellen

1,2,3 GO <http://www.123go-networking.org>

ac-quadrat Aachen: <http://www.gruenderregion.de>

Beteiligungsfonds Oberbayern Nord GmbH & Co. KG www.s-beteiligungs-fonds.de

BP-Initiative Gründerregion Schwaben <http://www.gruenderregionschwaben.de/businessplan>

BPW Berlin-Brandenburg: www.b-p-w.de

BPW Nordbayern: www.bpw-nordbayern.de

Bundesministerium der Innern: Initiative Bürokratieabbau. [online] <http://www.staat-modern.de/-,10008/Buerokratieabbau.htm> [24.08.04]

Businessplan Wettbewerbs der Region 10 unter www.bpw10.de

Cambridge University Entrepreneurshipcenter: <http://cue.org.uk/>

Chemnitzer Wachstumspreis der cwe http://www.cwe-chemnitz.de/cwe_smartm/html/f/8/download.html

Cyberone: www.cyberone.de

Deutscher Internetpreis: <http://www.internetpreis-deutschland.de/>

Dienstleister des Jahres Baden-Württemberg: <http://www.dienstleistungs-offensive.de/dienstleistungsportal/index.php>

Dienstleistungswettbewerb Ruhrgebiet: <http://www.dlwr.de/>

Entrepreneur des Jahres e.V.: www.entrepreneur-des-jahres.de

Eurowards: www.euowards.com

Existenzgründerzentrum Ingolstadt www.egz.de

Existenzgründerzentrum Neuburg-Schrobenhausen www.tilly-park.de

„EXIST- Existenzgründungen aus Hochschulen“ ein Programm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung www.exist.de

EXIST-SEED <http://www.exist.de/existseed/index.html>

ExTra! - Akio Morita-Wettbewerb <http://www-bior.wiwi.uni-kl.de/extra/main.htm>

fit for boss <http://www.fitforboss.de/aktion.htm>

Förderkreis Gründungsforschung e.V. www.fgf-ev.de

Frankfurter Gründerpreis http://www.frankfurter-modell.de/html/frankfurter_gruenderpreis.html

FutureSAX <http://www.futuresax.de/>

Gemeinschaftsinitiative „gründerfreundliche Kommune“ der Deutschen Ausgleichsbank und die vielfältigen Ansätze diverser Kommunen zur Unterstützung von Gründern unter www.gruenderfreundliche-kommune.de

GET UP Thüringer Existenzgründer Initiative www.getup-initiative.de/

GROW Oberbayern <http://www.grow.org/>

GründerChampion <http://www.degut.de/degut04/>

GründerChampions http://web7.denver254.server4free.de/_rel/gruenderchampions.php

Gründerpreis Bremerhaven <http://www.gruenderpreis.de>

Gründerwettbewerb Multimedia <http://www.gruenderwettbewerb.de/>

Gründungswettbewerb-Werkstatt BJU http://213.211.192.173/gruend/dcms/user/dcms_surf.php?call_id=1-2-2-0-0-0

Gründercup der Region K.E.R.N <http://www.gruendercup-kern.de/de/home/index.php>

Gründerwettbewerb Erzgebirge <http://www.zukunft-existenz.de/gwett/>

Harvard Business School Businessplan Contest <http://www.hbs.edu/entrepreneurship/bplan/>

hep-Gründerjobs: www.hep-online.de

IDEE-Förderpreis <http://www.darboven.com/dmlc/1557581461121338479/1/100186/n/n/n/n/n/n/n/n>

IFG Ingolstadt: Ziele der Wirtschafts-, Tourismus- und Beschäftigungsförderung. [online] <http://www.ifg-ingolstadt.de/doc/wir/ziele.html> [24.08.04]

Initiativkreis Ruhrgebiet BPW <http://www.i-r.de/freesite/index.php?id=230>

Innovation-Award <http://www.innovation-award.mummert.de/>

Innovationspreis Berlin/Brandenburg www.innovationspreis.de

Innovationspreis der Deutschen Wirtschaft www.innovationspreis.com

IW Mecklenburg-Vorpommern <http://www.pva-mv.de/de/ideenwettbewerb/IW2004.php>

IW Region Nürnberg www.region.nuernberg.de

IW Schleswig-Holstein <http://www.fh-luebeck.de/graphics/aktuelles/Hintergrundinfo.pdf>

Köbiz Kölner BPW <http://verwaltung.uni-koeln.de/hgnc/content/e29/e101/>

Lausitzer Existenzgründer Wettbewerb <http://www.lausitzer-gruenderwettbewerb.de/>

Marktlücke www.marktluecke-thueringen.de

MIT \$50K Entrepreneurship competition <http://50k.mit.edu/>

Münchner BPW www.mbpw.de

MV Startup www.mvstartup.de/

New Venture <http://www.newventure.nl/english/>

NUK e.V.: www.n-u-k.de

PhotonicNet BPW <http://www.photonicnet.de/Members/mustermann/Dokumente/BusinessPIWettbewerbThueringen/view?LSet=139124>

promotion Gründungswettbewerb http://www.wolfsburgag.com/02_innovationscampus/promotion/index.shtml

promotion Nordhessen <http://www.promotion-nordhessen.de/>

promotion Weser-Ems www.autovision.org

saxeed <http://www.saxeed.net/cgi-bin/click.system?action=main&sid=49627-84259975>

Science4Life - Venture Cup www.science4life.de/

SIHK-Award www.sihk.de

Start2grow www.start2grow.de

startsocial <http://www.startsocial.de/>

StartUp www.startup-initiative.de

Start-Up@Singapore http://cet5.interauct.com/about_the_competition/overview.html

Start-up-Impulse-Hannover <http://startup-impuls.hannoverimpuls.de/>

Statistisches Jahrbuch 2003 [online]. Ingolstadt 2004. <http://www.statistik-ingolstadt.de/11802.html> [17.06.2004]

Sternberg, Rolf; Bergmann Heiko: Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im Weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2002. Universität zu Köln, Köln 2003. Internet: <http://www.wiso.uni-koeln.de/wigeo/index.html> [15.09.2004]

Sternberg, Rolf; Bergmann Heiko; Lückgen, Ingo: Global Entrepreneurship Monitor: Unternehmensgründungen im Weltweiten Vergleich. Länderbericht Deutschland 2003. Universität zu Köln, Köln 2004. Internet: <http://www.wiso.uni-koeln.de/wigeo/index.html>

travel one Gründerpreis http://www.itbgruenderforum.de/idee_gruenderpreis.php

Venture Cup <http://www.venturecup.org/>

VR-Innovationspreis Mittelstand <http://www.innovativer-mittelstand.de/index2.htm>

Zukunftswettbewerb Ruhrgebiet <http://www.zukunftswettbewerb.de/>

Autoren

Prof. Dr. Robert G. Wittmann, Jahrgang 1962, ist seit dem Jahr 2000 Stiftungsprofessor für Innovationsmanagement an der Fachhochschule Ingolstadt und Partner der ADDventure Consulting GmbH, Königsbrunn. In einer Vielzahl von Projekten – unter anderem bei Siemens, Metro und Thyssen-Krupp – begleitet er die Konzeption und Implementierung wertorientierter Strategien im In- und Ausland. Im Rahmen des Businessplan Wettbewerbs bpw10 berät Wittmann auch junge Unternehmen in der Gründungs- und Wachstumsphase und fördert den nachhaltigen Aufbau eines Entrepreneurship-Netzwerkes mit Partnern aus Wissenschaft, Wirtschaft und Wirtschaftsförderung.

Contact: robert.wittmann@fh-ingolstadt.de

Norbert Forster, Dipl-Kfm. und Bankkaufmann, Jahrgang 1963, ist seit dem Jahr 1997 Geschäftsführer der Existenzgründerzentrum Ingolstadt GmbH und seit mehr als zehn Jahren freiberuflicher Dozent in den Fachbereichen Finanzierung, Marketing sowie Arbeitsrecht. Als Lehrbeauftragter an der Fachhochschule Ingolstadt beschäftigt er sich mit dem Thema „Existenzgründung und Unternehmensberatung für KMU“. In seiner beruflichen Tätigkeit als Unternehmensberater betreut er Start-Ups und mittelständische Unternehmen bei der erfolgreichen Unternehmensgründung sowie nachhaltigen Weiterentwicklung. Im Businessplan Wettbewerb bpw10 berät Herr Forster innovative Unternehmen in der Start- und Reifephase und unterstützt das Gründernetzwerk.

Liana Weber, Diplombetriebswirtin (FH), ist seit April 2004 Mitarbeiterin beim Businessplan Wettbewerb der Region 10. In ihrer Diplomarbeit zum Thema: „Monitoring Existenzgründung in Ingolstadt“ untersuchte sie den Erfolg des bpw10, der seit 1999 in der Planungsregion 10 verankert ist.

Julia Widdmann, Cand. Dipl.-Betriebswirtin (FH), absolviert ihr praktisches Studiensemester im Rahmen des Businessplan Wettbewerbes bpw10, welcher von Prof. Dr. Wittmann geleitet wird. Im Anschluss an ihr Praktikum wird sie eine Diplomarbeit mit dem Thema „Benchmarking des bpw10“ bei Prof. Dr. Wittmann schreiben und die Entwicklungspotenziale des bpw10 aufzeigen.

Impressum

Herausgeber

Der Präsident der
Fachhochschule Ingolstadt

Esplanade 10

85049 Ingolstadt

Telefon: 08 41 / 93 48 - 0

Fax: 08 41 / 93 48 - 200

E-Mail: info@fh-ingolstadt.de

Druck

Hausdruck

Die Beiträge aus der FH-Reihe
"Arbeitsberichte/ Working Papers"
erscheinen in unregelmäßigen Abständen.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der
Vervielfältigung und Verbreitung sowie der
Übersetzung vorbehalten. Nachdruck, auch
auszugsweise, ist gegen Quellenangabe
gestattet, Belegexemplar erbeten.

Internet

Dieses Thema können Sie, ebenso wie die
früheren Veröffentlichungen aus der FH-Reihe
"Arbeitsberichte - Working Papers", unter der
Adresse www.fh-ingolstadt.de nachlesen.

ISSN 1612-6483