

Holz, Michael

**Working Paper**

## Good-Practice-Beispiele und Dokumentation des European Enterprise Award 2010/11

Working Paper, No. 01/11

**Provided in Cooperation with:**

Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn

*Suggested Citation:* Holz, Michael (2011) : Good-Practice-Beispiele und Dokumentation des European Enterprise Award 2010/11, Working Paper, No. 01/11, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn, Bonn

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/51344>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

## Institut für Mittelstandsforschung Bonn



Good-Practice-Beispiele und Dokumentation  
des European Enterprise Award 2010/11

von

Michael Holz

Working Paper 01/11

© IfM Bonn, im August 2011

# Impressum



## Ansprechpartner

Michael Holz

Maximilianstr. 20, 53111 Bonn  
Telefon + 49/(0)228/72997-60  
E-Mail: [holz@ifm-bonn.org](mailto:holz@ifm-bonn.org)

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Ministerium für Wirtschaft, Energie,  
Bauen, Wohnen und Verkehr  
des Landes Nordrhein-Westfalen



## Inhalt

1. Einleitung	1
2. Überblick über die fünf Wettbewerbskategorien	3
3. Ausführliche Präsentation von zehn ausgewählten deutschen Good-Practice-Beispielen 2010/11	4
<b>Kategorie 1: Förderung des Unternehmergeistes</b>	
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern: Landesinitiative Schülerfirmen-MV	5
netzwerk nordbayern: netzwerk nordbayern	12
UniConsult - Technologie- und Wissenstransfer an der Universität Paderborn: ITpreneurship - Kooperative Gründungsinitiative Hochschule-Wirtschaft im IT-Cluster Paderborn	18
<b>Kategorie 2: Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten</b>	
Aktionskreis "Lebens- und Wirtschaftsraum Landkreis Cham e.V." und Agentur für Arbeit Schwandorf : Berufswahltag im Landkreis Cham	27
Baden-Württemberg: Connected e.V.: Coach & Connect Plus+	38
jumpp - Frauenbetriebe e.V.: PiA - Migrantinnen fit für den Arbeitsmarkt	47
LMU Entrepreneurship Center: LMU EC Lab	55
UnternehmerTUM GmbH: Manage & More - Das unternehmerische Qualifizierungsprogramm der Unternehmer-TUM	61
Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land mbH: Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land	70
<b>Kategorie 3: Verbesserung des Unternehmensumfelds</b>	
--> nicht belegt	77
<b>Kategorie 4: Unterstützung der Internationalisierung von Unternehmen</b>	
--> nicht belegt	78

<b>Kategorie 5: Verantwortliches und umfassendes Unternehmertum</b>	
Erdgas Südwest GmbH: Bio-Erdgasanlage Laupheim	79
4. Kurzportraits der Wettbewerbssieger auf europäischer Ebene 2010/11	84
<b>Kategorie 1: Förderung des Unternehmergeistes</b>	
Zentrum für Bienenzüchtungsforschung, Entwicklung und Nutzung, Düzce Universität: Zusammen können wir mehr erreichen! (Türkei)	85
<b>Kategorie 2: Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten</b>	
Amsterdamer Zentrum für Unternehmertum: Zentrum der Amsterdamer Schulen für Unternehmertum (CASE) (Niederlande)	86
<b>Kategorie 3: Verbesserung des Unternehmensumfelds</b>	
Regionalrat Uppsala: E-Factory (Schweden)	88
<b>Kategorie 4: Unterstützung der Internationalisierung von Unternehmen</b>	
Handelskammer Prato: Rethinking the Project (Italien)	90
<b>Kategorie 5: Verantwortliches und umfassendes Unternehmertum</b>	
Hotel Panda Ltd.: Hotel Panda (Ungarn)	91
<b>Großer Preis der Jury</b>	
Barcelona Activa SAU: SPM Zentrum für Unternehmertum Barcelona (Spanien)	92
5. Teilnahmestatistik 2010/11	94
6. Zeitlicher Ablauf des European Enterprise Award 2010/11	97
7. Zusammensetzung der deutschen Expertenjury 2010/11	98

## 1. Einleitung

Die Förderung von Entrepreneurship und eines günstigen Umfelds für die Wirtschaft, insbesondere für Klein- und Mittelunternehmen, ist von entscheidender Bedeutung für das Wirtschaftswachstum, den Strukturwandel und die Wettbewerbsfähigkeit in der Europäischen Union.

Die Europäische Kommission zeichnete 2010/11 zum fünften Mal in Folge herausragende Leistungen lokaler, regionaler und/oder nationaler Behörden sowie von öffentlich-privaten Partnerschaften mit dem in fünf Kategorien vergebenen European Enterprise Award aus. Prämiert wurden innovative und erfolgreiche Maßnahmen, die das Unternehmertum durch Schaffung eines unternehmerfreundlichen Umfelds fördern.

Mit der Vergabe des European Enterprise Award sollen insbesondere

- erfolgreiche Maßnahmen zur Förderung von Unternehmen und Unternehmergeist ermittelt und anerkannt werden,
- vorbildliche Konzepte und Methoden zur Förderung unternehmerischer Tätigkeit bekannt gemacht werden,
- der Öffentlichkeit die Rolle des Unternehmers in der Gesellschaft stärker bewusst gemacht werden und
- potenzielle Unternehmer ermutigt und angeregt werden.

Die Preisträger sollen europaweit als Vorbilder dienen und dazu anregen, günstige Bedingungen für unternehmerische Tätigkeit zu schaffen.

Ausgelobt wurde der Preis in den 27 Mitgliedstaaten der EU sowie in Island, Kroatien, Norwegen, Serbien und der Türkei. Bewerben konnten sich lokale, regionale und/oder nationale Behörden und Institutionen, die (zumindest) in den letzten beiden Jahren vor der Preisverleihung (d.h. 2009 und 2010) mit neuartigen Maßnahmen nachweisbar zur Entwicklung eines unternehmerischen Umfeldes, zur Stärkung unternehmerischer Initiative und zu Verhaltensänderungen bei Unternehmen und Verwaltungen beigetragen haben.

Dazu gehören z.B. Gemeinden, Städte, Regionen und Bundesländer sowie auch öffentlich-private Partnerschaften zwischen Behörden und Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Wirtschaftsorganisationen. Im Fokus des Wettbewerbs stehen Projekte und Initiativen auf lokaler und regionaler Ebene. Innerhalb der Kategorien 1 ("För-

derung des Unternehmergeistes") und 4 ("Unterstützung der Internationalisierung von Unternehmen") waren auch bundesweite Institutionen und Projekte teilnahmeberechtigt.

Im Sommer 2010 hatten sich in den 27 EU-Mitgliedstaaten und in den fünf weiteren Ländern insgesamt 399 Projekte zur Förderung von Entrepreneurship an dem Wettbewerb der Europäischen Kommission beteiligt. Bis zum 10. Dezember 2010 nominierten die Teilnehmerländer im Rahmen von vorgeschalteten nationalen Auswahlverfahren jeweils maximal zwei Kandidaten, die anschließend am Wettbewerb auf europäischer Ebene teilnahmen. Aus den nominierten 54 Kandidaten wählte im Februar 2011 eine europäische Expertenjury die Erst- und Zweitplatzierten in den fünf Kategorien sowie den Gewinner des Großen Preises der Jury aus. Die Preise wurden am 24. Mai 2011 im Rahmen einer feierlichen Galaveranstaltung in Budapest verliehen.

Trotz innovativer und erfolgreicher Förderkonzepte sowie qualitativ hochwertiger Bewerbungen gehörte 2010/11 erstmalig kein deutsches Projekt zu den europäischen Gewinnern des European Enterprise Award. In den vier vorherigen Wettbewerbsrunden hatten deutsche Projekte mit großem Erfolg am European Enterprise Award teilgenommen und damit den ausgezeichneten internationalen Ruf der deutschen Unterstützungsleistungen im Bereich "Entrepreneurship-Förderung" untermauert. Die Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge (ifex) Baden-Württemberg gehörte 2006 zu den ersten europäischen Preisträgern. Im Jahr 2007 errang die Initiative "XperRegio" aus Niederbayern einen zweiten Platz. In der Wettbewerbsrunde 2008/09 wurde die Waldkircher Beschäftigungs- und Qualifizierungsinitiative (WABE) als Sieger ausgezeichnet, während das Unternehmergeymnasium Bayern einen zweiten Platz auf europäischer Ebene belegte. Den European Enterprise Award 2009/10 gewann die "Euregionale Gründer Initiative" (EGI) der Hochschule Niederrhein. Im selben Jahr wurde die Initiative "Zeit für Ethik" der Stadt und Metropolregion Nürnberg als besonders kreatives und zur Nachahmung inspirierendes Projekt hervorgehoben und mit einem Sonderpreis der Jury ausgezeichnet.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) fungierte das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn erneut als zentraler nationaler Ansprechpartner und Organisator für den European Enterprise Award der EU.

Mit der vorliegenden Publikation möchte das IfM Bonn den Verlauf und die Ergebnisse des European Enterprise Award 2010/11 dokumentieren. Im zweiten Kapitel werden zunächst die fünf Wettbewerbskategorien kurz beschrieben. Anschließend folgt die ausführliche Präsentation von innovativen und erfolgreichen Good-Practice-

Beispielen aus Deutschland, die im Rahmen der deutschen Vorausscheidung in die engere Wahl gelangten. Danach werden im vierten Kapitel die Sieger des Wettbewerbs auf europäischer Ebene anhand von Kurzportraits vorgestellt. Im fünften Kapitel schließt sich eine Auswertung von statistischen Daten zur Beteiligung am European Enterprise Award auf deutscher und europäischer Ebene an. Das folgende Kapitel zeichnet den zeitlichen Ablauf des Wettbewerbs 2010/11 nach. Abschließend wird die Zusammensetzung der hochkarätig besetzten deutschen Expertenjury benannt.

Die Dokumentation soll Inhalt und Ablauf des Wettbewerbs einer breiten Öffentlichkeit zugänglich machen. Auf diese Weise möchte das IfM Bonn dazu beitragen, beispielhafte Initiativen und Praxismodelle überregional bekannt zu machen.

## **2. Überblick über die fünf Wettbewerbskategorien**

Die fünf Wettbewerbskategorien orientieren sich an den Prioritäten des europäischen Small Business Act und wurden im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert. Interessenten am European Enterprise Award 2010/11 konnten sich um einen Preis in einer der folgenden fünf Kategorien bewerben:

### **Kategorie 1: Preis für die Förderung des Unternehmergeistes**

- Aktivitäten und Initiativen auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene, die eine unternehmerische Denkweise und Kultur fördern und zu Kreativität, Innovation und Risikobereitschaft anregen.

### **Kategorie 2: Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten**

- Regionale oder lokale Maßnahmen zur Verbesserung von unternehmerischen, beruflichen und fachlichen Kenntnissen und Fertigkeiten sowie von Führungsqualitäten inkl. der Entrepreneurship Education in Schulen und Hochschulen.

### **Kategorie 3: Preis für die Verbesserung des Unternehmensumfelds**

- Innovative Politiken auf regionaler oder lokaler Ebene, die Unternehmensgründungen oder das Unternehmenswachstum fördern, die auf die Vereinfachung von Rechtsvorschriften und Verwaltungsverfahren für Unternehmen und/oder auf die Einführung des "Think Small First"-Grundsatzes zugunsten der kleinen und mittleren Unternehmen abzielen.



#### **Kategorie 4: Preis für die Unterstützung der Internationalisierung von Unternehmen**

- Initiativen auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene, die Unternehmen, insbesondere kleine und mittlere Unternehmen, dabei unterstützen, von den Chancen auf den Märkten inner- und außerhalb der Europäischen Union noch stärker zu profitieren.

#### **Kategorie 5: Preis für verantwortliches und umfassendes Unternehmertum**

- Regionale oder lokale Aktivitäten, die die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen und nachhaltige Geschäftspraktiken im sozialen und/oder Umweltbereich fördern sowie Maßnahmen, die zur Förderung von Entrepreneurship in bisher unterrepräsentierten Gruppen (z.B. Arbeitslose, Behinderte, ethnische Minderheiten) beitragen.

Zusätzlich vergab die Europäische Kommission einen Großen Preis der Jury für die kreativste und am stärksten zur Nachahmung inspirierende Initiative.

### **3. Ausführliche Präsentation von zehn ausgewählten deutschen Good-Practice-Beispielen 2010/11**

Zur Verbreitung von innovativen und erfolgreichen Good-Practice-Beispielen möchte das IfM Bonn im Folgenden diejenigen zehn deutschen Projekte ausführlicher vorstellen, die bei der nationalen Vorausscheidung in die engere Wahl gelangten. Die Präsentation der Good-Practice-Beispiele stützt sich auf die von den jeweiligen Projektträgern eingereichten Projektbeschreibungen.

Die Reihenfolge der Projekte innerhalb der fünf Wettbewerbskategorien spiegelt keine qualitative Wertigkeit wider, sondern ergibt sich einzig aus der alphabetischen Sortierung der Projektträger.

Good Practice  
2010/11

Kat. 1: "Preis für die Förderung des Unternehmergeistes"



**Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus  
Mecklenburg-Vorpommern:**

**Landesinitiative SCHUELERFIRMEN-MV**

Postanschrift:	Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern Johannes-Stelling-Straße 14 19053 Schwerin
Bundesland:	Mecklenburg-Vorpommern
Web-Adresse:	<a href="https://www.schuelerfirmen-mv.de">https://www.schuelerfirmen-mv.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Sybille Mächler
Telefon:	0385-588-5416
Fax:	0385-588-5874
e-mail:	<a href="mailto:s.maechler@wm.mv-regierung.de">s.maechler@wm.mv-regierung.de</a>
Zeitplan:	Start: 2007

Landesschülerfirmenbüro:

GSA Gesellschaft für Struktur- und Arbeitsmarktentwicklung mbH  
Schulstraße 1-3  
19055 Schwerin  
Ansprechpartner: Frau Susann Bischoff  
Telefonnummer: 0385-55775-700

Mitwirkende Beratungsagenturen für Schülerfirmen:

Bildungswerk der Wirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e. V (BWMV)  
BilSE- Institut Bildung und Forschung GmbH (BilSE)  
Regionale Arbeitsstelle für Bildung, Integration und Demokratie Mecklenburg-  
Vorpommern e. V. (RAA M-V e. V.)  
Überregionales Ausbildungszentrum Waren/Grevesmühlen e. V. (ÜAZ)

## **A. Kurze Organisationsbeschreibung**

Das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus gestaltet die Rahmenbedingungen für Unternehmen und arbeitet so daran, die Wirtschaftsstruktur des Landes zu verbessern. Die Wirtschaftsförderung erfolgt in verschiedenen Bereichen und orientiert sich an der Schaffung höherwertiger Arbeitsplätze. Wachstumsbereiche sind das verarbeitende Gewerbe, unternehmensbezogene Dienstleistungen und der Tourismus. Die Mittelstandspolitik will besonders Handwerk und Handel stärken. Um die Selbständigenquote im Land zu erhöhen, unterstützt das Existenzgründerprogramm Menschen beim Aufbau einer eigenen Firma. Dabei kommt der Förderung des Nachwuchses eine besondere Bedeutung zu. Mit dem Projekt „Schülerfirmen in Mecklenburg-Vorpommern“ leistet das Wirtschaftsministerium einen wichtigen Beitrag zur Berufsfrühorientierung und zeigt Alternativen zur abhängigen Beschäftigung auf.

## **B. Projektbeschreibung**

Das Land Mecklenburg-Vorpommern unterstützt im Rahmen der Landesinitiative „Schülerfirmen-MV“ mit Hilfe des Europäischen Sozialfonds die Initiierung von Schülerfirmen. Die Umsetzung erfolgt nach Maßgabe der Richtlinie zur Förderung des Unternehmergeistes als Bestandteil des Existenzgründerprogramms.

Für die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes ist die Ausbildung von hoch motivierten Fachkräften von hoher Bedeutung. Dabei spielt die individuelle Persönlichkeitsentwicklung in Verbindung mit fachlichen und sozialen Kompetenzen eine wesentliche Rolle. Dies gelingt mit der frühzeitigen Entwicklung dieser Kompetenzen und der rechtzeitigen Implementierung in das Bildungssystem.

Im Rahmen des Schülerfirmenprojektes werden Schüler an gründungsrelevante Themen herangeführt und bei der Umsetzung unternehmerischer Aktivitäten angeleitet. Dabei sollen sie als Grundlage zur Gestaltung individueller Erwerbsbiographien eine positive Einstellung zur beruflichen Selbständigkeit und zum unternehmerischen Handeln und Denken entwickeln. Die Ansätze des Entrepreneurships werden dabei den Ansätzen des Intrapreneurships gleichgestellt, womit der zukünftige unternehmerisch handelnde Mitarbeiter in einem Unternehmen auf die Anforderungen der Zukunft in der Arbeitswelt frühzeitig vorbereitet wird.

Schülerfirmen trainieren Teamarbeit, Kreativität, Verantwortungsbewusstsein. Dabei erhalten sie einen guten Einblick in die spätere Arbeitswelt. Eine Schülerfirma bietet

jungen Menschen die Chance, im Rahmen eines pädagogisch betreuten Projektes ihre Fähigkeiten auszuprobieren und zu entwickeln, ihre Interessen einzubringen und wertvolle Erfahrungen für ihr späteres Arbeitsleben zu sammeln. Gleichzeitig gewinnen sie Einblicke in wirtschaftliche Zusammenhänge und üben sich darin, wirtschaftlich zu denken und zu handeln.

Die Initiative zielt darauf ab, einen Beitrag der Wirtschaftsförderung in der Schule zu leisten. Gleichzeitig bildet sich mit der Realisierung des Projektes über den Zeitablauf eine neue Lernkultur heraus.

## **1. Handlungsansatz**

### Idee:

Mit der Umsetzung des Projektes gelingt es, die Entwicklung echter wirtschaftlicher Aktivitäten in kleinem Maßstab, die eine wirklichkeitsnahe Abbildung realer Abläufe gewährleistet, darzustellen. Mit der Herstellung echter Produkte bzw. der Erbringung echter Dienstleistungen in geschützter Umgebung und unter fachlicher/ pädagogischer Aufsicht mitarbeitender Beratungsagenturen erfolgt eine komplementär ausgerichtete Einbindung in das Bildungs- und Erziehungsangebot. Das in der Schule Gelernte wird praktisch angewendet, die in der Schülerfirma erlernten Fähigkeiten und Fertigkeiten in den Unterricht eingebracht.

### Ziel/Rahmenbedingungen:

Ziel ist die Förderung der Ausbildungsfähigkeit von Jugendlichen und der Begeisterung für das Unternehmertum. Schülerinnen und Schüler sollen schon frühzeitig an unternehmerische Tugenden herangeführt werden. Dadurch werden Schlüsselqualifikationen wie Kreativität, Risikobereitschaft, Eigeninitiative, Teamfähigkeit und Verantwortungsbereitschaft entwickelt. Die Ausrichtung dieser strategischen Kompetenzen führt zu Synergieeffekten, die sich in einer verbesserten Lernmotivation niederschlagen. Neben der Entwicklung von Persönlichkeitsmerkmalen steht also das Handeln im Vordergrund.

Die Rahmenbedingungen ergeben sich aus den unterschiedlichen Ausgangssituationen, die ein jeweils spezifisches Handeln begründen. Sie erklären sich mit:

- a) unterschiedlichen Schultypen
- b) unterschiedlichen Klassenstufen und
- c) unterschiedlichen Wissensständen an den Schulen.

Mit der Landesinitiative SCHUELERFIRMEN-MV gilt es, die formulierten Ziele mit kreativen Lösungen unter Berücksichtigung der Rahmenbedingungen umzusetzen.

Die Umsetzung des Projektes folgt einem phasenhaft ausgerichteten Prozess. Dem folgend wird die Landesinitiative in ihren Strukturen und Prozessen dargestellt. Zur Sicherung des Fortbestandes und der kontinuierlichen Weiterentwicklung des Projektes wurden gemeinsam Qualitätsstandards entwickelt, auf deren Grundlage der Projektverlauf ständig kontrolliert und angepasst wird (Anlage Qualitätspapier).

### Maßnahmen:

Die Umsetzung der Maßnahmen obliegt einem effektiven Zusammenspiel der Partner. Die Maßnahmen gliedern sich in:

- Initiierung einer Schülerfirma, Gründung und Begleitung der Schülerfirma.
- regelmäßige Durchführung von Steuerungsunden (Abstimmung, Gewährleistung einer einheitlichen Vorgehensweise, Diskussion).
- der Koordinierung von Kooperationen mit Dritten.
- Planung und Durchführung von schülerfirmenspezifischen Lehrerfortbildungen.
- die Öffentlichkeitsarbeit (Werbung, Durchführung einer Landesmesse im zweijährigen Rhythmus, Betreuung des Internetportals und Teilnahme/Vertretung an Messen und Tagungen), Konsolidierung und Weiterentwicklung des Projektes und Controlling.

Die Maßnahmen sind in ihren Strukturen und Prozessen im Qualitätspapier abgebildet.

Die Gründung einer Schülerfirma wird in folgenden Phasen umgesetzt:

- Kontaktaufnahme mit der Schule (Anfrage)
- Aktivitäten an der Schule (Vorphase)
  - Schulleitergespräch
  - Lehrerinformationsveranstaltung
  - Schülerinformationsveranstaltung
  - Schüler Workshop

- Planung der Schülerfirma (Konzeptphase)
- Entscheidung für die Gründung der Schülerfirma (Definitionsphase)
- Gründung der Schülerfirma (Entwicklungsphase)
- Störung bei der Schülerfirma (Operation 1)
- Schließung der Schülerfirma (Operation 2).

Für die Gestaltung der Konzepte wird die Software UPlan den Bedingungen der Schülerfirma angepasst. Mit dieser Software wird es möglich sein, bankenfähige Gründungskonzepte unter Berücksichtigung der Anforderungen einer Schülerfirma, zu gestalten und den Beratungsprozess zu strukturieren. Die Einbindung erfolgt voraussichtlich noch im Jahr 2010.

Die Umsetzung der Landesinitiative erfolgt im Rahmen des Netzwerkgedankens. Die Koordinierung der Landesinitiative wird dabei zentral durch die GSA Gesellschaft für Struktur- und Arbeitsmarktentwicklung mbH gewährleistet. Die Fachaufsicht obliegt dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus. Die Betreuung der Schülerfirmen ist dezentral organisiert und wird maßgeblich durch die im Projekt involvierten Beratungsagenturen gewährleistet. Den unterschiedlichen Anforderungen entsprechend ist eine differenzierte Zuordnung im Hinblick auf die Fachkompetenz und der räumlichen Gegebenheiten vorgesehen.

Zu dem Erfolg der Landesinitiative trägt auch die Einbeziehung von Institutionen und Unternehmen der Wirtschaft bei. Durch die Vereinbarung z.B. mit den Sparkassen ist es möglich, dass die Schülerfirmen ein eigenes „Schülerfirmenkonto“ erhalten. Damit können realitätsnah alle Zahlungsvorgänge, soweit sinnvoll, über ein Konto dargestellt werden. Die Eröffnung eines Kontos wird wie bei einem richtigen Unternehmen durch gründungsrelevante Unterlagen und Angaben unterlegt. Dazu gehört auch die Präsentation des Gründungskonzeptes.

Diese Struktur ermöglicht eine optimale Umsetzung der Landesinitiative.

## **2. Übertragbarkeit und Nachhaltigkeit**

Alle zwei Jahre wird in Mecklenburg-Vorpommern eine Landesmesse für Schülerfirmen durchgeführt. Hier haben die Schülerfirmen die Möglichkeit, ihr Unternehmen und ihre Produkte/Leistungen einem breiten Publikum realitätsnah zu präsentieren. Dabei stehen u.a. Erfahrungsaustausche, Beobachtung der Mitwettbewerber und

Wissensvermittlung im Vordergrund. Die Landesmesse stellt damit eine wichtige Ergänzung zur Umsetzung der Landesinitiative dar.

Erstmals wird im Jahr 2010 die schülerfirmenfreundlichste Schule in M-V gesucht. Bei diesem Wettbewerb sind sowohl die Schulen als auch die dazugehörigen Schülerfirmen aufgefordert sich zu bewerben. Ziel ist es, die Schulen auf der Grundlage von Best Practice Projekten zu motivieren und die Leistungen der Akteure zu honorieren.

Für die Landesinitiative wurde eine eigene Homepage als Landesportal für Schülerfirmen [www.schuelerfirmen-mv.de](http://www.schuelerfirmen-mv.de) entwickelt. Hier werden alle aktuellen Informationen vermittelt. Die Schülerfirmen haben die Möglichkeit, sich zu präsentieren. Das Landesportal dient der Kommunikation und der Präsentation.

Den Lehrerinnen und Lehrern wird im Rahmen von ein- und zweitägigen Seminaren ein Qualifizierungsangebot unterbreitet, um den Anforderungen gerecht zu werden, die die Betreuung einer Schülerfirma erfordert. Da es sich bei Schülerfirmen um ein pädagogisches Konzept handelt, welches einen betreuenden Lehrer voraussetzt, ist das Interesse der Lehrerinnen und Lehrer, sich auf dem Gebiet der Schülerfirmen zu qualifizieren, erwartungsgemäß hoch. Darüber hinaus soll durch dieses Projekt auch der Anforderung entsprochen werden, eine Kontinuität bei der Betreuung der Schülerfirmen in der Schule zu gewährleisten. Die Qualifizierung dient nicht nur der Initiierung und aktuellen Betreuung von Schülerfirmen, sondern sichert im Rahmen der Nachhaltigkeit eine ständige Nachfolge neuer Schülerfirmen.

Bis August 2010 haben 224 Lehrerinnen und Lehrer erfolgreich an der Lehrerfortbildung teilgenommen.

#### Module der Lehrerfortbildung:

- Modul 1: Grundlagen einer Schülerfirma, Rolle der Projektbegleitung
- Modul 2: Finanzen und Buchhaltung, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit
- Modul 3: Organisations- und Projektmanagement, Präsentation, Fundraising/Sponsoring
- Modul 4: Recht und Versicherung, Neue Medien, Best Practice
- Modul 5: Fachseminare, zum Beispiel Pausenversorgung, Catering oder Textildesign, T-Shirt-Druck.

Vor dem Hintergrund sich entwickelnder und verfestigender selbstständiger Schulen sollen die Themen der Schülerfirma in den Lehrplänen verankert werden.

Mit mehreren Schülerfirmen nimmt Mecklenburg-Vorpommern erfolgreich an der alle zwei Jahre stattfindenden internationalen Schülerfirmenmesse in Berlin teil

Die Würdigung der ehrenamtlichen und freiwilligen Betreuung der Schülerinnen und Schüler wird durch den Wirtschaftsminister des Landes Mecklenburg-Vorpommern besonders gewürdigt. Im Rahmen einer Dankeschön-Veranstaltung für die Lehrerinnen, Lehrer und Betreuer der Schülerfirmen wurde der Besuch der Bundesgartenschau 2009 und einer gemeinsamen Dampferfahrt zu einem regen Gedankenaustausch genutzt.

Ein Forum auf der diesjährigen 7. Landesmesse für Schülerfirmen zum Thema „Schule - Wirtschaft - eine zukunftsfähige Partnerschaft?“ richtet sich ganz gezielt an die Schulleiter, um die Erfordernisse der Wirtschaft besser beurteilen zu können.

Die Einbeziehung von Schülern, Lehrern und Betreuern sowie von Schulleitern in die Umsetzung des Projektes hat sich sehr bewährt und funktioniert in der dargestellten Verfahrensstruktur zum Vorteil aller.

Das Projekt SCHUELERFIRMEN-MV lässt sich in dieser Form in allen Bundesländern umsetzen.

### **C. Projektergebnisse**

Die Projektergebnisse werden jeweils getrennt nach den Schuljahren 2008/2009 und 2009/2010 dargestellt.

Statistik nach Jahren 2008/2009:

- 121 Schülerfirmen sind gegründet
- 15 Schülerfirmen sind in der Gründungsphase
- 23 Geschäftsideen befinden sich in der Beratungsphase

Statistik nach Jahren 2009/2010:

- 133 Schülerfirmen sind gegründet
- 17 Schülerfirmen sind in der Gründungsphase
- 27 Geschäftsideen befinden sich in der Beratungsphase



Good Practice  
2010/11

Kat. 1: "Preis für die Förderung des Unternehmergeistes"



**netzwerk nordbayern:**

**netzwerk nordbayern**

Postanschrift:	netzwerk nordbayern Neumeyerstraße 48 90411 Nürnberg
Bundesland:	Bayern
Web-Adresse:	<a href="http://www.netzwerk-nordbayern.de">http://www.netzwerk-nordbayern.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Tina Leithold Leitung Marketing&PR
Telefon:	0911-59724-8057
Fax:	0911-59724-8049
e-mail:	<a href="mailto:leithold@netzwerk-nordbayern.de">leithold@netzwerk-nordbayern.de</a>
Zeitplan:	Ein Businessplan-Wettbewerbsjahr beginnt am 1. Oktober und endet mit der Prämierung der Wettbewerbssieger im Juli des Folgejahres.

## A. Kurze Organisationsbeschreibung

Das netzwerk nordbayern begleitet wachstumsorientierte Gründer und Unternehmer bei der Unternehmensplanung, der Businessplan-Erstellung und der Unternehmensfinanzierung. Es unterstützt und betreut intensiv durch individuelles Coaching sowie durch gezielte Kontaktvermittlung. Darüber hinaus bietet das Netzwerk Workshops und Seminare zu betriebswirtschaftlichen Themenbereichen an und schafft mit zahlreichen Veranstaltungen Gelegenheit zum Networking mit potenziellen Kunden und Partnern. Das Bayerische Wirtschaftsministerium sowie privatwirtschaftliche Sponsoren wie die LfA Förderbank Bayern und die Siemens AG finanzieren das unabhängige Netzwerk.

Zu den kostenfreien Angeboten des Netzwerks zählt auch der jährlich stattfindende Businessplan-Wettbewerb Nordbayern (BPWN). Von den erfolgten Gründungen der cirka 1.750 Teilnehmer-Teams der vergangenen zwölf Businessplan-Wettbewerbe sind heute noch über 500 Unternehmen eigenständig am Markt aktiv. Diese haben 2009 einen Umsatz von rund 367 Millionen Euro erzielt und insgesamt 3.940 Arbeitsplätze geschaffen. Seit 1999 wurden durch die Vermittlung und Betreuung des Netzwerks 118 Unternehmensfinanzierungen mit einem Gesamtvolumen von mehr als 150 Millionen Euro Eigenkapital realisiert.

## **B. Projektbeschreibung**

### **Unsere Tätigkeit basiert auf 4 Säulen:**

#### **Der Businessplan-Wettbewerb Nordbayern (BPWN)**

Ein Unternehmen gründen, neue Produkte entwickeln, neue Märkte erschließen und eine Finanzierung suchen – all das sind gute Gründe, am Businessplan-Wettbewerb Nordbayern teilzunehmen. Bereits zum zwölften Mal wurde der BPWN im Jahr 2010 ausgerichtet, der sich schwerpunktmäßig an Life Science-, IT- und technologieorientierte Unternehmen richtet, die ihren Sitz in einem der vier nordbayerischen Regierungsbezirke haben. Der Businessplan-Wettbewerb Nordbayern ist ein effizientes Instrument für Unternehmer und Gründer, um durch die Teilnahme an allen drei Phasen einen professionellen Businessplan zu erstellen: Beginnend mit einem Grobkonzept arbeiten die Teilnehmer in den drei aufeinander aufbauenden Wettbewerbsphasen einen professionellen Businessplan aus. Nach der Einreichung des Geschäftskonzepts zum Abschluss der einzelnen Phasen erhält jedes Team ein ausführliches schriftliches Feedback von erfahrenen Unternehmer- und Kapitalgeber-Juroren.

#### **Umfassendes Beratungs- und Betreuungsangebot:**

Parallel zu den drei Wettbewerbsphasen bietet das Netzwerk Nordbayern kostenfreie Workshops zur Businessplan-Erstellung in vielen nordbayerischen Städten an. Die Teilnehmer erhalten dort das inhaltliche Rüstzeug und können sich dort intensiv mit den inhaltlichen Anforderungen an ihre Konzepte in den verschiedenen Phasen auseinandersetzen und diese umsetzen. Unser „Handbuch zur Businessplan-Erstellung“ sowie ein Finanzplanungstool stehen kostenlos zum Download auf der Homepage zur Verfügung. Zudem besteht für die Gründer die Möglichkeit, bei Bedarf das Mentoringprogramm in Anspruch zu nehmen und sich somit intensive und kostenfreie Unterstützung durch einen erfahrenen Unternehmer für bis zu sechs Monate zu sichern.

## Finanzierung:

Wer eine innovative Idee mitbringt, dem kann das Netzwerk Nordbayern bei der Kapitalsuche helfen. Mit fundierter Kapitalmarkt-Kennntnis und dem nötigen Fingerspitzengefühl werden Kapital suchende Unternehmer und Kapitalgeber zusammengeführt. Dabei arbeitet das Netzwerk mit ausgewählten und anerkannten Venture Capital-Gesellschaften und Business Angels sowie staatlichen Fördergesellschaften und strategischen Investoren zusammen. Wachstumsorientierte Unternehmen unterschiedlichster Branchen werden auf der Grundlage ihres professionellen Businessplans an erfahrene Investoren vermittelt. Falls nötig, werden die Unternehmen im Vorfeld bei der Erstellung einer geeigneten Finanzierungsstrategie sowie bei der Vorbereitung einer überzeugenden Präsentation vor den Kapitalgebern begleitet und beraten. Wertvolle Tipps und Hinweise in Sachen Investorenansprache und Vertragsverhandlungen gehören zum Service selbstverständlich dazu.

Wir konzentrieren uns stets auf diese Kernprozesse:

Im Rahmen der **Selektion** kümmern wir uns um die Vorauswahl interessanter Investitionsmöglichkeiten für Investoren und um Kapitalgeber, die sich an jungen Wachstumsunternehmen beteiligen.

Der Prozess der **Betreuung** beschreibt die Unterstützung sowohl der Unternehmer als auch der Investoren bei allen auftretenden Fragen und Problemen. Dazu gehört es auch, wenn gewünscht, den Investmentprozess zu moderieren und im Vorfeld wichtige Informationen, etwa über Musterverträge oder verschiedene Beteiligungsformen, weiterzugeben.

Die **Vermittlung** ist der sensibelste Bereich. Hier geht es darum, Investoren gezielt mit potenziellen Investments zusammenzubringen. Dies geschieht bei uns vor allem durch die persönliche Vermittlung, aber auch über spezielle Business Angel-Veranstaltungen und Investorenkonferenzen oder durch unseren informellen Investorenbrief „Letter for Friends“.

**Networking** – also das „Vernetzen“ der Personen, der Ideen und der Kontakte, ist ein wichtiger Erfolgsfaktor unserer Arbeit. Und das leisten wir nicht nur auf regionaler Ebene, sondern ebenso im nationalen und internationalen Umfeld. Unter Networking verstehen wir aber auch, unterschiedliche Kapitalgeber zusammen zu bringen und sie bei gemeinsamen Investitionsplänen zu unterstützen.

### **Know-how:**

Know-how bietet das Netzwerk sowohl klassisch in Form von Workshops und Seminaren, als auch ganz individuell in zahlreichen Einzelcoachings oder in Form eines Mentoringprogramms. Die angebotenen Inhalte decken ein breites Spektrum ab – von der Unternehmensfinanzierung über Soft-Skill-Themen bis hin zu Seminaren zur Unternehmenssteuerung und -entwicklung. Begleitend zum Businessplan-Wettbewerb Nordbayern bietet das Netzwerk Nordbayern in verschiedenen Städten drei aufeinander aufbauende, kostenfreie Workshops zur Businessplan-Erstellung an, deren Inhalte genau auf die Anforderungen der drei Wettbewerbsphasen abgestimmt sind. Das Seminarprogramm des Netzwerk Nordbayern richtet sich in erster Linie an innovative, wachstumsorientierte Gründer und Unternehmer. Außerdem halten wir Lehrveranstaltungen an Hochschulen und bieten individuelle Coachings und Mentorings.

### **Networking:**

9000 Personen sind derzeit im Netzwerk Nordbayern aktiv, darunter Unternehmer, Gründer, Kapitalgeber, Sponsoren, Juroren, Unternehmensberater, Rechts- und Steuerberater, Hochschulen, IHKs, Innovations- und Gründerzentren, kommunale Einrichtungen und Wirtschaftsförderer. Neben der aktiven und individuellen Vernetzung von Personen bietet das Netzwerk Nordbayern auch regelmäßige Networkingveranstaltungen an, bei denen nicht nur neue Kontakte geknüpft, sondern auch bestehende vertieft werden können. Auch das Angebot zur Online-Vernetzung wurde im Jahr 2010 intensiviert.

## **C. Projektergebnisse**

Die Ergebnisse des Wettbewerbsjahres 2010 (1. Oktober 2009 - 31. September 2010):

### **Businessplan-Wettbewerb Nordbayern (BPWN):**

Insgesamt 149 Teams reichten ihre Geschäftskonzepte in diesem Jahr in den Wettbewerb ein; das entspricht exakt dem Durchschnittswert der letzten Jahre. Ganz besonders hervorzuheben ist die Qualität der eingereichten Businesspläne: Fast 30 Prozent der eingereichten Konzepte trauten die Juroren zu, dass sie im dritten Jahr nach Start mehr als 1,5 Millionen Euro Umsatz erzielen würden und damit das Potenzial hätten, sich in absehbarer Zeit zu einem mittelständischen Unternehmen zu entwickeln. Weiteren knapp 50 Prozent der BPWN-Teilnehmer bescheinigten die Experten immer noch ein Wachstumspotenzial von bis zu 1,5 Millionen Euro. Die Bran-

chenverteilung 2010 belegt, dass der Businessplan- Wettbewerb Nordbayern seine Kernzielgruppe, die wachstumsstarken IT-, Life Science- und technologieorientierten Unternehmen, erreicht hat: Zwei Drittel der eingereichten Businesspläne stammen aus den genannten Branchen. Details zu den Siegern erfahren Sie im beiliegenden Abschlussbericht oder auf der Homepage unter Businessplan: Siegerchronik.

### Finanzierung:

Über 21 Millionen Euro vermittelte das Finanzierungsnetzwerk zwischen Oktober 2009 und September 2010 an innovative Start-ups aus Nordbayern. Im Sommer wurde in gerade einmal zehn Tagen die schnellste Finanzierungsrunde in der Geschichte des Netzwerks abgeschlossen: Ein Privatinvestor hat sich mit 500.000 Euro an einem der Teilnehmer aus dem laufenden BPWN beteiligt. Und darüber hinaus ist es erstmals gelungen, ein strategisches Investment zu vermitteln: Ein technologieorientierter Mittelständler beteiligte sich mit zwei Millionen Euro an einem BPWN-Teilnehmer aus 2008. Übersicht:

DEALS 2010	
<b>Anzahl</b>	<b>10</b>
Business-Angel-Investments	510.000 Euro
Strategische Investoren	2,0 Mio. Euro
VC-Gesellschaften	15,3 Mio. Euro
Öffentliche Investoren	3,9 Mio. Euro
<b>Summe</b>	<b>21,7 Mio. Euro</b>

### **Know-how:**

Zahlen des Wettbewerbsjahr 2010:

- 27 Seminare mit 604 Teilnehmern
- 21 Workshops zur Businessplan-Erstellung mit 440 Teilnehmern
- 21 Veranstaltungen & Vorträge an nordbayerischen Hochschulen mit ca. 1.600 Teilnehmern
- 380 Coaching-Gespräche

### **Networking:**

Zahlen des Wettbewerbsjahr 2010:

- 27 Veranstaltungen (Prämierungen, Abgabepartys, n2 Treff, n2 early) mit 2.484 Teilnehmer
- 28 externe Veranstaltungen, auf denen das netzwerk nordbayern aktiv und präsent war
- ca. 8.500 aktive Personen im netzwerk nordbayern

**Deutschland-  
Sieger  
2010/11**

Kat. 1: "Preis für die Förderung des Unternehmergeistes"



**UniConsult – Technologie- und Wissenstransfer  
an der Universität Paderborn:**

**ITpreneurship – Kooperative Gründungsoffensive  
Hochschule-Wirtschaft im IT-Cluster Paderborn**

Postanschrift:	UniConsult – Technologie- und Wissenstransfer an der Universität Paderborn Warburger Straße 100 33098 Paderborn
Bundesland:	Nordrhein-Westfalen
Web-Adresse:	<a href="http://uniconsult.uni-paderborn.de">http://uniconsult.uni-paderborn.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Prof. Bernd Seel
Telefon:	05251-60-2804
Fax:	05251-60-2077
e-mail:	<a href="mailto:transfer@upb.de">transfer@upb.de</a>
Zeitplan:	Start am 01.10.2007

## A. Kurze Organisationsbeschreibung

Die Paderborner Hochschule trägt den Leitgedanken „Universität der Informationsgesellschaft“ und gehört im Bereich der Informatik zu den drei besten Universitäten Deutschlands.<sup>1</sup> Die Universität ist in fünf Fakultäten gegliedert: Kulturwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, Naturwissenschaften, Maschinenbau sowie Elektrotechnik, Informatik und Mathematik. UniConsult ist die Technologie- und Wissenstransferstelle der Universität und versteht sich als Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Wissenschaft. Das Leistungsportfolio von Uni-Consult teilt sich wie folgt auf: Transfer und Innovation, Erfindungen und Patente, Career-Service und Existenzgründung.

---

<sup>1</sup> <http://www.eim.uni-paderborn.de/homepage-fakultaet-eim/nachricht/article/che-ranking-2006-spitzenplatz-fuer-paderborner-informatik.html> (Stand 22.09.2010).

Das Projekt „ITpreneurship“ ist innerhalb des Bereichs Existenzgründung angesiedelt. Zentrale, über das Projekt hinausgehende Angebote, sind z.B. die Gründungsberatung sowie die Unterstützung bei der Suche nach Finanzierungsmöglichkeiten.

## **B. Projektbeschreibung**

### **Kernidee**

Das EXIST-Projekt „ITpreneurship: Kooperative Gründungsoffensive Hochschule – Wirtschaft im IT-Cluster Paderborn“ unterstützt IT-Unternehmen und Gründungsinteressierte aus der Universität Paderborn bei der Realisierung gemeinsamer Unternehmensgründungen. Das Besondere an dem Ansatz ist, dass die Unternehmen Geschäftsideen, die sie selber nicht umsetzen können, den Gründungsinteressierten zur Verfügung stellen. Somit wird eine Unternehmensgründung auch für diejenigen Studierenden zur Option, die noch keine eigene Geschäftsidee verfolgen. Der Ansatz ist angelehnt an das Open Innovation Paradigm und führt zur Erschließung eines zusätzlichen Gründungspotenzials durch die Kombination der Ideen und Ressourcen von kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Studierenden und Wissenschaftlern.

### **Rahmenbedingungen**

Der Standort Paderborn weist mit fast 300 IT-Firmen Paderborn landesweit die höchste IT-Dichte auf.<sup>2</sup> Maßgeblich beteiligt ist die Hochschule, die sich als Universität der Informationsgesellschaft klar positioniert hat und angehende Führungskräfte und Existenzgründer in der wachsenden IT-Branche ausbildet. Aufgrund dieser Voraussetzungen fokussiert sich ITpreneurship auf diese Schlüsselbranche und bezieht Unternehmen aus dem IT-Cluster eng ein.

Zur Umsetzung des EXIST-Projektes ITpreneurship haben sich vier Partner aus der Hochschule zusammengeschlossen: UniConsult, das Decision Support & Operations Research Lab (DS&OR Lab), das Software Quality Lab (s-lab) und das Paderborn Institute for Advanced Studies in Computer Science and Engineering (PACE). UniConsult ist die Transferstelle der Universität Paderborn und versteht sich als Schnittstelle zwischen Hochschule und Wirtschaft. Das DS-&OR Lab am Wirtschaftsinformatik-Lehrstuhl von Prof. Dr. Leena Suhl ist auf den Bereich Entscheidungsun-

---

<sup>2</sup> [http://www.paderborn.de/wirtschaft/daten/sp\\_auto\\_12430.php](http://www.paderborn.de/wirtschaft/daten/sp_auto_12430.php) (Stand 01.09.2010).



terstützungssysteme spezialisiert und hat mehrere erfolgreiche Spin-Offs hervorgebracht. Das s-lab ist ein Institut, in dem Partner aus der industriellen Softwareentwicklung mit Forschungsgruppen der Universität Paderborn auf dem Gebiet der Softwaretechnik zusammenarbeiten. Das PACE betreibt die internationalen, strukturierten Promotionsprogramme der Universität Paderborn im technischen Bereich.

Diese Art der horizontalen Kooperationsbeziehung stellt eine Erweiterung des bisher vertikal aufgestellten Gründungs-Netzwerks dar. Mit anderen Worten: das gründer-spezifische Know-how der Netzwerkpartner (z.B. Starter-Center, Unternehmensberater) wird durch das fachliche Know-how dieser Einrichtungen ergänzt. Zudem werden neue Zugänge in die IT-Branche erschlossen. Die Technologie- und Wissenstransferstelle UniConsult fungiert als „Hub“ zwischen beiden Netzwerken.

### **Ausgangslage/Problemstellung**

Bereits im Vorfeld des Projektes wurden zwei zentrale Problemstellungen erkannt, für die es bisher nur unzureichende Lösungen in Deutschland gibt:

1. Neue Geschäftsideen, die nicht zum Kernbereich von kleinen und mittelständischen Unternehmen gehören, werden zu selten umgesetzt. Ein Serial Entrepreneurship wie beispielsweise im Silicon Valley konnte sich bis dato nicht durchsetzen.
2. Studierenden fehlt es häufig an Eigenkapital, Branchenerfahrung, Kontakte zu Zulieferern und Abnehmern sowie marktfähige Geschäftsideen.

### **Lösungen/Förderstrategien**

Der Lösungsansatz von ITpreneurship liegt in der Zusammenführung der beiden zuvor genannten Zielgruppen und der Kombination ihrer vorhandenen Ressourcen, bei gleichzeitig neutraler Moderation des Kooperationsprozesses durch das Projektteam. Kleine und mittel-ständische Unternehmen verfügen in den meisten Fällen – wie in einer projektbegleitenden Studie nachgewiesen wurde – über prinzipiell marktfähige Geschäftsideen, die sie aus diversen Gründen nicht alleine umsetzen können (fehlende fachliches Know-how, notwendige Konzentration auf das Kerngeschäft, etc.). Studierende verfügen über fachliches Know-how sowie hohe Motivation an praxisnahen Themen und bekommen im Rahmen der Lehre die notwendigen Zeitressourcen (siehe unten), um die Geschäftsidee weiterzuentwickeln.

Durch die Kooperation kann das vorhandene Potenzial der beiden Gruppen besser ausgeschöpft werden, war die These zu Projektbeginn: Unternehmen können ihre Geschäftsideen weiterentwickeln lassen und Studierende bekommen hierdurch frühzeitig einen Zugang zum Unternehmertum und erfahrene Kooperationspartner an die Seite gestellt.

ITpreneurship verfolgt somit das Konzept von open innovation. Open innovation bedeutet, dass erfolgversprechende Ideen nicht nur aus dem Unternehmen selber stammen müssen, sondern auch extern beigesteuert werden können.<sup>3</sup> Es wird einerseits ein Kontrast zum klassischen, geschlossenem Innovationsverständnis von Schumpeter geschaffen. Schumpeter vertritt den Standpunkt, dass ein Unternehmen seine Erkenntnisse nicht nach außen weitergeben darf, um seine Erträge zu sichern.<sup>4</sup> Doch der Öffnungsprozess hat einige Vorteile vorzuweisen: Durchlässigkeit für neue Ideen, Beweglichkeit, Mitmachen und Erörtern, Vernetzung und Ganzheitlichkeit, Selbstständigkeit und konstruktive Konfliktbewältigung.<sup>5</sup>

## Umsetzung

Innerhalb der dreijährigen Förderphase (Okt. 2007 bis Sept. 2010) wurden zu Beginn die notwendigen Voraussetzungen für den Projekterfolg geschaffen (Vgl. Abb. 1., Punkt 1) sowie drei Durchführungszyklen (Vgl. Abb. 1., Punkt 2 bis 6) durchlaufen. Konkret sieht die Vorgehensweise innerhalb eines Zyklus folgendermaßen aus:

- 
- <sup>3</sup> Vgl. Harms, R.; Konrad, E. D.; Schwarz, E. J. (2009). Spin-offs im Kontext von Open Innovation – Eine Diskussion der Lead-User-Methode im Rahmen des Academic Entrepreneurship, in: Open Scientific Entrepreneurship Engineering – ein offener, ganzheitlicher und systematischer Ansatz zur Unterstützung von Existenzgründungen aus Hochschulen, in: Walter, A.; Auer, M. (Hrsg.): Academic Entrepreneurship, S. 152.
  - <sup>4</sup> Vgl. Grichnik, D.; von Kortzfleisch, H.F.O, Magin, P. (2009). Open Scientific Entrepreneurship Engineering – ein offener, ganzheitlicher und systematischer Ansatz zur Unterstützung von Existenzgründungen aus Hochschulen, in: Walter, A.; Auer, M. (Hrsg.): Academic Entrepreneurship, S. 175.
  - <sup>5</sup> Vgl. von Kortzfleisch, H.F.O. (2004). Organisatorische Balancierung von Informations- und Kommunikationstechnologien, S. 432 ff.

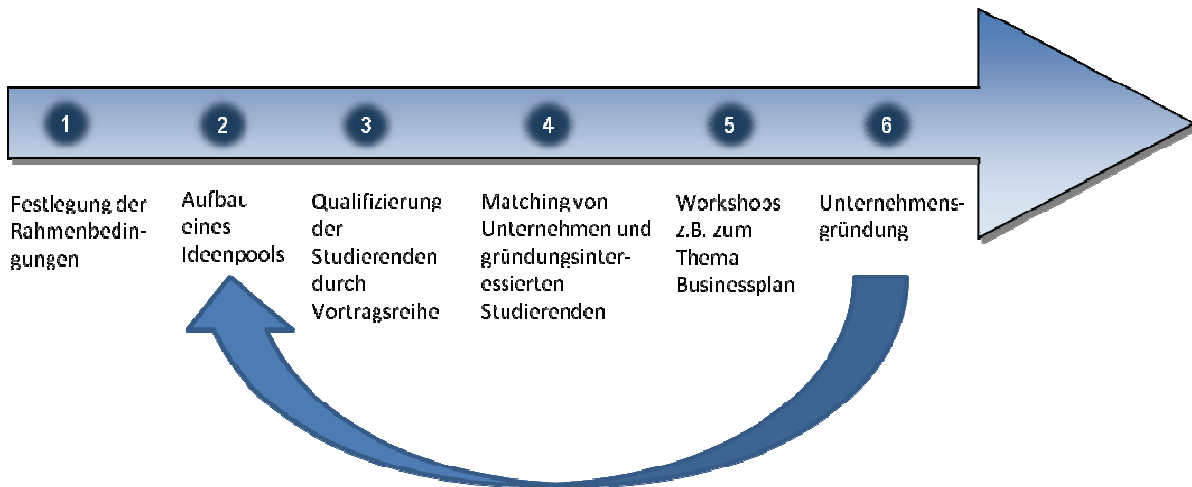


Abbildung 1: Vorgehensweise des Projektes innerhalb eines Durchführungszyklus

Zu den Voraussetzungen gehörte, leitfadengestützte Interviews mit potenziellen Kooperationsunternehmen zu führen und in Form einer Potenzial- und Bedarfsanalyse zusammenzufassen. Außerdem wurde das organisatorische und juristische Fundament (u.a. Vertraulichkeitserklärung) gelegt, um professionelle Rahmenbedingungen für die Kooperation der unterschiedlichen Partner zu schaffen. Insgesamt wurde ein Pool von ca. 30 Partnerunternehmen aufgebaut, deren Geschäftsführer als Dozenten, Ideengeber, Mentoren und Kapitalgeber am Projekt beteiligt wurden. (1)

In Phase 2 wurde ein Pool von Geschäftsideen aufgebaut, die durch die Studierenden weiter bearbeitet werden sollten. Die Ideen wurden mit Hilfe eines standardisierten Formulars abgefragt, in dem die Unternehmen auch Angaben zu den benötigten Kompetenzen und die weiteren Herausforderungen bis zur Umsetzung (z.B. technische Entwicklungen) skizzieren konnten. Dieser Pool wurde regelmäßig durch neue Ideen aufgefüllt (2).

Um auf Seiten der Studierenden die notwendige Qualität zu gewährleisten, wurde ihnen jeweils im Wintersemester Gründungs-Know-how in Form von Vorlesungen durch Praktiker (Steuerberater, Gründer, etc.) vermittelt (3).

Im Sommersemester wurden die tatsächlich Gründungswilligen aus den prinzipiell Gründungsinteressierten herausgefiltert. Nachdem die ideengebenden Unternehmen jeweils zu Beginn des Sommersemesters im Rahmen eines Matching-Workshops mit den passenden Studierenden zusammengebracht wurden (4), arbeiteten Letztere konkret an den Geschäftsideen weiter. Zwischendurch fanden mehrere Workshops statt, in denen u.a. die Erstellung eines Businessplans vermittelt wurde

und die Studierenden lernten, wie sie ihren Business-plan gegenüber Kapitalgebern präsentieren (5).

Am Ende jedes Sommersemesters fanden Gespräche mit den Gründungsteams statt, ob und auf welche Weise die Gründung weiter vorangetrieben wird. In einigen Fällen wurden Anträge für das EXIST-Gründerstipendium unterstützt. Die Partnerunternehmen waren in vielen Fällen als Mentoren und Kapitalgeber vorgesehen und konnten sich an den neuen Unternehmen beteiligen. (6)

Die Projektkonzeption sieht des Weiteren vor, dass die erfolgreichen Unternehmensgründungen zukünftig als Kooperationsunternehmen weiter zur Verfügung stehen und Ideen in den Pool einspeisen. Das Funktionieren eines nachhaltigen Kreislaufs wird somit sichergestellt.

### **Zielsetzung:**

Die übergreifenden Projektziele sind:

- Platzierung des Themas „Existenzgründung aus der Hochschule“ innerhalb der Cluster-Initiativen im IT-Sektor
- Aufbau eines Pools mit marktfähigen Geschäftsideen, auf den langfristig zugegriffen werden kann, um ITpreneurship nachhaltig zu verankern und auszubauen
- Branchenspezifische und praxisnahe Qualifizierung der potenziellen Gründer
- Erschließung von latentem Gründerpotential: Studierende, die aufgrund fehlender Geschäftsidee keine Existenzgründung angestrebt hätten
- Gewinnung von Alumni-Gründern und Kooperationsunternehmen als Dozenten, Ideengeber, Mentoren und Kapitalgeber
- Realisierung von Gründungsvorhaben, an denen Wirtschaftsunternehmen und/oder die Hochschule (finanziell) beteiligt sind

### **Zentrale Erfolgsfaktoren**

- Die klare Fokussierung des Projektteams auf **den beiderseitigen Nutzen für Studierende und Unternehmen** stellte einen zentralen Erfolgsfaktor dar. Insbesondere für die Geschäftsführer der Unternehmen bestand von Anfang an ein geringes Risiko bei überschaubarem zeitlichem Einsatz für das Projekt.

- Obwohl es in Paderborn bisher keinen eigenen Gründungslehrstuhl gibt, ist die Gründerqualifizierung durch die Kooperation zwischen der Transferstelle UniConsult (Organisation) und dem Wirtschaftsinformatik-Lehrstuhl (Abnahme der Prüfungsleistung) gewährleistet. Die **Integration der Entrepreneurship Education – bei gleichzeitiger Praxisnähe – in die Lehre** wird zum Erfolgsfaktor, da Bachelor- und Masterstudenten neben dem Studium nur wenig Zeit für Existenzgründungsseminare zur Verfügung steht.
- Des Weiteren hat sich die **Kooperation mit lokalen Unternehmen** als hilfreich erwiesen. Dadurch können die Studierenden ihr Wissen an konkreten Aufgaben erproben und weiterentwickeln. Außerdem macht der Kontakt zum Unternehmen das Vorhaben einer Existenzgründung für die Studierenden greifbarer. In einigen Fällen wurden Ideen nicht umgesetzt, das erworbene Know-how jedoch genutzt, um eigene Geschäftsmodelle zu entwickeln. Ein Zusatznutzen dieser engen Kooperation war, dass für einige Studierenden die spätere Tätigkeit in einem Kooperationsunternehmen wahrscheinlicher geworden ist.
- Als ebenfalls wichtiger Faktor hat sich die **zentrale Moderation** herausgestellt. Durch die hohe Komplexität der Projektaufgabe haben sich mehrere Partner mit verschiedenen Kompetenzen und Arbeitsweisen zusammengeschlossen. Zur Sicherstellung von effizienten Abläufen und einer schnellen Informationsbereitstellung hat UniConsult die Rolle eines zentralen und neutralen Moderators innerhalb des Projektes übernommen.
- Darüber hinaus konnten alle Projektpartner auf vorhandene Kontakte zu Unternehmen zurückgreifen. Durch die bereits etablierten Beziehungen und war das im Open Innovation Kontext notwendige **Vertrauen** von Anfang an vorhanden.

## Übertragbarkeit

Das Projekt ist zur Übertragung auf andere Branchen, Regionen und Hochschulen geeignet. Auch ein internationaler Kontext ist interessant, bei dem länderübergreifend ein internationaler Ideenpool entsteht. Wichtige Informationen und Handlungsempfehlungen befinden sich auch auf der Internetpräsenz des Projektes: [www.itpreneurship.de](http://www.itpreneurship.de). Die Bewerbung um den European Enterprise Award soll insbesondere dafür genutzt werden, noch mehr Aufmerksamkeit für das Projekt zu erzeugen.

## C. Projektergebnisse

Es konnten Erfolge qualitativer und quantitativer Art vermerkt werden. Qualitativer Art hat sich im Laufe des Projektes gezeigt, dass auch viele Studierende, die neben dem Studium bereits arbeiten, an einer Selbstständigkeit interessiert sind. Daher wurden die meisten **Workshops** auf Wochenenden verschoben, um auch Berufstätigen die Chance an einer Teilnahme zu gewähren. Des Weiteren konnten die Unternehmen durch die Zusammenarbeit **innovative Geschäftsbereiche** vorantreiben, was ansonsten mit einem sehr hohen Risiko verbunden gewesen wäre. Die Wettbewerbsfähigkeit der Paderborner Unternehmen wird somit weiter gefestigt.

Als quantitative Ergebnisse wurden insgesamt **28 Kooperationsunternehmen** gewonnen. Durch die Unternehmen, die Lehrstühle sowie durch Gründungsinteressierte wurden insgesamt **100 Geschäftsideen** in den Ideenpool eingespeist. Es hat sich gezeigt, dass innerhalb der Region ein sehr starkes Interesse durch die Wirtschaft besteht, den Ideenpool und Partnerschaften mit Studierenden der Universität Paderborn aufzubauen. Dies wird auch durch die Mitwirkung von Organisationen wie dem Technologiepark Paderborn, der Wirtschaftsförderungsgesellschaft und der Hochschule des Mittelstandes in Bielefeld deutlich. Viele Veranstaltungen konnten in Kooperation mit Unternehmen durchgeführt werden. Dies hat nicht nur zur Vernetzung von Unternehmen mit den Studierenden geführt, sondern auch zu Kontakten zwischen den Unternehmen. Dadurch wird der Wirtschaftsstandort Paderborn nachhaltig gestärkt.

Die Qualifizierungsmaßnahmen waren über den Projektzeitraum von drei Jahren im Wintersemester jeweils gut besucht und haben eine breite Masse an generell Gründungsinteressierten erreicht. Im anschließenden Sommersemester wurden die Veranstaltungen konkreter. Es wurden in der Hauptsache Teilnehmer mit Gründungsabsicht angesprochen und somit wurde die Teilnehmerzahl weiter eingegrenzt. Tabelle 1 gibt einen Überblick über die durchschnittliche Teilnehmerzahl.

Zyklus	Wintersemester	Sommersemester
2007/2008	34	16
2008/2009	145	21
2009/2010	127	28

Tabelle 1: Durchschnittliche Teilnehmerzahl der Qualifizierungsmaßnahmen

Bisher sind **drei Gründungen** aus dem Projekt hervorgegangen: Zwei GmbHs und eine GmbH & Co. KG. Dabei sind zweimal drei Gründer und einmal zwei Gründer beteiligt. Zwei der Gründungen beschäftigen mittlerweile schon mehrere Angestellte und tragen somit zur Schaffung von Arbeitsplätzen bei. Weitere Gründungen sind in Planung. Auch wenn nicht jeder Teilnehmer nach den Qualifizierungsmaßnahmen sofort gegründet hat, gab es auch viele Studierende, die nach Beendigung des Studiums selbst eine Idee weiterentwickelt haben und dabei auf das Gelernte und die Kontakte zurückgreifen konnten.

Good Practice  
2010/11

Kat. 2: "Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten"



**Aktionskreis "Lebens- und Wirtschaftsraum Landkreis Cham e.V." und Agentur für Arbeit Schwandorf:**

**Berufswahltag im Landkreis Cham**

Postanschrift:	Aktionskreis „Lebens- und Wirtschaftsraum Landkreis Cham e. V.“ und Agentur für Arbeit Schwandorf Rachelstraße 6 93413 Cham
Bundesland:	Bayern
Web-Adresse:	<a href="http://www.aktionskreis-cham.de">http://www.aktionskreis-cham.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Landrat Franz Löffler Joachim Ossmann, Vorsitzender der Geschäftsführung der Arbeitsagentur Schwandorf
Telefon:	09971-78-437
Fax:	09971-845-437
e-mail:	<a href="mailto:wirtschaft@lra.landkreis-cham.de">wirtschaft@lra.landkreis-cham.de</a>
Zeitplan:	2003-2010

**A. Kurze Organisationsbeschreibung**

Die Schulen im Landkreis Cham erhalten seit 1993 Unterstützung durch das Ausbildungsnetzwerk „Berufswahltag“. Hauptinitiatoren sind die **Berufsberatung der Agentur für Arbeit Schwandorf** und der **Aktionskreis „Lebens- und Wirtschaftsraum Landkreis Cham e.V.“**. Die Agentur für Arbeit Cham ist im Rahmen ihrer Aufgaben sowohl beim Übergang junger Menschen von der Schule in den Beruf als auch an der Schnittstelle Schule – Wirtschaft tätig. Mit dem Aktionskreis sowie zahlreichen Unternehmen ist die Agentur für Arbeit seit Jahren in zahlreichen Projekten verbunden. Der Landkreis Cham und die Agentur für Arbeit betreiben darüber hinaus seit Jahren in guter Partnerschaft und sehr erfolgreich eine ARGE gemäß SGB II.



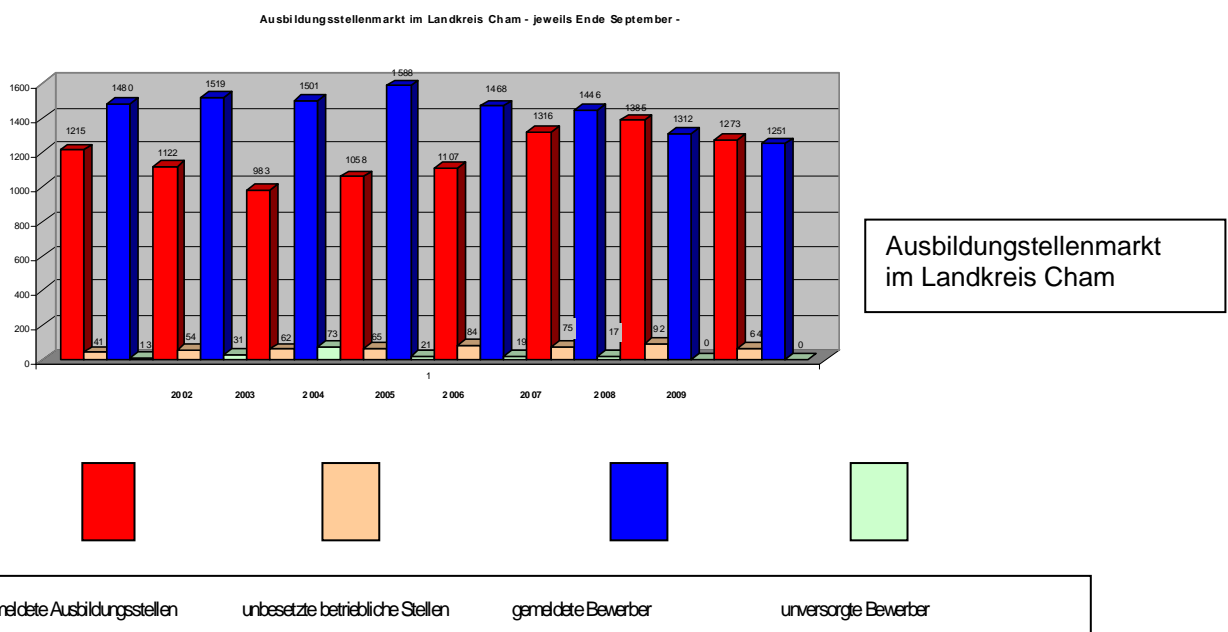
Das gemeinsame Ausbildungsnetzwerk schafft die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Übergang von der schulischen zur beruflichen Ausbildung und fördert die Zusammenarbeit zwischen den Schulen und den Wirtschaftsunternehmen in der Region. Damit sind die Berufswahltag das wichtigste Projekt des Aktionskreises, der nach seiner Zielsetzung die Lebensqualität im Landkreis Cham erhalten und verbessern sowie die Wirtschaftskraft und die Attraktivität der Region erhöhen möchte.

## B. Projektbeschreibung

### Ausgangslage

Der Landkreis Cham gehört zum Bezirk der Arbeitsagentur Schwandorf. Das Angebot an Lehrstellen auf dem Ausbildungsstellenmarkt gestaltete sich ab dem Jahr 2003 deutschlandweit erheblich ungünstiger als in den Vorjahren. Mit einer landkreisweiten **Kampagne für mehr Lehrstellen** konnte bis zum Jahre 2008 eine ausgeglichene Lehrstellenbilanz erreicht werden. Ab diesem Zeitpunkt ist ein deutlicher Überhang an Ausbildungsplätzen ggü. Lehrstellensuchenden feststellbar (s. Statistik Arbeitsagentur). Oberpfalzweit liegt der Landkreis Cham beim Zuwachs an Ausbildungsplätzen an der Spitze.

**Zukunftsstrategie** aus Sicht der Agentur für Arbeit, IHK, Handwerkskammer und der beteiligten Akteure im Netzwerk ist, dass zukünftig der Bedarf an Fachkräften für die Wirtschaft durch Unterstützung des zielgruppenspezifischen Ausbildungs- und Personalmarketings in ausreichendem Maß gedeckt werden kann.



## Kreative Lösungen/ Förderstrategie

Der Landkreis Cham ist dank **innovativer Netzwerkarbeit im Bereich der Berufsausbildung** heute hervorragend aufgestellt. Die **ausgeglichene Ausbildungsbilanz** der zurückliegenden Jahre schafft für Schulabgänger optimale Voraussetzungen für deren Einstieg in das Berufsleben.

Durch **schulische und außerschulische Informationsveranstaltungen** in den Betrieben sowie Praktika während des gesamten Schuljahres haben die Jugendlichen Gelegenheit, Berufsbilder unter realen Bedingungen kennenzulernen. Der Aufbau von langjährigen Kooperationen zwischen den Schulen und Betrieben führte eindeutig zu einer „win-win-Situation“ für alle Beteiligten. Die jeweiligen Partner verantworten gemeinsam einen **Übergangsprozess**, in dem die Jugendlichen bis zum Übergang der Absolventen von der Schule in die Ausbildung begleitet werden.

Besonders erfolgreich waren kreative Lösungsansätze bei Einzelprojekten insbesondere für Hauptschüler: CNC@school, vertiefte Berufsorientierung und Technik-Workshops für Mädchen ergänzen ideal von schulischer Seite die Berufsorientierung in den Betrieben.

## Zielsetzung

- Frühzeitige Orientierung beim Übergang von der Schule in die Ausbildung
- Übergangsbegleitung von leistungsschwächeren Schülern
- Deckung des Fachkräftenachwuchses für die regionalen Unternehmen
- Initiieren nachhaltiger und innovativer Ausbildungsstrukturen
- Aktiver Beitrag zum Regionalmanagement im Bildungsbereich

## Umsetzung

- Vorstandschafft und Lenkungsgruppe des Aktionskreises mit Agentur für Arbeit Cham
- Koordinierungsrunde zur Vorbereitung der jeweiligen Teilprojekte
- Organisation Sg. Wirtschaftsförderung und Regionalmanagement/ Landratsamt
- Ausbildungskonferenzen, Fachtagungen und Fachgespräche mit Ausbildern, Lehrern und Vertretern der Wirtschaft garantieren die Qualität bei der Umsetzung der Aktionen und dienen als Grundlage für die Weiterentwicklung der Projektarbeit
- Kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit zu Themen der beruflichen Bildung
- Unterstützung durch eigenen Internetauftritt [www.berufswahltag.de](http://www.berufswahltag.de)

**Berufswahltag - die bayernweit größte regionale Ausbildungsinitiative:  
Ein Zukunftsprojekt für alle Schulen im Landkreis Cham**

Alle Gymnasien, Realschulen und Hauptschulen (insgesamt 28 Schulen) werden pro Schuljahr in die Aktionsreihe einbezogen. Rund 400 Unternehmen beteiligen sich. Ausbildungsbetriebe aus allen Branchen sind mittlerweile mit langjährigen Partnerschaften direkt und dauerhaft mit den Schulen verbunden. **Bei der unmittelbaren Projektentwicklung steht die Förderung von Hauptschülern im Vordergrund (Bsp. Projekt CNC@school).**

Regelmäßige Aktionen: die jährliche Ausbildungsmesse AZUBI-live mit 1 500 Besuchern, die Studienwahlmesse ACADEMICUS-live, Informationstage zu den Metall-/Elektroberufen im Netzwerk Mechatronik, Handel und Handwerk, Baubegegnungstage, Girls Day und Technik-Workshops für Mädchen sowie Bewerbungstrainings und Kooperationsprojekte.

**Vertiefte Berufsorientierung – Chancen für Hauptschüler**

Der Schwerpunkt der Aktionen liegt in der Vermittlung von Hauptschülern. Hier sollen **leistungsschwächere Schüler der Hauptschule** im Wettbewerb mit Realschülern und Gymnasiasten Perspektiven in der Berufsausbildung bekommen. Der Aktionskreis und die Agentur für Arbeit haben dazu ein strategisches Langfristkonzept erarbeitet. Daraus werden folgende Projekte vorgestellt: CNC@school, vertiefte Berufsorientierung der Berufsberatung der Agentur für Arbeit, Berufsorientierungsseminare der Jugendbildungsstätte Waldmünchen sowie die Technik-Workshops der Berufsschule für Mädchen.

**Das Pilotprojekt CNC@school an den Hauptschulen**



**CNC@school ist ein Pilotprojekt der Johann-Brunner-Hauptschule Cham für alle Hauptschulen im Regierungsbezirk Oberpfalz und in der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit im EU-Projekt „impulz“ für die Mittelschulen in der**

**Region Domazlice und Klatovy (Tschechische Republik).** In Schülerwerkstätten mit moderner CNC-Ausstattung an den Hauptschulen soll das Interesse von Schüler und Schülerinnen mit praxisnahen Einblicken in technische Berufsfelder gezielt gefördert werden.

- (1) 5 Schulen im Landkreis mit modern ausgestatteten CNC-Werkstätten, 75.000 Euro Investitionskosten, davon 50 % durch Firmensponsoring
- (2) 2004: Start von CNC@school mit 18 SchülerInnen an der Hauptschule Cham
- (3) 2009: Pilotierung an allen Oberpfälzer Hauptschulen mit Aufbau des didaktischen Fortbildungskonzepts und der Ausbildung von Lehrkräften; Investitionen in die Ausstattung mit CNC-Maschinen ca. 150.000 Euro
- (4) Wissenschaftliche Begleituntersuchung optimiert Fortbildungskonzept
- (5) 2009 absolvierten 55 SchülerInnen das Pilotprojekt
- (6) 2010 beteiligten sich 47 SchülerInnen an der Hauptschule Cham
- (7) derzeit wird die Umsetzung an 12 tschechischen Mittelschulen durchgeführt
- (8) die überwiegend gewählten Berufe der Absolventen: Zerspaner, Kfz-Mechatroniker, Industriemechaniker, Anlagenmechaniker, Metallbauer, Elektroniker, Elektroinstallateur, Mechatroniker, Verfahrensmechaniker
- (9) Projektinitiator: Wirtschaftsförderungsgesellschaft im Landkreis Cham
- (10) Kooperationspartner: Firmen aus dem Netzwerk Mechatronik, Regierung der Oberpfalz, Aktionskreis e. V., VBM, Hauptschulen in der Region

**Alle Schüler aus den CNC-Kursen erhielten einen Ausbildungsplatz in der Region!**

Das sich schnell verändernde Bild von technischen Ausbildungsberufen und die damit verbundenen Anforderungen erfordern neue Wege bei der Vermittlung von zeitgemäßen Berufsvorstellungen.

Die Hauptschule fördert die **Ausbildungsreife** der Jugendlichen mit dem CNC-Projekt:

- Erwerb von Kernkompetenzen im Unterricht
- Schlüsselqualifikationen wie z.B. Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Genauigkeit und Teamfähigkeit
- Fachliche Fähigkeiten (Bedienen von CNC-Maschinen, Anwenden der Fachsprache der CNC-Technik und Wissen über betriebliche Fertigungsprozesse)

### Vertiefte Berufsorientierung am Berufsbildungs- und Technologiezentrum

Vertiefte Berufsorientierung wird seit 2 Jahren von der Agentur für Arbeit Cham/Schwandorf in Zusammenarbeit mit dem Technologiezentrum der Handwerkskammer in Cham angeboten. Die Aktion ist ein äußerst erfolgreiches **Berufsorientierungsprojekt der Berufsberatung der Agentur für Arbeit**. Die frühzeitige **Gewinnung von Nachwuchs im Handwerk** durch zielgruppenorientierte Bewerberansprache ist eine wichtige Zielsetzung.

Projektansätze der vertieften Berufsorientierung:

- Vertiefte Berufsorientierung für SchülerInnen der 8. Klassen aller Hauptschulen (jetzt Mittelschulen) in den Berufsfeldern Holz, Metall, Elektronik und Bau
- Ziel: handwerkliche Berufsfelder in Theorie und Praxis kennenlernen
- Teilnehmer pro Jahr: ca. 550 SchülerInnen der Hauptschule
- Dauer: 1 Woche im Berufsbildungs- und Technologiezentrum der Handwerkskammer
- Finanzierungsbeitrag der örtlichen Agentur für Arbeit jährlich: 60.000 Euro
- Intensiver Einsatz der ausbildungsbegleitenden Hilfen (abH) für Schüler mit schulischen Schwächen und sozialer Benachteiligung. Damit kommen nachweislich auch schwächere Jugendliche verbesserte Chancen auf einen Ausbildungsplatz.
- Teilnehmer an abH 2009/2010: 439 Jugendliche
- Erfolgsquote (2005 – 2010): 87 % - 95 % aller abH-Azubis schafften die Abschlussprüfung am Ende ihrer beruflichen Ausbildung.

### Berufsorientungsseminare an der Jugendbildungsstätte Waldmünchen

An der Jugendbildungsstätte Waldmünchen finden regelmäßig Berufsorientierungs-Ferienseminare (gefördert durch Europäischen Sozialfonds und Agentur für Arbeit) statt.

- „Check it“ zur Berufsorientierung (bis zu 120 Teilnehmer pro Jahr)
- Seminar „Mädchen und Technikberufe“ (bis zu 40 Teilnehmerinnen)

Die berufsbezogene Jugendbildung durch das Projekt „**Check it**“ findet großen Anklang. Als Inhalte werden Schlüsselqualifikationen, soziale Kompetenzen und Berufsorientierung vermittelt. „**Mädchen und Technikberufe**“ soll die Berufschancen

für Mädchen im gewerblich-technischen Bereich aufzeigen.

Hilfestellung durch die Seminare im Orientierungsprozess:

- (1) den passenden Beruf zu den eigenen Fähigkeiten und Interessen finden
- (2) Informationen zur Erstellung von Bewerbungsunterlagen
- (3) Training von Vorstellungsgesprächen

### Projektreihe Technik-Workshops für Mädchen seit 1998/ Girls Day

„Mädchen und Technik!“ Im Projekt **Girl´s Day** und bei den **Workshops für Mädchen** an der Berufsschule wird der Focus der geschlechtsspezifischen Berufswahl von Mädchen auf technische, informationstechnische und naturwissenschaftliche Berufe gelenkt. Zahlreiche Unternehmen im Landkreis Cham bieten jungen Frauen bereits seit 1998, also vor der offiziellen Einführung des bundesweiten Girls Day, die Möglichkeit, an diesen Aktionstagen in technische Berufsfelder hineinzuschnuppern – mit großem Erfolg: Über 90% der Mädchen beurteilen die auf sie zugeschnittenen Angebote als sehr positiv.

Sie können in technischen Tätigkeitsfeldern, die sie selbst als sehr abwechslungsreich und spannend empfinden, im Workshop ihre vorhandenen Begabungen testen.

Auch hier ergreift der Landkreis Cham die Initiative, um einen Fachkräftemangel durch **genderspezifische Informationsangebote** zu mindern. Dies wird von Firmen vor Ort massiv unterstützt, die weiblichen Bewerberinnen in Technik-Berufen seit Jahren sehr gute Berufsperspektiven bieten.

- (1) 14 Aktionen in Unternehmen und Hochschuleinrichtungen im Schuljahr 2009/2010
- (2) Organisation der Ausstellung »Vision 2027- Erfinde Deine Zukunft« zum Girls Day
- (3) Abschlussgesprächsrunde mit Akteuren zum Girls Day

Bemerkenswert ist, dass Teilnehmerinnen früherer Technik-Workshops, bei denen damals das Interesse auf einen technischen Beruf gelenkt wurde, nun bereits als Auszubildende in einem Elektronikberuf und zugleich als Referentinnen im Workshop eine wichtige Rolle als Multiplikatorinnen bei den Schülerinnen einnehmen.

## Ergebnisse

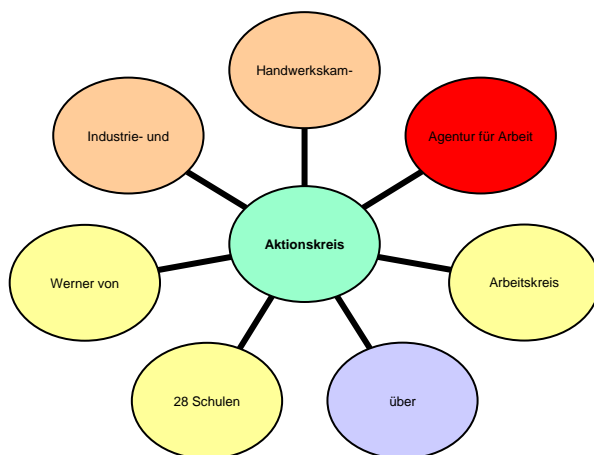
Als eindeutig positives Ergebnis der Ausbildungsinitiative des Regionalmanagements kann derzeit die **ausgeglichene Ausbildungsbilanz** und die bislang ausreichende Versorgung der Ausbildungsunternehmen mit Berufsanfängern angeführt werden. Insbesondere stieg die Zahl der **weiblichen Bewerber** für technische Berufe an. Elektronikerinnen sind unter den Top-10 der beliebtesten Ausbildungsberufe im Landkreis. Auch die **leistungsschwächeren Hauptschüler** werden im Rahmen der Hauptschulinitiative fit gemacht für das Berufsleben. So erhielten alle Teilnehmer des Projekts CNC@school bislang einen passenden Ausbildungsplatz.

## Erfolgsfaktoren

Als Erfolgsfaktoren in der Projektarbeit können folgende Komponenten genannt werden:

Langjährige intensive Netzwerkarbeit, Einbindung aller Akteure im Bereich Schule und Berufsbildung, Erfahrung bei der Koordination und Organisation im Regionalmanagement, regelmäßige Unterstützung durch den Verein „Aktionskreis“ in der finanziellen und organisatorischen Ausstattung der Projektarbeit.

## Einbeziehung von Stakeholdern



Die Projektbeteiligten sind in thematischen und regionalen Netzwerkstrukturen der beruflichen Bildung organisiert. Als aktive Netzwerkakteure sind zu nennen: Agentur für Arbeit, Arbeitskreis Schule und Wirtschaft, Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer, Kreishandwerkerschaft, Hotel- und Gaststättenverband, Verband der Bayerischen Metall- und Elektroindustrie, Wirtschaftsförderung/ Landratsamt Cham, Berufsschulen, sämtliche Haupt- und Realschulen, Gymnasien, Berufsoberschule, Volkshochschule und Berufsfachschulen.

## Übertragbarkeit

Das Projekt wird generell als übertragbar und transferfähig erachtet. Dieser Projektansatz wurde bei Evaluierungen bzw. Auszeichnungen wiederholt von externer Seite bestätigt.

### *Die Berufswahltag als „Best-practice“-Beispiel für regionales Ausbildungs-Netzwerk*

Das Bayerische Arbeits- und Sozialministerium beauftragte 2003 die polis+sinus Gesellschaft für Sozial- und Marktforschung mit der Evaluierung des Arbeitsmarktfonds-Projekts „Berufswahltag im Landkreis Cham“.

Ergebnis der Evaluierung: „Die Berufswahltag leben und sind im 10. Jahr ihres Bestehens auf dem besten Weg, sich zu einer umfassenden, bayernweit vorbildhaften und von vielen ehrenamtlichen Akteuren getragenen Ausbildungsinitiative mit Vorzeigecharakter zu entwickeln“.

### **Auszeichnungen als innovatives Ausbildungsprojekt**

#### **„Ausbildungsass“**

der Jungen Deutschen Wirtschaft (jdw) 2004 für vorbildliche Leistung als Ausbildungsinitiative

#### **Auszeichnung als Dekadeprojekt der Unesco**

Die Deutsche Nationalkommission der Unesco überreichte im Jahre 2007 die Auszeichnung als Dekade-Projekt „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ an die Ausbildungsinitiative Berufswahltag im Landkreis Cham.



### **Förderung aus Mitteln des Regionalmanagements Bayern**

Die Berufswahltag wurden 2008 offiziell in die Teilprojektliste in Ziel 3 / Regionalmanagement und in das grenzüberschreitende Aktionsfeld „impulz“ durch das Bayerische Wirtschaftsministerium aufgenommen.



Es ergab sich in der Folge der Projektarbeit ein nachweislicher Transfer von Ideen und Teilprojekten in andere Regionen, ebenso Kooperationen mit benachbarten Landkreisen („Ideen machen Schule“, Studienwahlmesse).



### **Externe Umfrage bei Mitgliedern des Aktionskreises**

„Die Berufswahltag sind für die Mitglieder des Vereins das bekannteste und wichtigste Projekt des Aktionskreises“ (96,8 % Bekanntheitsgrad und Befürwortung des Projekts).

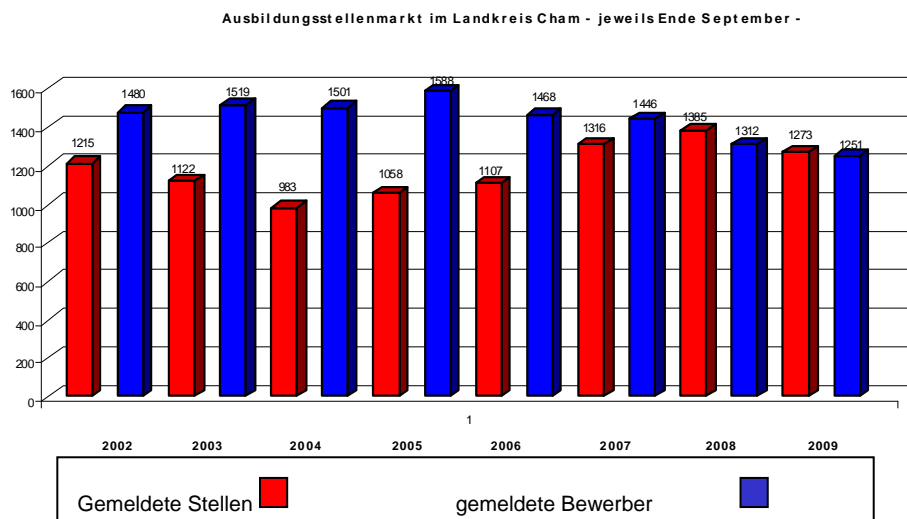
### **Zukunftsplanung**

Primäres Ziel: Nachwuchsgewinnung und Ausbildungsmarketing der Unternehmen branchenübergreifend zur Sicherung des Fachkräftenachwuchses unterstützen!

*Jeder Schulabgänger in Ausbildung ist wichtig für die regionale Wirtschaft!*

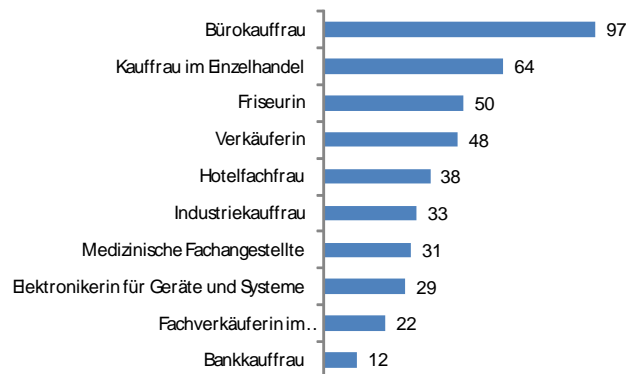
- Strategieentwicklung zur demografischen Entwicklung,
- Branchen- und zielgruppenorientierte Unterstützung im Ausbildungsmarketing,
- Gewinnung von Ausbildungsplätzen für leistungsschwächere Schüler,
- Vernetzung der regionalen Bildungslandschaft.

### **C. Projektergebnisse – Zahlen und Fakten zur Erfolgsmessung des Projekts Unbesetzte Stellen – Unversorgte Bewerber**



*Die Ausbildungsstellenbilanz stellt sich seit mehreren Jahren sehr ausgewogen dar.*

## Beste Berufsperspektiven in technischen Berufen für weibliche Bewerber



Mädchen streben vermehrt in Technikberufe: **Elektronikerinnen für Geräte und Systeme** sind im Landkreis Cham seit Jahren unter den „Top 10“ der Ausbildungsberufe.

Anteil der weiblichen Auszubildenden an der Werner-von-Siemens-Berufsschule Cham:

Berufe/ Anteil weiblicher Azubis in %	Berufsschule Cham (Schülerstatistik)	Bundesdurchschnitt (Erhebung BIBB)
Metallberufe Industrie/ Handwerk	6,16 %	2,7 %
Elektroniker	18,3 %	4,2 %

### Bilanz der jährlichen Berufswahltag

(1) Ausbildungsmesse AZUBI-live:	1.500 Schüler und 300 Eltern
(2) Studienwahlmesse ACADEMICUS-live:	1.200 Abiturienten
(3) ME-Elterninformationsabend:	500 Eltern mit Schülern
(4) Elternabende:	35 Abendveranstaltungen mit 580 Teilnehmern
(5) Berufserkundungen:	122 Betriebe mit 2.500 Schülern
(6) Tag des Handwerks:	90 Betriebe mit 230 Schülern
(7) Infotag zum Einzelhandel:	120 Schüler
(8) ME-Workshops:	48 Schüler
(9) Akademikertag für Abiturienten:	4 Info-Tage mit je 260 Abiturienten/Schüler
(10) Girls Day und Technik-Workshops:	250 Schüler
(11) Berufswahlseminare:	200 Schüler
(12) Seminare zur Bewerbung:	160 Teilnehmer (Jugendbildungsstätte)

Insgesamt werden pro Schuljahr in über 160 Aktionen rund 5.000 Schüler und 1.000 Eltern mit aktuellen Informationsangeboten zur Berufs- und Studienwahl erreicht.

Deutschland-  
Sieger  
2010/11

Kat. 2: "Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten"



**Baden-Württemberg: Connected e.V.:**

**Coach & Connect Plus+**

Postanschrift:	Baden-Württemberg: Connected e.V. Breitscheidstraße 4 70174 Stuttgart
Bundesland:	Baden-Württemberg
Web-Adresse:	<a href="http://www.bwcon.de">http://www.bwcon.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Dr. Andreas Findeis Projektleiter Coach & Connect Plus+
Telefon:	0711-90715-502
Fax:	0711-90715-550
e-mail:	<a href="mailto:afindeis@bwcon.de">afindeis@bwcon.de</a>
Zeitplan:	Projektlaufzeit: 01.09.2008 - 31.08.2011 <b>Coach &amp; Connect Plus+</b> ist das Nachfolgeprojekt des Pilotprojekts <b>Coach &amp; Connect</b> , das bereits im Zeitraum 2005-2007 durch das Land Baden-Württemberg mit Mitteln des ESF gefördert wurde. Für <b>Coach &amp; Connect</b> wurde bwcon im bundesweiten Wettbewerb „Kompetenznetz 2008“ vom Bundeswirtschaftsminister für den besten Netzwerkservice ausgezeichnet. <u><b>Erfolgbilanz Coach &amp; Connect:</b></u> Rund 300 Intensivberatungen mit innovativen Gründern und jungen Unternehmen 57 Veranstaltungen zu unterschiedlichen Management- und Technologiethematen mit rund 1.900 Teilnehmern und 129 Referenten aus Wirtschaft und Wissenschaft

## A. Kurze Organisationsbeschreibung

Baden-Württemberg: Connected e. V. (bwcon) ist die führende Wirtschaftsinitiative zur Förderung des Innovations- und Hightech-Standorts Baden-Württemberg. Die rein aus Mitgliedsbeiträgen finanzierte Initiative verbindet über 480 Unternehmen und Forschungseinrichtungen. Mehr als 4.600 Experten profitieren von der systematischen Vernetzung über die bwcon-Plattform. Die thematischen Schwerpunkte liegen in der Informations- und Kommunikationstechnologie (ITK), dem Bereich Health Care und der Kreativwirtschaft. Das Engagement von über 30 Vertretern der Mitgliedsunternehmen im ehrenamtlichen Vorstand und in den Boards der einzelnen Arbeitsbereiche gewährleistet einen engen Bezug zu den Bedürfnissen der Wirtschaft. Das Netzwerk fördert mit dem Projekt **Coach & Connect Plus+** Gründer sowie junge und wachsende Unternehmen mit umfangreichen Beratungs- und Coachingangeboten, Veranstaltungen und Seminaren.

## B. Projektbeschreibung

### a) Ausgangslage

Wirtschafts- und Finanzmarktkrise, Auftragsrückgänge, Umsatz- und Gewinnverluste sowie krisenbedingte Neustrukturierungen sorgen bei Gründern und Jung-Unternehmern für eine Verunsicherung über langfristige Entwicklungs- und Zukunftschancen. Eine seit Jahren anhaltende Abnahme der Gründungsintensität in Deutschland ist die Folge. Akuten Anlass zur Besorgnis gibt ein Abwärtstrend im Bereich der Spitzentechnologien und technologieorientierten Dienstleistungen: Im Jahr 2008 erreicht die Anzahl an Hightech-Gründungen einen Rückgang um 11% und damit einen neuen Tiefpunkt. Den Innovations- und Technologiestandort Baden-Württemberg hat das schwer getroffen: Im Vergleich mit anderen Bundesländern hat Baden-Württemberg seinen Spitzenplatz im Bereich Existenzgründungen in der forschungsintensiven Industrie und bei technologieorientierten Dienstleistungen eingebüßt. In Anbetracht der langfristig positiven Auswirkungen von innovativen Unternehmensgründungen auf Wettbewerbsfähigkeit, Wirtschaftswachstum und Strukturwandel ist darüber hinaus zu befürchten, dass die sinkende Gründungsdynamik das Leistungspotenzial der regionalen und nationalen Wirtschaft im erheblichen Ausmaße beeinträchtigt.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Vgl.: Studie des ZEW in Zusammenarbeit mit Microsoft: *High-Tech-Gründungen in Deutschland*. Juli 2009.

Neben der allgemein herrschenden Verunsicherung lassen sich die konkreten Probleme von Gründern und Jung-Unternehmern wie folgt zusammenfassen:

- Mangel an kaufmännischer Erfahrung, praktischem Fachwissen und Managementqualitäten
- schwierige Akquise von finanziellen Mitteln (insbesondere Gründungs- und Frühphasenfinanzierung)
- fehlende Übersicht über Investoren
- Schwierigkeiten bei der Überführung technologiebasierter Ideen in marktfähige Produkte
- fehlende Transparenz bei Ansprechpartnern für innovative Geschäftsmodelle

Die Erfahrungen des Pilotprojekts **Coach & Connect** (2005 – 2007) zeigen ferner, dass ein branchenspezifischer Unterstützungsbedarf von Gründern und jungen Hightech-Unternehmen vor allem bei Fragen der strategischen Ausrichtung und der Etablierung am Markt besteht.

### **b) Kreative Lösungen / Förderstrategie**

Mit dem landesweiten Projekt **Coach & Connect Plus+** bietet bwcon innovativen Gründern und jungen, expandierenden Hightech-Unternehmen aus Baden-Württemberg ein umfangreiches und netzwerkbasierendes Service-Angebot. Ziel ist es, innovative Technologieunternehmen branchenspezifisch und zielgerichtet in den unterschiedlichen Phasen ihres Unternehmensaufbaus – von der Gründung bis hin zur Expansion – zu unterstützen.

Das Programm setzt sich aus verschiedenen, aufeinander aufbauenden Modulen zusammen, die von Gründern und Unternehmern in unterschiedlichen Entwicklungsphasen genutzt und kombiniert werden können. Die Netzwerkakteure (bwcon-Mitglieder und Kooperationspartner: Unternehmer, Manager, Investoren) werden aktiv in das Unterstützungsprogramm eingebunden. Die Konzeption und Umsetzung der Maßnahmen erfolgt außerdem in enger Abstimmung mit regionalen Gründer- und Technologienetzwerken. Dadurch wird ein hoher Praxisbezug sichergestellt und es können individuelle Unterstützungsansätze für sehr spezifische Problem- und Fragestellungen sowie ein breites Spektrum an Technologieexpertise und Branchenkenntnissen angeboten werden.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Vgl.: Übersicht **Coach & Connect Plus+** (Anlage 1).

### c) Zielsetzung

Übergeordnetes Ziel von **Coach & Connect Plus+** ist die Förderung von erfolgreichem Unternehmertum im baden-württembergischen Hightech-Umfeld. Potenzielle Gründer und Unternehmer sollen zu einer Existenzgründung ermutigt werden, indem das dazugehörige kaufmännische Know-how sowie die benötigten fachlichen Fertigkeiten vermittelt werden. Langfristig soll eine unternehmerische Denkweise und Kultur gefördert und etabliert werden, indem zu mehr Kreativität, Innovation und Risikobereitschaft angeregt wird.

Im Einzelnen verfolgt **Coach & Connect Plus+** die folgenden Ziele:

- Erhöhung der Zahl nachhaltiger Existenzgründungen durch eine Förderung der erfolgreichen Etablierung von innovativen Geschäftsmodellen am Markt
- Vernetzung von Unternehmern, die ein Geschäft gründen, entwickeln oder erweitern, mit erfahrenen Managern, Kooperationspartnern, Investoren und Coaches
- Verbesserung von Finanzierungsmöglichkeiten
- Aufbau und Festigung von dauerhaften Netzwerkstrukturen in der Wirtschaft des Landes

Die primären Zielgruppen bilden Ausgründungen aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen, Spin-offs aus KMU und Großunternehmen sowie Start-ups im Hightech-Umfeld und junge Technologieunternehmen. Das Projekt fokussiert sich damit auf wachstumsstarke Gründungsprojekte sowie KMU, die durch direkte Beschäftigungseffekte und Multiplikatorwirkungen stärkere Beiträge zur gesamtwirtschaftlichen Beschäftigungssituation und zum technologischen Fortschritt leisten. Der Struktur und den Schwerpunkten des bwcon-Netzwerks entsprechend werden vor allem Unternehmen aus dem Hightech-Umfeld und aus den Technologiefeldern ITK und Kreativwirtschaft unterstützt.

### d) Umsetzung

Das Programm besteht aus methodisch und didaktisch unterschiedlichen Einzelmodulen, die aufeinander abgestimmt sind und je nach Bedarf kombiniert werden können. Die Unterstützungsleistungen lassen sich in drei Bereiche aufgliedern:

#### (1) Beratung und Coaching

- Kurz- und Intensivberatungen: Prüfung von Gründungsvorhaben und Geschäftskonzept, Ermittlung von Entwicklungsstand und Unterstützungsbedarf, Ausarbei-

tung eines individuellen Beratungs- und Coaching-Fahrplans durch die bwcon Geschäftsstelle.

- **bwcon: Coaching Group:** Individuelle Coachings durch eine hochkarätige Beratergruppe mit ehemaligen Top-Managern und Unternehmern, die nach erfolgreicher Karriere ihr Wissen weitergeben. Im Mittelpunkt des Angebots stehen Beurteilungen des Geschäftsmodells, projektbezogene Beratung oder befristete Management-Aufgaben.
- **Fit for Pitch:** Ein Coach mit umfangreichen Erfahrungen in VC-Finanzierungen vermittelt Präsentationskompetenzen zur Vorbereitung auf Matching-Veranstaltungen zur Kapital- und Kundenakquise.
- **High-Tech Gründerfonds-Sprechtage:** Persönliche Beratungsgespräche für Gründer und Projektteams mit Investmentmanagern des HTGF.

## **(2) Vermittlung zu Kapitalgebern und Kooperationspartnern**

- Venture Capital-Stammtische: Networkingplattform für Gründer und Investoren inkl. Impulsvortrag rund um finanzierungsrelevante Themenstellungen.
- Pitch- und Speed Dating-Formate: Matching von Unternehmern mit potenziellen Kunden und Investoren zur Initiierung von Kooperationen. Gründer und Unternehmer präsentieren sich der Öffentlichkeit, bewerben ihre Geschäftsidee und messen den eigenen Marktwert.
- Special Interest Groups (SIGs) zu den Themen Bio IT, Customer Relationship Management, eHealth, IT-Outsourcing and Governance, IT-Recht, Social Media und Software-Kooperationen zur Erarbeitung gemeinsamer Strategien sowie zur Planung von Expertenforen und Fachkongressen.

## **(3) Qualifizierungs- und Informationsveranstaltungen**

- Businessplantrainings: Individuelle Anleitung zur Erstellung von systematischen, überzeugenden und vollständigen Businessplänen.
- Intensiv-Workshops und Seminare: Veranstaltungen mit professionellen Trainern und erfahrenen Unternehmern aus dem bwcon-Netzwerk zu thematischen Schwerpunkten (z.B. Vertrieb und Marketing, Recht, Präsentationstechniken).
- Business Roundtables: Abendveranstaltung mit Erfahrungsberichten aus der Praxis zu einem Schwerpunktthema (z.B. Markteintritt, Finanzierung, Vertrieb) inkl. Dialog, Diskussion und Get Together mit erfolgreichen Gründern, Unternehmern, Mentoren und Kapitalgebern.
- Entrepreneurship-Podiumsdiskussionen: Erfolgreiche Unternehmer berichten „von der Lust ein Entrepreneur zu sein“. Im Mittelpunkt stehen gründerrelevante Themen, von der Motivation bis hin zu den erlebten Rückschlägen. Für potenzielle Gründer und Gründungsinteressierte aus Hochschulen wird so die Alternative eines eigenverantwortlichen unternehmerischen (Berufs-) Lebens greifbar gemacht und das Interesse am „Unternehmer sein“ geweckt.

## e) Ergebnisse

Die ausführlichen Ergebnisse werden unter **3. Projektergebnisse** vorgestellt.

## f) Erfolgsfaktoren / Einbeziehung von Stakeholdern

Zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren zählt die systematische und interdisziplinäre Vernetzung: bwcon verbindet mehr als 480 Mitglieder, 4.600 Experten, 51 Forschungseinrichtungen und Hochschulen, 93 Gründer und Start-ups, 15 Netzwerk- und Kooperationspartner sowie rund 40 Wirtschaftsvertreter. Damit einher geht die enge Abstimmung mit regionalen Gründer- und Technologiennetzwerken (z.B. MAFINEX Mannheim, CyberForum Karlsruhe, BioRegio STERN Stuttgart) sowie die Kooperation mit weiteren Partnern (z.B. Hightech Award Cyber-One, High-Tech Gründerfonds, Heidelberger Innovationsforum, Microsoft-Gründerinitiative "unternehm was.", Startup Programm "BizSpark", Business Angels Region Stuttgart).

Zentraler Erfolgsfaktor ist darüber hinaus die gezielte Einbeziehung von Stakeholdern des bwcon-Netzwerks. Das ehrenamtliche Engagement des bwcon-Vorstands und der bwcon: Coaching Group vereint Manager und Unternehmer mit ausgewiesener Expertise (Strategie, Business Development, Internationalisierung, Forschung & Entwicklung, Vertrieb & Marketing, Fertigung/Supply Chain, Finance/Legal, Restrukturierung) in allen relevanten Industrien (IT, Elektrotechnik/Elektronik, Telekommunikation, Maschinenbau, Mechatronik, Automotive, Medizintechnik, Life Science, Clean Tech, Kreativwirtschaft).

## h) Übertragbarkeit

**Coach & Connect Plus+** hat sich in Baden-Württemberg als sehr erfolgreiches Projekt mit nachweisbaren Erfolgen etabliert.<sup>3</sup> Eine Übertragung des Ansatzes auf andere europäische Regionen ist denkbar und sinnvoll, da Jung-Unternehmer über das vielfältige Veranstaltungs- und Informationsprogramm, die Qualifizierungsangebote sowie durch die Vermittlung an erfahrene Unternehmer wirksam und nachhaltig unterstützt werden.

---

<sup>3</sup> Vgl.: Erfolgsgeschichten aus **Coach & Connect Plus+** (Anlage 2).



In Planung ist derzeit die Überführung der Erfahrungen aus **Coach & Connect Plus+** als „Best Practice Modell“ in den Austausch mit anderen Gründer- und Netzwerkiniciativen auf nationaler und europäischer Ebene. Bereits in der vergangenen Förderperiode wurde das Pilotprojekt **Coach & Connect** Experten auf nationaler Ebene (z.B. im Rahmen der Jahreskonferenz von Kompetenznetze Deutschland) und europäischen Experten (z.B. im Rahmen von Delegationsbesuchen der MFG Baden-Württemberg) vorgestellt.

Weiterhin bringt bwcon Ergebnisse von **Coach & Connect Plus+** bei Bedarf als Input in universitäre Forschungsprojekte (z.B. im Rahmen von Abschlussarbeiten) zu den Themen Unternehmensgründungen und Gründungsunterstützung ein.

### i) Zukunftsplanung

Bereits das Pilotprojekt **Coach & Connect** hat sich bewährt. Aus diesem Grund wurde es 2008 als **Coach & Connect Plus+** fortgesetzt und nach einem sehr guten Start gezielt um einzelne Unterstützungsformate (z.B. Pitch und Speed Dating) erweitert. Die Zusammensetzung der bwcon: Coaching Group wird regelmäßig aktualisiert, um eine möglichst aktive Beteiligung der Coaches sicherzustellen.

**Coach & Connect Plus+** gewährleistet die Sicherung der eigenen Projektergebnisse durch die Einbindung der unterstützten Unternehmen in das bwcon-Netzwerk. Das Projekt bietet durch vielfältige Veranstaltungsformate, Mentorenprogramm und Arbeitsgruppen eine ideale Plattform zur Knüpfung informeller Kontakte, die das Entstehen und Pflegen langfristiger Kontaktbeziehungen fördern. Dadurch entstehen Kooperationen, die über die Laufzeit des Projekts hinaus Bestand haben. Diese tragen zum weiteren Wachstum und zur Erhöhung der Bestandssicherheit junger Technologieunternehmen bei.

Ferner soll das Unterstützungsprogramm von **Coach & Connect Plus+** soweit etabliert werden, dass einzelne Bestandteile über die Projektlaufzeit hinaus fortgeführt werden können. Diverse Veranstaltungsformate sollen in das reguläre bwcon-Veranstaltungsprogramm über- und dort weitergeführt werden. Dadurch können Qualifizierungs-, Informations- und Vernetzungsleistungen für junge Technologieunternehmen auch über die Projektlaufzeit hinaus angeboten werden.

Zur Sicherung der Ergebnisse der Arbeitsgruppen (SIGs) ist die Erarbeitung und Veröffentlichung von Best Practice-Leitfäden bzw. Dokumentationen geplant. Die

Ergebnisse aus den Informationsveranstaltungen (z.B. Business Roundtable) werden zudem durch redaktionelle Nachberichte professionell aufbereitet und so einer größeren Zielgruppe zugänglich gemacht.

Bereits in Planung befindet sich außerdem ein neues Online-Portal mit umfangreichen Social Software-Funktionalitäten zur weiteren Vernetzung.

## C. Projektergebnisse

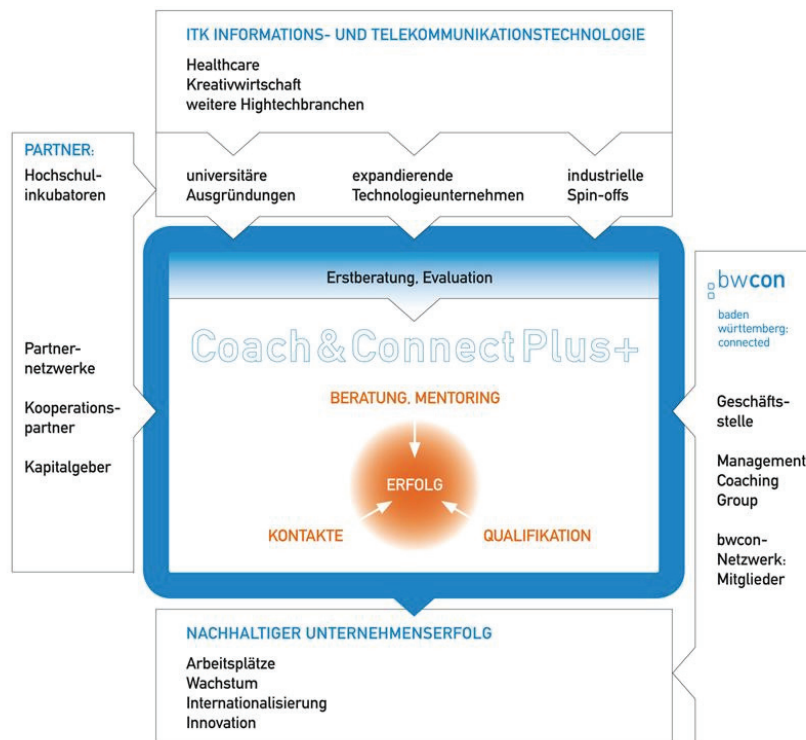
### 2009

- rund **460 Beratungen**, davon rund 60 Intensiv-Beratungen und rund 400 Kurzberatungen junger Unternehmen und Gründer
- die **bwcon: Coaching Group** umfasst 27 ehemalige und aktive Geschäftsführer und Vorstände aus dem Hightech-Umfeld, von denen 5 Coaches als Betreuung-coach beim High-Tech Gründerfonds akkreditiert sind
- **32 Veranstaltungen** zu unterschiedlichen Management- und Technologiethemata mit 894 Teilnehmern und 64 Referenten aus Wirtschaft und Wissenschaft, darunter 5 Seminare und 5 Intensiv-Workshop, 9 Business Roundtables, 5 VC-Stammtische, 3 Businessplantrainings, 2 Fachforen, 1 Kreativ-Pitch, 1 Entrepreneurship-Veranstaltung und 1 Speed Dating (Software-Kooperationen)
- **7 Special Interest Groups (SIGs)** zu den Themen Bio IT, Customer Relationship Management (CRM), eHealth, IT-Outsourcing and Governance, IT-Recht, Social Media und Software-Kooperationen, die rund 129 Unternehmen und Experten vernetzen, wichtige Geschäftskontakte vermitteln, Fachforen organisieren sowie Kooperationen und Erfahrungsaustausch initiieren
- über **250.000 Zielgruppenkontakte** durch Info-Mails zu Aktivitäten im Rahmen von **Coach & Connect Plus+**, Broschüren, den monatlichen bwcon: Newsletter, den monatlichen bwcon: Eventnewsletter, den Internetauftritt des Projekts auf der Website von bwcon sowie durch persönliche Ansprache
- Intensivierung der Kooperation mit der **Startup-Programm „BizSpark“** von Microsoft, durch die 22 Gründern und jungen Unternehmern der kostengünstige Zugriff auf aktuelle Microsoft-Tools und -Technologien sowie Lizenzen für den Produktivbetrieb gehosteter Lösungen ermöglicht wird
- Fortführung der Zusammenarbeit mit dem **High-Tech Gründerfonds (HTGF)** im Rahmen gemeinsam organisierter Sprechtag für insgesamt 18 Gründerteams sowie weiterer Veranstaltungen
- Kooperation mit der **KfW** in Form einer gemeinsamen Informationsveranstaltung zu Finanzierungsinstrumenten für innovative Unternehmensgründungen
- Kooperation mit dem **Seedfonds BW** durch die Vermittlung von Coaches für interessierte Gründungen und Maßnahmen zur besseren Vermarktung des neu geschaffenen Frühphasenfonds

## Bis September 2010

- insgesamt **403 Beratungen**, davon 33 Intensivberatungen und 370 Kurzberatungen
- Vermittlung von **34 Gründern/Unternehmen** an einen Mentor der bwcon: Coaching Group
- **3 High-Tech Gründerfonds-Sprechtage** mit 15 Gründern bzw. Gründerteams
- erfolgreiche Vermittlung von **3 Gründungen** an einen Investor (1 Business Angel, 1 Finanzinvestor, 1 strategischer Investor)
- rund **30 Veranstaltungen** mit rund 800 Teilnehmern und 50 Referenten, darunter unter anderem 11 Business Roundtables, 5 Seminare, 3 VC-Stammtische, 1 Entrepreneurship-Veranstaltung und 1 Fachforum
- **7 Special Interest Groups Groups (SIGs)** zu den Themen Bio IT, Customer Relationship Management (CRM), eHealth, IT-Outsourcing and Governance, IT-Recht, Social Media und Software-Kooperationen
- über **165.000 Zielgruppenkontakte**
- in Kooperation mit verschiedenen Partnern, unter anderem LBBW Venture Capital GmbH, MBG, CyberForum Karlsruhe und BioRegio STERN, wird im Herbst 2010 eine **Gründer-Roadshow inkl. Businessplantrainings** an 8 Orten in Baden-Württemberg durchgeführt.

## Übersicht: **Coach & Connect Plus+**



**Good Practice  
2010/11**

Kat. 2: "Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten"



**jumpp – Ihr Sprungbrett in die Selbständigkeit –  
Frauenbetriebe e.V.:**

**PiA – Migrantinnen fit für den Arbeitsmarkt**

Postanschrift:	jumpp – Ihr Sprungbrett in die Selbständigkeit – Frauenbetriebe e.V. Hamburger Allee 96 60486 Frankfurt
Bundesland:	Hessen
Web-Adresse:	<a href="http://www.jumpp.de">http://www.jumpp.de</a> <a href="http://www.pia-frankfurt.de">http://www.pia-frankfurt.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Brigitte Corpataux Projektleiterin PiA
Telefon:	069-71589550
Fax:	069-715895529
e-mail:	<a href="mailto:brigitte.corpataux@jumpp.de">brigitte.corpataux@jumpp.de</a>
Zeitplan:	PiA gibt es seit 2006. Im Januar 2010 wurde das Projekt neu gestartet. Ein Eintritt ist jederzeit möglich.

## **A. Kurze Organisationsbeschreibung**

### ***Seit 26 Jahren: Frauen fit für die eigene Firma machen***

Seit 1984 begleitet jumpp – *Ihr Sprungbrett in die Selbständigkeit – Frauenbetriebe e.V.* selbständige Frauen vor und bei der Gründung sowie in der Aufbauphase: mit Coachings, Seminaren, Netzwerk und Projekten. In der Beratung werden die wirtschaftlichen Aspekte eines Vorhabens aber auch die persönlichen Lebensumstände der Frauen betrachtet – das ist der sozioökonomische Ansatz des Vereins. Ferner erhalten Unternehmerinnen themenspezifische Beratungen und Qualifizierungen in Form von Fachmodulen: gebündelte Kompetenz aus einem Berater-Netzwerk, z. B.

für Akquise, Finanzierung oder Geschäftspartnerschaften. Inzwischen hat sich jumpp als Experte im Bereich der weiblichen Selbständigkeit etabliert - regional so wie bundes- und europaweit.

## **B. Projektbeschreibung**

### **Das interkulturelle Projekt: „PiA Migrantinnen fit für den Arbeitsmarkt“**

#### ***Den passenden Job dank individueller Förderpläne finden***

Ein gemeinsames Projekt von jumpp – *Ihr* Sprungbrett in die Selbständigkeit - Frauenbetriebe e.V. und beramí – berufliche Integration e.V. im Auftrag der Stadt Frankfurt. Arbeitslosengeld II (ALG-II)-Empfängerinnen mit Migrationshintergrund, die gerne (wieder) arbeiten möchten und/oder keine Stelle passend zu ihrer Qualifikation finden, entdecken durch diese Qualifizierungsmaßnahme ihre Berufsziele, Stärken, Potenziale und auch, wo sie ihre Qualifikation anbieten können - insbesondere, wenn sie sich für die berufliche Selbständigkeit entscheiden. Da es keine "typische Migrantin" gibt, erhält jede Frau individuelle Beratung und Förderung. Ziel der modular aufgebauten Qualifizierung ist ihnen den Weg in den ersten Arbeitsmarkt zu ermöglichen: mit Coaching, Beratung, Qualifizierung und bei Bedarf mit psychosozialer Beratung.

### **Ausgangslage**

#### ***Migrantinnen haben es schwerer, sich am Arbeitsmarkt zu behaupten***

In der Wirtschaft sind motivierte und qualifizierte Kräfte gefragt und die Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt ist groß: Der Aspekt der Interkulturalität kann bei der Jobsuche ein wichtiger Bestandteil – und Vorteil - sein. Die langzeitarbeitslosen Frauen mit Migrationshintergrund haben es Untersuchungen zur Folge immer schwerer, sich im Arbeitsmarkt zu behaupten. Oft sind es neben genügenden Deutschkenntnissen auch verschiedene persönliche Probleme und Belastungen, die sich hemmend auf eine erfolgreiche Suche nach dem passenden Job auswirkt. Dabei sind es oft kleine erste Schritte, die die Frauen motivieren und stärken. Die Teilnahme an PiA gleicht Defizite aus, stärkt die vorhandenen Ressourcen und verhilft zu einem besseren Selbstbewusstsein. Sie sehen sich als Mitbürgerinnen der Gesellschaft, von deren Kompetenzen viele Unternehmen profitieren können. Sie wägen ebenfalls ab, ob sie sich als Gründerin eignen.

## Herausforderungen und Zielgruppe

### ***Unausgeschöpftes wirtschaftliches und gesellschaftliches Potenzial***

Das Rhein-Main-Gebiet ist eine Einwanderungsregion, die Mainmetropole eine multikulturelle Stadt par excellence. Es besteht daher ein großes wirtschaftliches und gesellschaftliches Potenzial bei der Bevölkerung mit Migrationshintergrund, insbesondere bei Frauen. Dennoch wird dieses nicht ausgeschöpft, vor allem weil die ausländischen Abschlüsse oft nicht anerkannt werden. Darüber hinaus benötigen Migrantinnen aufgrund des Wandels von einer Produktions- zu einer Wissensgesellschaft hohe Qualifikationen, um sich beruflich behaupten zu können.

### ***Unternehmergeist von arbeitslosen Migrantinnen, die (wieder) arbeiten wollen, fördern***

ALG-II-Empfängerinnen mit Migrationshintergrund, die gerne (wieder) arbeiten möchten und/oder keine Stelle passend zu ihrer Qualifikation finden. Vor allem werden Wiedereinsteigerinnen und alleinerziehende Migrantinnen angesprochen. Die Zielgruppe zeichnet sich in der Regel aus durch:

- langjährige Berufserfahrung und -kompetenzen ohne adäquate Anerkennung
- keine Berufserfahrung, keine Ausbildung
- Mutlosigkeit und Resignation aufgrund mangelnder Perspektiven oder den Verlust des Arbeitsplatzes
- kaum Aussicht auf eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung, die der Qualifikation entspricht.

## Zielsetzung, kreative Lösungen und Umsetzung

### ***Diversity als Alleinstellungsmerkmal und Marktchance***

Übergeordnetes Ziel ist die Erhöhung der Integrationschancen dieser Frauen auf dem Arbeitsmarkt sowie die Stärkung ihrer Eigeninitiative und Motivation. Das eigene Kompetenzprofil wird mit Akquisestrategien und realistischen Handlungsempfehlungen individuell herausgearbeitet und am Arbeitsmarkt vermarktet – bzw. Gründungsinteressierte werden auf ihrem Weg in die Selbständigkeit begleitet.

## **Vorgehensweise**

Mit individuellen Förderprogrammen und modular aufgebauter Qualifizierung erhalten sie zielgerechte Vermittlung von Kompetenzen: Assessments, Qualifizierungen, Coachings und psychosoziale Beratung erleichtern ihren Weg in den ersten Arbeitsmarkt. Sie haben bessere Chancen, ihren eigenen Arbeitsplatz als Selbständige zu schaffen oder einen passenden Job zu finden.

Mit den interessierten Frauen wird vorgängig in einem **Erstgespräch** eine Eignung für die anschließende Assessmentwoche festgestellt. Dabei stehen die Deutschkenntnisse wie auch die berufliche Zielausrichtung im Vordergrund.

In der **Assessmentwoche** wird ein Anforderungsprofil erstellt. Dieses dient zur Eignungsfeststellung für die Teilnahme an den weiteren Qualifizierungsmodulen.

Die **Qualifizierungsmodule** sind modular aufgebaut und unterstützen eine zielgerechte Förderung der Migrantinnen. Alle vier Module (Förderung der beruflichen Deutsch- und EDV-Kenntnisse, Kompetenzprofil und Eigeninitiative, Stellenakquise und Vermarktung des Kompetenzprofils) werden 1 bis 2 Mal im Jahr angeboten. Die Module dienen der Stärkung und Erweiterung der eigenen Fähigkeiten und der Kompetenzvermittlung.

Während des ganzen PiA-Programms erhalten die Migrantinnen individuelle **Coachings**: Entwicklungsschritte werden dokumentiert und neue und erreichbare Ziele gemeinsam mit den Frauen erarbeitet und vertieft.

In den zusätzlich angebotenen **psychosozialen Beratungen** erhalten Frauen emotionale Stabilisierung, die hemmenden Faktoren werden angesprochen und eine Lösung wird gesucht.

Auch nach einer Integration in den Arbeitsmarkt können **Coachings und Beratungen** in Anspruch genommen werden: z. B. bei Problemen am Arbeitsplatz.

Dies dient der **Nachhaltigkeit** und dem Erhalt der Motivation der Frauen, sich weiterhin aktiv um eine Unternehmensgründung, einen Job oder eine entsprechende Weiterbildung zu bemühen.

Insgesamt schafft die Abwechslung von gesteuerten Gruppen- und Qualifizierungsphasen mit individuellen Coaching- und Beratungsgesprächen eine sinnvolle und flexible Basis.

## **Netzwerk und Kooperation mit Unternehmen**

Unternehmen und Organisationen werden auf Kooperationsmöglichkeiten angesprochen, um den Teilnehmerinnen den Einstieg in Praktika, Arbeit auf Probe usw. zu erleichtern. Fraport AG, Lufthansa, Ikea, Deutsche Bank haben wir bereits als Kooperationspartner gewinnen können.

„PiA Migrantinnen fit für den Arbeitsmarkt“ nutzt ebenfalls Vernetzungsmöglichkeiten: Die PIA-Homepage [www.pia-frankfurt.de](http://www.pia-frankfurt.de) bietet z. B. ein interaktives Forum zum Austausch und der PIA-Newsletter mit Best Practice-Beispielen und Informationen dient der Vernetzung und Bekanntmachung des Projekts.

## **Erfolgsfaktoren**

### **Individuelle Förderpläne mit den Teilnehmerinnen gestalten**

Teilnehmerinnen finden konkrete Antworten auf folgende grundlegende Fragen:

- Welche Kompetenzen und persönliche Eigenschaften habe ich?
- Welcher Job passt zu mir?
- Wo wird meine vorhandene Qualifikation benötigt?
- Welche Qualifikation benötige ich noch?
- Wie finde ich den richtigen Job?

Nicht nur die Herkunftsländer und Sprachen, sondern auch die Bildungsniveaus der Frauen sind unterschiedlich. Hinzu kommt, dass viele Migrantinnen mit besonderen psychosozialen Schwierigkeiten konfrontiert sind. **Deshalb benötigt jede Migrantin individuelle Förderung und Beratung. Die Frauen bekommen auch durch prozessbegleitende Coachings schneller Erfolgsergebnisse.** Durch die psychosoziale Beratung bemüht sich PiA, alle störenden Faktoren zu eliminieren und stabilisiert die Teilnehmerinnen auch emotional.

## **Einbeziehung von Stakeholdern**

### **Ein breitgefächertes und langjähriges Netzwerk von Akteuren aus Wirtschaft und Politik**

Die Projektleitung und -mitarbeiterinnen innerhalb beider Vereine (jump und beramí) sowie die freien Projekt-Mitarbeiterinnen haben eine bedeutende Rolle als Stakeholder in der positiven Umsetzung des Projekts.



jumpp arbeitet seit Gründung mit lokalen Förderern sowie Akteuren aus Wirtschaft und Arbeitsmarkt zusammen: das Hessische Wirtschaftsministerium, das Frauenreferat der Stadt Frankfurt sowie das Europäische Sozialfonds ESF fördern insbesondere das Projekt „PiA Migrantinnen fit für den Arbeitsmarkt“.

Die Aktivitäten des Vereins, und somit das Projekt „PiA Migrantinnen fit für den Arbeitsmarkt“, sind in „Das Netz“, eine Initiative für ein Gründerinnen freundlicheres Klima im Rhein-Main-Gebiet, eingebunden. „Das Netz“ wurde bereits in 1999 durch jumpp initiiert. Es bündelt das Know-how der wichtigsten Beratungsinstitutionen: IHK, Frauenreferat, Wirtschaftsförderung, lokale Arbeitsverwaltung, RKW Hessen, Banken, jumpp und Kompass, das Existenzgründungszentrum der Stadt Frankfurt.

jumpp ist Gesellschafter in der Geschäftsführung des Gründungszentrums Kompass GmbH. Mitgesellschafterin ist die Wirtschaftsförderung Frankfurt GmbH. Weitere Partner sind die Stadt Frankfurt und die Arbeitsagentur Frankfurt.

Das Netzwerk ist aber auch regional und bundesweit aufgespannt: jumpp ist regionalverantwortliche Stelle der bundesweiten Gründerinnenagentur (bga) in Hessen, Gründungsmitglied von Weiterbildung Hessen e.V. und auch zertifiziert. Der Verein nimmt an weiteren Netzwerken teil, z. B. als Vorstandsmitglied in der Fachhochschule Frankfurt oder als Mitglied im Deutschen Gründerinnen Forum e.V. Er hat auch ein eigenes Netz, das UFO - Unternehmerinnenforum RheinMain mit ca. 1000 Frauen in der Datenbank.

## **Zukunftsplanung**

### ***Zukünftig neue Existenzgründungsmodule in Altenpflege und Kinderbetreuung***

Der Bedarf ist groß und wächst immer mehr. PiA soll stetig optimiert und ausgebaut werden: z. B. mit neuen Modulen wie „Existenzgründung“, mit gruppenspezifischen Themen wie der „Vorstellung einzelner Berufe“, oder mit konkreten Beispielen von Frauen, die es geschafft haben. In Zukunft sollten insbesondere Module für die Existenzgründung in den perspektivreichen Bereichen der (kultursensiblen) Altenpflege und der Kinderbetreuung geschaffen werden.

### ***Sensibilisierung fürs unternehmerische Potenzial***

Wir möchten weitere Unternehmen für unsere Arbeit und somit für die Potenziale unserer Zielgruppen, wie ehemals arbeitslose Migrantinnen, Wiedereinsteigerinnen und

Gründerinnen, anschließen: Dadurch würden **weitere Betätigungsfelder** für die Teilnehmerinnen entstehen. Weitere Kooperationen in Form von Mentoringprojekten, Praktika und Arbeitserprobungen sollten zukünftig vermittelt werden.

Eine weitere Idee wäre, dass die Kursfrauen eine **Übungsfirma gründen**, um ihre unternehmerischen Kompetenzen einsetzen und erweitern zu können.

Auch Interessentinnen außerhalb des Rhein-Main-Jobcenters sollten angesprochen werden.

## Übertragbarkeit

### ***Ein interkulturelles Projekt per se mit großer Resonanz***

Die Idee selbst ist per se interkulturell. Sie ist für jede Konstellation und Zielgruppe, religionsunabhängig übertragbar, jedenfalls was Frauen anbetrifft. Andere Regionen, die von Zuwanderung geprägt sind, haben unseren Verein bereits angefragt. So hat z. B. das Konzept bereits auf einer Tagung im Ruhrgebiet als Best Practice-Beispiel großen Anklang gefunden. Der Verein hat sein Know-how bereits in Novosibirsk und Albanien eingesetzt. Aktuell besteht internationale Zusammenarbeit mit den italienischen Regionen Emilia-Romagna und Toskana, mit Nordportugal, Nordspanien und der Stadt Belgrad.

## C. Projektergebnisse

### Stimmen der Teilnehmerinnen

*„Der Kurs hat mir persönlich viel gebracht. Ich war eine Zeit lang aus dem Berufsleben ausgeschlossen. Das Problem, das ich und andere Frauen in derselben Situation haben, ist: Wir bleiben immer unter uns und gehen nicht viel aus diesem Kreis heraus. Jedenfalls habe ich dank des PiA-Programms wieder den Anschluss an die Gesellschaft gefunden. Mit Hilfe der Coachings innerhalb des Programms konnte ich meinen Businessplan aufstellen, die Geschäftsidee verfeinern und den Finanzplan zusammenstellen.“*

*„Ich bin sehr zufrieden. Als ich über den Berufsweg oder Traum – Wunsch – Ziel erzählt habe, habe ich viel Hoffnung bekommen. Ich hatte so ein Gefühl gehabt, als ob ich schon eine Arbeit gefunden hätte. Lehrerinnen waren super nett und hilfsbereit...“*

*„Es war eine schöne Zeit, ich habe in dieser Woche eine Bestätigung meines Berufswunsches bekommen. Sie haben das sehr gut gemacht und es war ein Privileg, sie kennenzulernen.“*

*„Diese Assessmentwoche war für mich sehr wichtig, weil ich dort viel gelernt und erfahren habe. Ich wünsche mir, dass diese Assessmentwoche ein Monat dauert, damit ich noch mehr durch meine netten Lehrerinnen erfahren kann. Ich bin froh und ich freue mich auf diesen Kurs.“*

Für Nachhaltigkeit sprechen auch die Ergebnisse der letzten beiden Projektjahre:

In 2009 hatten 98 Frauen teilgenommen: 32 % hatten eine Anstellung, einen Ausbildungsplatz, Praktika oder sind Existenzgründung. 47 % waren in einer Weiterbildung.

Bis 30.08.2010 haben bereits 83 Teilnehmerinnen an PiA teilgenommen. 17 % haben bereits eine Stelle, einen Ausbildungsplatz, Praktikumsstelle gefunden oder sind in Selbständigkeit. 15 % sind in einer Weiterbildung.

Good Practice  
2010/11

Kat. 2: "Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten"



**LMU Entrepreneurship Center:**

**LMU EC Lab**

Postanschrift:	LMU Entrepreneurship Center Geschwister-Scholl-Platz 1 80539 München
Bundesland:	Bayern
Web-Adresse:	<a href="http://www.entrepreneurship-center.lmu.de">www.entrepreneurship-center.lmu.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Dr. Katrin von Wulffen Stellvertretende Geschäftsführerin LMU EC
Telefon:	089-2180-9766
Fax:	089-2180-3809
e-mail:	<a href="mailto:katrin.vonwulffen@lmu.de">katrin.vonwulffen@lmu.de</a>
Zeitplan:	Start ab April 2007 Förderung durch das BMWi (EXIST Gründungskultur) im April 2010 ausgelaufen

**A. Kurze Organisationsbeschreibung**

"Empowering Entrepreneurs!" – diese Vision verfolgt das **LMU Entrepreneurship Center (LMU EC) der Ludwig-Maximilians-Universität München**. Das LMU EC bildet die unternehmerischen Führungskräfte der Zukunft aus, unterstützt aktiv die Gründung erfolgreicher Unternehmungen und fördert eine Kultur des unternehmerischen Denken und Handelns – an allen Fakultäten der LMU und in der Münchener Region. In seinem Bereich „LMU EC Teaching“ bietet es Entrepreneurship-Kurse für Studierende sowie Seminare für Forscher, Mitarbeiter und Partner an. Praxisorientiertes unternehmerisches Know-How wird so an jährlich über 1.000 Personen vermittelt. Der Bereich „LMU EC Community“ organisiert regelmäßige Veranstaltungen zum

Networking und Erfahrungsaustausch und betreibt ein Portal für alle Entrepreneurship-Interessierte mit einem wöchentlichen Newsletter an über 5000 Nutzer. Das **LMU EC Lab** als Frühphaseninkubator unterstützt jährlich ca. 20 Teams aus Studierenden, Absolventen und Wissenschaftlern der LMU auf ihrem Weg zur Unternehmensgründung. Das LMU EC Lab ist das unternehmerische Projekt, das wir für den European Entrepreneurship Award 2010/2011 vorschlagen.

## **B. Projektbeschreibung**

### **Ausgangslage:**

Das LMU Entrepreneurship Center als fakultätsübergreifendes Gründungszentrum der LMU München und in dessen Rahmen das LMU EC Lab als Frühphaseninkubator wurde im April 2007 mit Hilfe einer finanziellen Förderung durch das EXIST III-Programm des Bundeswirtschaftsministeriums (Förderung von Gründungskultur an deutschen Hochschulen) ins Leben gerufen. Es baute auf dem Odeon Center for Entrepreneurship auf, das durch die finanzielle Förderung von Rolf Dienst, Partner der VC-Gesellschaft Wellington Partners, bereits im Jahr 2000 an der BWL-Fakultät der LMU entstanden war und v.a. der Qualifizierung von Studenten der BWL in Entrepreneurship diente. Mit der EXIST-Förderung etablierte sich das LMU EC und auch das LMU EC Lab in den vergangenen drei Jahren als fakultätsübergreifende Einrichtung der LMU.

### **Zielsetzung und deren Umsetzung:**

Das LMU EC Lab dient der praktischen Unterstützung und Förderung von universitätsbezogenen Unternehmensgründungen aus der gesamten LMU und ihrem Umfeld (Gründungen durch Studenten, Absolventen, wissenschaftliche Mitarbeiter und Professoren). Das LMU EC Lab unterstützt derzeit jährlich ca. 20 Teams (darunter mindestens zwei Social Entrepreneurship-Teams im Rahmen einer Kooperation mit der BMW-Stiftung) u.a. aus den Bereichen Internet, Software, Mobile Services, Clean Tech, Biotech und Medien auf ihrem Weg zum erfolgreichen Unternehmen. Alle Teams bewerben sich in einem mehrphasigen strukturierten Prozess mit einer Kurzpräsentation ihrer Idee bzw. ihres Business Plans. Das Team des LMU EC unter Leitung seines Geschäftsführers Andy Goldstein entscheidet über die Aufnahme in das LMU EC Lab. Schon dabei werden Stärken und Schwächen der Gründerteams, spezifische Unterstützungsleistungen durch das Lab und erste Meilensteine festgelegt. Ein Mitarbeiter des LMU EC mit Affinität zu dem Markt bzw. der Technologie unterstützt als interner Coach das Team unmittelbar bei allen Fragestellungen und

stellt gemeinsam mit Andy Goldstein durch ein monatliches Reporting-System den Fortschritt des Teams sicher. Das LMU EC Lab unterscheidet zwischen internen und externen Gründer-Teams, die internen erhalten zusätzlich zu allen Unterstützungsleistungen (siehe Tabelle) auch Arbeitsplätze in den zentral gelegenen Büroräumen des LMU EC in der Giselastraße in München-Schwabing. Der Unterstützungszeitraum durch das Lab beträgt bis zu 12 Monate je nach Entwicklungsstand der Teams.

<b>Unterstützungsleistungen für interne und externe Teams im LMU EC Lab</b>	
1. Interner Coach	7. Industriecoach
2. Bedarfsspezifische Workshops und Seminare	8. Zweiwöchentliches Treffen aller Teams
3. Kurzberatung bei Andy Goldstein	9. Präsenz auf Homepage und Community
4. Verwendung des LMU EC Logos/Namen	10. Nutzung von Konferenzräumen
5. Teilnahme und Präsentation bei LMU EC Veranstaltungen (IdeenJam!, Leading Entrepreneurs, Investoren-Konferenzen)	11. Zugriff auf studentische Hilfskräfte für Marktrecherchen und Produkttests
6. Vermittlung an Business Angels- und VC-Investoren -Netzwerk	12. Unterstützung bei der Bewerbung für öffentliche Förderprogramme in enger Zusammenarbeit mit dem LMU Spin-off Service
<b>Zusätzliche Unterstützungsleistungen für bis zu acht interne Teams</b>	
1. Büroarbeitsplatz	3. Büromaterialien
2. Desktop-Computer, Internet, Telefon	4. Direkte Nähe und Austausch mit anderen Teams und LMU EC Mitarbeitern

Als ein starkes Differenzierungsmerkmal zu anderen Frühphaseninkubatoren ist die unmittelbare und bedarfsgerechte Betreuung der Teams hervorzuheben: In zweiwöchentlichen Treffen mit allen Teams werden deren aktuelle Fortschritte und Probleme angesprochen. Die Teams geben sich dabei gegenseitig Ratschläge und formulieren spezifische Fragestellungen (z.B.rechtliche Fragen, VC-Verträge, Online-Marketing, Schutz geistigen Eigentums usw.), die dann in Form von Seminaren bzw. Workshops mit Fachleuten aus dem lokalen Netzwerk des LMU EC geklärt werden. Desweiteren

besteht eine enge Zusammenarbeit zwischen dem LMU EC Lab und der Kontaktstelle für Forschungs- und Technologietransfer bzw. dem Spin-Off-Service der LMU. Dort werden die Teams umfassend bei der Bewerbung für öffentliche Förderprogramme (z.B. EXIST-Gründerstipendien oder EXIST-Forschungstransfer) und bei Patentfragen unterstützt. Daneben hat das LMU EC seit 2008 persönliche Gespräche und Interviews mit über 90 Frühphaseninvestoren geführt (VCs, Business Angels, Business-Angel-Netzwerke) und von jedem Investor ein detailliertes Profil in einer Investorendatenbank erstellt. Diese erlaubt es, z.B. im Anschluss an eine öffentliche Förderung, die passgenauen Investoren mit dem Team gemeinsam auszusuchen und anzusprechen. Alle Angebote des LMU EC Lab sind für die Gründer kostenfrei und werden derzeit (seit dem Auslaufen der EXIST III-Förderung des LMU EC im April 2010) ausschließlich durch Partner aus der Wirtschaft und Sponsoren finanziert.

### **Projektergebnisse:**

Dem LMU EC Lab ist es in weniger als drei Jahren gelungen, 34 Unternehmensgründungen zu unterstützen, von denen 22 ein EXIST-Gründerstipendium und zwei einen EXIST-Forschungstransfer erhalten haben. Darüber hinaus konnten acht Teams insgesamt 3,3 Mio. € Beteiligungskapital von VCs und Business Angels erhalten. Ein Team aus dem Bereich Mobile Services hat inzwischen bereits einen Exit erzielt (Verkauf des LMU EC Teams Aloqa an Motorola im September 2010). Durch die vom LMU EC Lab unterstützten Unternehmen sind insgesamt über 100 neue Arbeitsplätze geschaffen worden.

### **Erfolgsfaktoren:**

- Unternehmerische Führung des LMU EC Lab durch Andy Goldstein, einen Serial-Entrepreneur und erfolgreichen Software-Unternehmer mit hoher Glaubwürdigkeit bei Gründerteams und Lab-Mitarbeitern, der selbst unternehmerisches Denken und Handeln vorlebt. Die gelungene Zusammenarbeit zwischen Rolf Dienst, dem Venture Capitalisten und Sponsor des Vorläuferinstituts des LMU EC, der das LMU EC auch heute noch mit Rat und Tat und seinem Netzwerk unterstützt, Prof. Dietmar Harhoff als akademischem Direktor des LMU EC, der gleichzeitig Vorsitzender der Expertenkommission Forschung und Innovation der deutschen Bundesregierung ist, und Andy Goldstein als Geschäftsführer des LMU EC hat wesentlich zum Erfolg des LMU EC und des LMU EC Labs beigetragen.

- Mobilisierung einer kritischen Masse von Gründerteams durch die enge Zusammenarbeit mit dem Spin-Off-Service der Kontaktstelle für Forschungs- und Technologietransfer der LMU.
- Attraktive und bedarfsgerechte Leistungsangebote für die Unternehmensgründer: Neben der intensiven Betreuung im LMU EC Lab sind die ausgezeichnete Lage der Büroräume in der Münchener Innenstadt und die Aktualität und die Qualität der Kontakte in der aufgebauten Investorendatenbank wesentliche Erfolgsfaktoren des Frühphaseninkubators des LMU EC.
- Öffnung des Netzwerkes für weitere Stakeholder: Das LMU EC ist nicht nur Inkubator für Gründungsteams sondern vielmehr ein lebendiges Netzwerk rund um das Thema Entrepreneurship mit Verankerung an der LMU. So existieren verschiedene Veranstaltungsformate (z.B. die Ideen Jams oder die Vortragsreihe Leading Entrepreneurs), durch die Gründungsinteressierte, Studenten, angehende Gründer, erfolgreiche Unternehmer, Investoren, Wirtschaftspartner und Sponsoren systematisch in Austausch gebracht werden.

### **Übertragbarkeit:**

Das Modell LMU EC Lab besitzt grundsätzlich eine hohe Übertragbarkeit insbesondere auf andere Hochschulen. Dies gilt vor allem für das Betreiberkonzept, d.h. die organisatorischen Rahmenbedingungen (z.B. die unternehmerische Leitung, die enge Verzahnung mit der Universität) sowie die Ausgestaltung und Umsetzung des Förderkonzepts (z.B. Fördervoraussetzungen und Auswahlprozess, konkrete Förderangebote, Ansatz der bedarfsgerechten Betreuung). Einschränkend sollte erwähnt werden, dass die spezifischen Standortvoraussetzungen des LMU EC Lab, wie z.B. der Sitz in München (u.a. hohe Dichte an Venture Capital Investoren und Business Angels) oder die Anbindung an die LMU (Exzellenzuniversität mit über 45.000 Studenten) den außerordentlichen Erfolg der Einrichtung begünstigt haben.

### **Zukunftsplanung:**

Was die zukünftige Entwicklung des LMU EC Lab angeht, soll der Hochschulinkubator weiter zu einem funktionierenden unternehmerischen „Ökosystem“ ausgebaut werden, das die oben genannten Anspruchsgruppen anzieht, systematisch zusammenführt und dadurch Wert stiftet. Folgende Maßnahmen sollen in diesem Zusammenhang bis Ende 2011 umgesetzt werden:



- Vergrößerung der bisherigen Räumlichkeiten (Ziel von 23 auf ca. 50 interne Arbeitsplätze)
- Systematische Einbindung von bekannten deutschen Unternehmerpersönlichkeiten in einem „LMU EC Brain Trust“ (Inhaltliche Funktion: Mentoren für Teams, Präsenz bei wichtigen Veranstaltungen und Mitarbeit an der Entwicklung des LMU EC Lab)
- Verstärkung des Hochschulmarketings zur Mobilisierung von gründungsinteressierten Studenten und wissenschaftlichen Mitarbeitern an allen Fakultäten der LMU (z.B. Ausbau der Kooperation mit Lehrstühlen, Vorstellung des LMU EC Lab bei Institutsbesprechungen)
- Ausbau des Veranstaltungsangebots (z.B. Workshops zum Thema Ideengenerierung)
- Weitere Professionalisierung des Kontakt- und Informationsmanagements (z.B. Einführung eines eigenen Newsletters für Investoren, Ausbau des Alumni-Managements)
- Ausbau der Kooperationen mit Wirtschaftspartnern und anderen Gründernetzwerken (z.B. durch gemeinsam betreute Gründungsprojekte).

### **C. Projektergebnisse**

s.o.

Good Practice  
2010/11

Kat. 2: "Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten"



**UnternehmerTUM GmbH:**

**Manage&More - Das unternehmerische  
Qualifizierungsprogramm der UnternehmerTUM**

Postanschrift:	UnternehmerTUM GmbH Lichtenbergstr. 8 85748 Garching
Bundesland:	Bayern
Web-Adresse:	<a href="http://www.unternehmertum.de">http://www.unternehmertum.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Sabrina Niederle, Executive Director Manage&More
Telefon:	089-324624-260
Fax:	089-324624-0
e-mail:	<a href="mailto:niederle@unternehmertum.de">niederle@unternehmertum.de</a>
Zeitplan:	Für das 18-monatige Programm werden pro Semester 20 besonders motivierte Studierende und Doktoranden aus allen 13 Fakultäten der TUM ausgewählt.  Gestartet ist das Programm Manage&More im Februar 2004. Bisher durchliefen 179 Studierende und Wissenschaftler das Programm vollständig. 60 Studierende und Wissenschaftler sind in den aktiven Generationen 11, 12 und 13 (Stand September 2010).

**A. Kurze Organisationsbeschreibung**

Die UnternehmerTUM, Zentrum für Innovation und Gründung, ist ein An-Institut der TU München. Das Zentrum umfasst die gemeinnützige UnternehmerTUM GmbH (gegründet 2002) und ihre Tochtergesellschaft, die UnternehmerTUM Projekt GmbH (gegründet 2010). Durch die einzigartige Verbindung von zwei Kernkompetenzen - der unternehmerischen Qualifizierung und der Initiierung von Innovationen und neu-

en Unternehmen - bildet die Unternehmer-TUM eine Brücke zwischen Hochschule und Wirtschaft und trägt entscheidend zur Stärkung der Innovations- und Gründerkultur in Deutschland bei.

Mit insgesamt über 40 Mitarbeitern, jährlich über 1.000 Teilnehmern in ihren Vorlesungen, Seminaren und Programmen sowie 50 Innovations- und Gründungsprojekten pro Jahr zählt die UnternehmerTUM heute zu den führenden universitären Innovations- und Gründerzentren in Europa.

## **B. Projektbeschreibung**

### a) Das Programm Manage&More

Für das 18-monatige Programm werden pro Semester 20 besonders motivierte Studierende und Doktoranden aus allen Fakultäten der Technischen Universität München ausgewählt. Die Teilnehmer durchlaufen das Programm neben dem Studium bzw. der Promotion mit einem durchschnittlichen zeitlichen Engagement von 15 Wochenstunden. Die Teilnahme am Manage&More-Programm ist kostenfrei und wird wie ein Stipendium gewährt.

### b) Ziele des Programms

Die Stipendiaten sichern sich durch die Teilnahme bereits während des Studiums eine gute Startposition, um später erfolgreich ein Unternehmen zu gründen oder als "Unternehmer im Unternehmen" Verantwortung zu übernehmen.

Ziel des Programmes ist es daher, die unternehmerischen Kompetenzen jedes Teilnehmers zu stärken und ihn beschäftigungsfähig zu machen. Theoretisch beruht sich die Programmleitung dabei auf das Employability-Konzept von drei amerikanischen Wissenschaftlern (siehe Fugate, Kinicki, Ashforth 2004, Employability: A Psychosocial Construct, its Dimensions, and Applications. Journal of Vocational Behavior, 65, 14-38). Die zentrale Steuergröße der Beschäftigungsfähigkeit ist demnach die persönliche Anpassungsfähigkeit, die als eine Voraussetzung betrachtet wird, um aktiv Gelegenheiten zur Gestaltung der eigenen Laufbahn zu nutzen. Die dem zugeordneten Konstrukte entsprechen weitgehend dem, was die Unternehmertumsforschung als Charakteristika von Unternehmern herausgearbeitet hat: eine hohe Proaktivität und Eigeninitiative sowie eine hohe Selbstwirksamkeitserwartung; dazu kommt die Lernfähigkeit und die Offenheit gegenüber Veränderungen, die mit der Ambiguitätstoleranz der Unternehmer korrespondiert. Das zweite der drei ineinandergreifenden Konstrukte bezieht sich auf die eigenen Werte und Ziele und ihre kon-

tinuierliche Differenzierung und Anpassung. Daraus ergeben sich die Richtung des eigenen Weges und der Anlass, tätig zu werden. Immer wieder wird deutlich, dass Teilnehmer an unternehmerischen Ausbildungsangeboten eine Reihe von Reflexions- und Abwägprozessen durchlaufen, die sich auf ihre Entscheidung beziehen, unternehmerisch tätig zu werden oder nicht. Das dritte Teilkonstrukt bezieht sich auf das Human- und Sozialkapital, über das eine Person verfügt. Damit sind Qualifikationen und Wissen wie auch das eigene soziale Netzwerk gemeint. Beides – Human- wie Sozialkapital – wird auch innerhalb der Unternehmertumsforschung als unterstützende Faktoren für den Erfolg von Gründungen diskutiert. Im Zusammenwirken der drei Konstrukte entsteht den Modelvorstellungen entsprechend Beschäftigungsfähigkeit. Diese Konzeptualisierung ist geradezu eine Blaupause für eine theoretisch begründete Form von Unternehmertumsausbildung.

Dieses Konzept wird momentan im Rahmen einer Promotion aufgegriffen und mit der Fragestellung konfrontiert, welche Wirkung aus der Entrepreneurship Education auf die Beschäftigungsfähigkeit ausgeht. Die Annahme ist, dass Manage&More bestehend aus den Elementen Innovationsprojekte, Organisationsmanagement, unternehmerisches Know-How und Training sowie Selbstmanagement und Persönlichkeitsentwicklung stark dazu beiträgt, die Beschäftigungsfähigkeit von Studierenden und Wissenschaftlern zu fördern. Das Programm geht daher über die Vermitteln von fachlich gebundenen Inhalten hinaus und macht die Person selbst mit ihrer Fähigkeit zur Selbstorganisation zum Gegenstand ihrer Bemühungen.

### c) Inhalte von Manage&More

Mit den ersten Generationen wurde eine Vision und eine Mission formuliert, die bis heute unverändert geblieben ist.

**Vision:** Manage&More ist Schmiede für ›Unternehmer von morgen‹ und ein Motor für Innovationen.

**Mission:** Wir entwickeln uns persönlich, im interdisziplinären Team sowie in einem starken Netzwerk weiter und realisieren mit Spaß und Leidenschaft innovative Projekte, um künftige Führungsaufgaben zu übernehmen.

Die Ziele, um die Vision und die Mission zu erreichen, formulieren die Stipendiaten jedes halbe Jahr innerhalb der Manage&More-Ressortarbeit neu. Sie definieren Maßnahmen, die sie zielgerichtet durchführen.



Die Manage&More-Pyramide zeigt die Entwicklungsstufen zum »Unternehmer von morgen« und somit die Inhalte des Programmes auf:

### **Innovations- und Gründungsprojekte**

Im Laufe ihrer 18-monatigen Qualifizierung bei Manage&More realisieren die Stipendiaten in der Regel drei Innovationsprojekte mit jeweils unterschiedlichen Zielsetzungen. Der

Schwerpunkt beim ersten interdisziplinären Projekt liegt auf Teamarbeit und der Methodik für die Entwicklung von Geschäftskonzepten für innovative Produkte und Dienstleistungen. Beim zweiten Innovationsprojekt geben Partner der Unternehmertum TUM Problemstellungen vor. Im Rahmen des dritten Projekts entwickeln die Stipendiaten eigeninitiativ Geschäftskonzepte und treiben diese bis hin zur Umsetzung am Markt selbstverantwortlich voran.

Durch die eigenständig realisierten Projekte werden die Stipendiaten praxisnah mit den Themen Kreativität, Teamarbeit, Führung und Projektmanagement vertraut gemacht.

Beispielhaft wurden im Sommersemester 2010 fünf Innovationsprojekte mit Partnerunternehmen und sechs Gründungsprojekte durchgeführt. Aus der Zusammenarbeit in einem Gründungsprojekt ist im September 2010 ein Beratungsunternehmen von einem dreiköpfigen Manage&More-Team gegründet worden.

### **Organisationsmanagement**

Durch die Mitarbeit in unterschiedlichen Ressorts von Manage&More lernen die Stipendiaten praktisches Organisationsmanagement kennen. Die Ressortleiter übernehmen durch die Leitung eines ca. 15-köpfigen Manage&More Teams Führungsverantwortung.

Wiederrum beispielhaft galt es im Sommersemester 2010 vier Ressorts zu leiten („UniMarketing“, „Internes Netzwerk“, „Externes Netzwerk“ und „Kommunikation, Struktur und Wissen“). Die Ressortleiter trafen sich regelmäßig im Board, um nächste strategische Entscheidungen zu treffen und um sich gegenseitig über alle durchgeführten Maßnahmen zu informieren. Eine Maßnahme war z.B. das Mentorendinner,

eine Veranstaltung zu der alle Mentoren eingeladen wurden und das Netzwerken im Vordergrund stand.

### **Unternehmerisches Know-how und Training**

In der Vorlesung „Innovative Unternehmer“ und den Businessplan-Seminaren der Unternehmer-TUM lernen die Stipendiaten den Blickwinkel des Unternehmers kennen. Geschäftskonzepte werden auf ihr Potenzial hin untersucht und mit den Anforderungen des Marktes abgeglichen. In speziell angebotenen themenspezifischen Workshops und Trainings eignen sich die Stipendiaten betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse an und trainieren ihre Kommunikations-, Präsentations- und Teamfähigkeit.

Im Sommersemester 2010 konnten acht Workshops angeboten werden, die mit professionellen Trainern und Coaches besetzt wurden. Dies waren unter anderem die Workshops Projektmanagement, Öffentliche Auftritte erfolgreich meistern, Kreativität, Zeitgemäße Korrespondenz und Selbstmarketing.

### **Selbstmanagement und Persönlichkeitsentwicklung**

Die Stipendiaten eignen sich grundlegende Methoden des Selbstmanagement praktisch an: sie lernen die eigene Arbeit zu organisieren, sich selbst zu motivieren, mit Schwierigkeiten umzugehen und Verantwortung zu übernehmen. Im Laufe des Manage&More-Programms werden bei den Teilnehmern Reflektionsprozesse angestoßen, die den Aufbau konkreter unternehmerischer Kompetenzen fördern. Dazu werden verschiedene Instrumente eingesetzt. Ein bedeutendes und von den Teilnehmern sehr geschätztes Instrument sind die Ziel- und Reflexionsgespräche. In diesen Gesprächen geht es vor allem um die persönliche unternehmerische Entwicklung des Stipendiaten und die Reflektion seiner persönlichen Stärken.

Zudem bekommen die Stipendiaten während der 18 Monate im Qualifizierungsprogramm Manage&More einen Mentor aus der Wirtschaft zur Seite gestellt. Mentor und Mentee bilden ein Mentoring-Tandem, das von Vertrauen, Respekt und Offenheit geprägt ist. Oft besteht das Mentoring über die Zeit bei Manage&More hinaus.

#### **d) Methoden von Manage&More**

In den Innovations- und Gründungsprojekten orientiert sich die UnternehmerTUM an den Prinzipien des Design und hat ein effizientes Vorgehen entwickelt, welches mit "Designing your Business" benannt ist. Dieses Vorgehen wurde und wird ebenso an-

hand mehrerer Promotionsvorhaben wissenschaftlich bei der UnternehmerTUM überprüft. Die Studierenden und Wissenschaftler lernen dabei praxisorientiert die Arbeit im interdisziplinären Team, die Beobachtungen von Kunden im Kontext (Ethnografie), Visualisierung von Ideen und Konzepten durch Modelle und Prototypen, ein iteratives Vorgehen sowie eine ganzheitliche Betrachtungsweise, bei der der Mensch in den Mittelpunkt gestellt wird.

Weitere Methoden prägen die Gestaltung des Programms. Hier sind Stichworte zu nennen wie Interdisziplinarität, Praxisorientierte Ausbildung, Learning by doing.

Übergreifend gesprochen ist es die Gegebenheit eines geschützten Erfahrungsraumes und eine darin erfolgende zielgerichtete Förderung des Aufbaus von Metakompetenzen, die diese Unternehmertumsausbildung auszeichnet.

#### e) Das Manage&More-Alumni Netzwerk

Das Manage&More-AlumniNetzwerk wurde im August 2005 vom ersten Absolventenjahrgangs des Manage&More-Programms gegründet. Ziel ist es, das beständig wachsende Netzwerk unternehmerisch interessierter Personen weiterzuentwickeln und die Umsetzung innovativer Produkt- und Geschäftsideen zu ermöglichen.

#### f) Zukunftsplanung

Das Manage&More Programm soll stets weiterentwickelt werden. Die einzelnen Angebote werden anhand mehrerer Promotionsvorhaben wissenschaftlich begleitet und auf die Wirkung überprüft. Die daraus resultierenden Ergebnisse und Erkenntnisse fließen in das Programmdesign ein. Sehr wichtig ist zudem die weitere starke Zusammenarbeit mit dem stets wachsenden Manage&More-Alumni Netzwerk, dass zukünftig immer mehr Möglichkeiten der Zusammenarbeit bietet. Beispielhaft nennen lässt sich hierbei das Konzept „Foster Active Entrepreneurship“, das Entrepreneurship Funding Program des MM-Alumni Vereines, welches Gründungsprojekte aus dem Manage&More-Netzwerk finanziell unterstützt. Neben der inhaltlichen und methodischen Weiterentwicklung ist es die Vision der Programmmanagements, von einem Good Practice Programm (siehe European Commission Studie: “Entrepreneurship in higher education, especially in non-business studies) zu einem Best Practice Programm zu gelangen.

### g) Einbeziehen von Stakeholdern

Das Programm wird von vielen Stakeholdern begleitet und unterstützt. Zum einen die Mentoren aus der Wirtschaft, die Partnerunternehmen der UnternehmerTUM, der Technischen Universität München (vertreten im Aufsichtsrat, starke Zusammenarbeit mit Lehrstühlen wie z.B. mit Prof. Patzelt und seinem Lehrstuhl Entrepreneurship), den Unternehmen im Umfeld und vielen weiteren Förderern und Gönnern.

Die aktiven Stipendiaten des Programms werden unterstützt, gefördert und ausgebildet von drei Mitarbeitern in der Programmleitung, mehreren erfahrenen Consultants der ProjektGmbH, drei sehr erfahrenen Businessplancoaches, allen Mitarbeitern der UnternehmerTUM mit den verschiedensten Schwerpunkten, namhafte Mentoren aus der Wirtschaft und vielen weiteren Netzwerkpartnern, die sich aktiv engagieren.

### h) Übertragbarkeit

Die Übertragbarkeit des Programmdesigns ist sehr gut möglich. Jedoch ist ein innovatives und unternehmerisches Umfeld (Innovationscluster) notwendig, dass momentan mit dem Standort Garching bei München und der UnternehmerTUM, sowie den ansässigen Unternehmen, der Technische Universität München und dem Gate, Garchinger Technologie- und Gründerzentrum mit über 100 jungen Technologiefirmen und weiteren vorhandenen Einrichtungen sehr gut abgedeckt wird.

## **C. Projektergebnisse**

### a) Erfolgsgeschichten aus den Manage&More-Innovations- und Gründungsprojekten

#### **Innovationsprojekte – am Beispiel mit der METRO Group und der Firma Wanzl**

Ein interdisziplinäres Manage&More-Team führte von April bis September 2009 gemeinsam mit der METRO Group und der Firma Wanzl ein Innovationsprojekt durch. Ziel des Projekts war es, Lösungsansätze für ein innovatives Transportmittel mit dem Fokus auf den Lebensmittelhandel zu generieren, das die Themen Aufbewahrung während des Einkaufs, Information sowie Service verbindet. Das Team entwickelte einen Ideenpool. Neben naheliegenden Ansätzen wie Flaschenhalter oder Stellbretter für größere Kinder, wurden bewusst auch visionäre Ideen wie hydraulische Höhenanpassung, Verwendung von Leichtbaumaterialien oder ein digitales Kochbuch entwickelt. Mittels Bewertung und Priorisierung näherte sich das Team einem schlüssigen Gesamtkonzept und entwickelte einen 1:1-Prototypen, mit dem es Feedback von Nutzern und Experten einholte. Auch das Marktforschungsinstitut TNS Infratest



führte eine Befragung mit über 500 real,- Kunden durch, aus der eine hohe Zufriedenheit mit dem entwickelten Lösungskonzept hervorging. Die Firma Wanzl verfolgt den Lösungsansatz in ihrer Forschungsabteilung weiter.

### **Gründungen – am Beispiel von komoot GmbH**

Die zwei Gründer und Manage&More-Stipendiaten Markus Hallermann und Tobias Hallermann hatten im Sommer 2007 die Idee, Navigationslösungen für Outdoorsportler anzubieten. Im Rahmen des Manage&More-Programmes nutzen sie die Chance, ein Gründungsprojekt durchzuführen und den Startschuss für ihr heutiges Unternehmen zu legen. Das Team wurde vom Projektstart 2008 bis zur Gründung 2010 von Projektbetreuern der UnternehmerTUM begleitet. Mehr Informationen über die Gründung, die Technologie und das Team sind auf der Homepage von komoot zu finden. Im Bezug auf Manage&More traf Markus Hallermann folgende Aussage: *„Ohne Manage&More würde es uns nicht geben. Ich hätte vielleicht die Idee gehabt, ich selbst hätte sie aber nicht erprobt, weiterverfolgt und umgesetzt.“*

Aus dem Manage&More-Netzwerk existieren mittlerweile ca. 23 Gründungen. Dies sind z.B. Amiando AG, Baimos technologies GmbH, Ixenio GmbH, SnipClip, Temotions GmbH & CoKG. Mindestens drei weitere Gründungen befinden sich momentan in Vorbereitung.

Andere Absolventen haben ihre Karriere in namhaften Unternehmen wie z.B. BMW, E.ON. Energie, Siemens, McKinsey gestartet und schaffen somit als Unternehmer im Unternehmen Werte und übernehmen Führungsverantwortung.

### **b) Ergebnisse aus der Datenerhebung 2008**

Ziel der Datenerhebung war die Erfassung persönlicher Daten von 102 Manage&More-Absolventen der Generationen 1 bis 6 zu den Themengebieten Ausbildung, beruflicher Einstieg und Ausblick. Die Projektlaufzeit erstreckte sich vom 16.07.2008 bis zum 26.03.2009.

Ein Ergebnis möchten wir aus der Datenerhebung herausgreifen: Das berufliche Ziel „Gründung“ steigt von der 3 Jahres Perspektive mit 15% auf 25% innerhalb der 10 Jahres Perspektive (bei n=62).

c) Zufriedenheitserhebung der Manage&More-Absolventen und weitere Evaluationen:

Ein Auszug an Aussagen von Manage&More-Absolventen:

- Ich bin an den spannenden Projekten gewachsen.
- Durch das Netzwerk, den Mentor und die Programmleitung wurde ich stets gefordert und gefördert und dabei unheimlich gewachsen.
- Ich habe Freunde und Geschäftspartner fürs Leben gefunden.
- Ich habe die die äußerst professionelle Arbeitsweise kennen und schätzen gelernt.
- Ich habe eine viel differenziertere und analytischere Sicht der Dinge.
- Jeden Tag merke ich viel mehr Selbstsicherheit im eigenen Handeln.
- Ich habe in den 3 Halbjahren gesehen, dass ich sehr viel erreichen kann. Vor Manage&More hatte ich diese Sicherheit nicht in mir und habe nicht gesehen, dass ich so viele Möglichkeiten habe.
- Der Aufbau eines sehr großen starken Netzwerkes ist unglaublich wertvoll.
- Das regelmäßiges Vergleichen von Selbst- und Fremdbild zeigt mir mein Potenzial auf.

Darüber hinaus werden zu allen Workshops, Veranstaltungen und Trainer regelmäßig Rückmeldungen der Teilnehmer eingeholt, um alle Angebote weiterzuentwickeln und qualitativ ein sehr gutes Angebot stellen zu können.

Ebenso werden, wie in Abschnitt 2 bereits erwähnt, mehrere Promotionsvorhaben an der UnternehmerTUM durchgeführt. Zukünftig angestrebt ist eine Wirkungsstudie, die bereits bis Mitte 2011 erste Ergebnisse aufzeigen soll.



Good Practice  
2010/11

Kat. 2: "Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten"



**Wirtschaftsförderungsgesellschaft  
Berchtesgadener Land mbH:**

**Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land**

Postanschrift:	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land mbH Sägewerkstr. 3 83395 Freilassing
Bundesland:	Bayern
Web-Adresse:	<a href="http://www.wfg-bgl.info">http://www.wfg-bgl.info</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Dr. Thomas Birner, Geschäftsführer
Telefon:	08654-7750-0
Fax:	08654-7750-15
e-mail:	<a href="mailto:info@wfg-bgl.info">info@wfg-bgl.info</a>
Zeitplan:	<b>Frühjahr 2007:</b> Gründung, große Resonanz schon im ersten Jahr mit 55 teilnehmenden Unternehmen am Fortbildungsprogramm <b>Bis heute:</b> halbjährliche Veröffentlichung eines Fortbildungsprogramms mit Vorträgen und Seminaren für Dienstleister aus Handel, Tourismus und Service, gesteigerte Nachfrage nach Spezialseminaren und Mystery-Checks. Regelmäßige Verleihung des Goldenen Qualitätssiegels. Des Weiteren spezielle Aktionen wie beispielsweise das Projekt „1:0 für Qualität“ mit Schülern aus dem Landkreis

## **A. Kurze Organisationsbeschreibung**

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land mbH wurde am 01. Oktober 2002 als 100-prozentige Tochter des Landkreises Berchtesgadener Land gegründet.

Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land mbH unterstützt in Fragen rund um den Wirtschaftsstandort Berchtesgadener Land. Als zentrale Anlaufstelle hilft sie bei der erfolgreichen Entwicklung von Unternehmen in der Region, zur Weiterentwicklung der Unternehmen und des Wirtschaftsstandortes. Neben der Unternehmenspflege betreut die Wirtschaftsförderungsgesellschaft verschiedene Projekte und Aktivitäten.

Um Qualitätssteigerungen insbesondere im Dienstleistungsbereich von Tourismus, Handel und Service voranzutreiben, hat die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land in Kooperation mit der BGLT GmbH, der IHK München und Oberbayern und den Kommunen des Landkreises Berchtesgadener Land die „Qualitätsoffensive“ für das Berchtesgadener Land ins Leben gerufen.

## **B. Projektbeschreibung**

Jeder Leistungsträger in einem Tourismus- und Einkaufsort profitiert von der Qualität der übrigen Leistungsträger oder er wird von der mangelnden Qualität der Partner beeinträchtigt. Die synergetischen Wechselwirkungen sind im Zuge der „Service-Kette“ sehr groß.

Um Qualitätssteigerungen insbesondere im Dienstleistungsbereich von Tourismus, Handel und Service voranzutreiben, hat die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Berchtesgadener Land in Kooperation mit der BGLT GmbH, der IHK München/Oberbayern und den Kommunen des Landkreises Berchtesgadener Land die „Qualitätsoffensive“ für das Berchtesgadener Land ins Leben gerufen. Unterstützer sind das Landratsamt Berchtesgadener Land, die BGLT (Berchtesgadener Land Tourismus), die IHK München/Oberbayern, die Regierung von Oberbayern, sowie private Partner wie Café Spiesberger in Berchtesgaden, Kohl und Partner Consulting, Fricke+Kollegen Steuerberatung, Intercontinental Resort Berchtesgaden, R+S Markenkommunikation, Sparkasse Berchtesgadener Land und REWE Schönwälder OHG.

Dieses Projekt ist branchenübergreifend und beschäftigt sich mit dem Image des Berchtesgadener Lands. Dieses ist stark durch die Servicekette von der Anfrage bis

zur Abreise des Gastes beeinflusst. Jede Steigerung der Qualität in dieser Kette kommt daher jedem Betrieb zugute. Die Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land ist als Anreizsystem für die Betriebe im Landkreis zu verstehen. Durch die Steigerung der Qualität dieser Leistungen wird die wirtschaftliche Weiterentwicklung des eigenen Unternehmens und damit der Region unterstützt.

Im Prozess der Qualitätsoffensive haben wir zusammen mit der Agentur Kohl & Partner ein Konzept für eine Qualitätsoffensive im Berchtesgadener Land erarbeitet. Im Hinblick auf das Credo der Qualitätsoffensive „Qualität auf allen Ebenen“ wurde eine Dachmarke geschaffen, die mit dem Slogan „Alles andere als flach“ diese in Richtung einer qualitätsorientierten Produktentwicklung unterstützt. In einem Qualitätsspass können Punkte bei Vorträgen und Seminaren gesammelt werden, mit dem Ziel die erforderliche Punktzahl für ein goldenes Qualitätssiegel zu erreichen, welches vom Qualitätsrat übergeben wird.

Halbjährlich wird hierfür ein Fortbildungsprogramm mit Vorträgen und Seminaren von verschiedenen Referenten aus der Region angeboten. Vorträge sind kostenfrei, Seminare werden kostenpflichtig angeboten. Pro Vortrag und Seminar werden Punkte angerechnet. Ebenso können durch Mystery-Checks Punkte gesammelt werden. Weiterhin werden durch einen Multiplikationsfaktor (basierend auf Mitarbeiteranzahl bzw. Anzahl der Betten im Betrieb) Unterschiede zwischen kleinen und großen Unternehmen beseitigt, sodass auch kleine Betriebe mit weniger Mitarbeitern die Chance haben, die nötigen Punkte für das Goldene Qualitätssiegel zu erreichen. Unternehmen, die diese Punktzahl erreicht haben, erhalten bei einer feierlichen Verleihung das „Goldene Qualitätssiegel“ durch den Landrat. Dieses Siegel können sie auf all ihren Werbemedien führen, außerdem erhalten sie Aufkleber und ein Türschild aus Metall.

Das erste Fortbildungsprogramm startete im Sommer 2007. Hier konnte schon nach einem Jahr ein positives Fazit gezogen werden, die Resonanz mit 55 Unternehmen war sehr groß. In den Folgejahren stieg die Teilnehmerzahl kontinuierlich an, 2008 konnten schon 26 Unternehmen mit dem Goldenen Qualitätssiegel geehrt werden. Des Weiteren wurde das Fortbildungsangebot ausgeweitet und nun auch spezielle Fortbildungsthemen für bestimmte Zielgruppen angeboten. Beispiele hierfür waren im Frühjahr/Sommer 2009 ein Seminar für Auszubildende zum Thema Körpersprache oder ein Seminar zum richtigen Umgang mit älteren Kunden bzw. Gästen mit Handicap, was vor allem im Berchtesgadener Land als Reha- und Kurregion wichtig ist. Am 12.07.2010 fand die sechste Siegelverleihung statt. Hier konnten weitere 12 Unter-

nehmen ausgezeichnet werden, einige davon erhielten schon das zweite oder dritte Siegel. Bisher nahmen insgesamt 248 Unternehmen an der Qualitätsoffensive teil, 63 von ihnen konnten sich teilweise bereits mehrmals das Goldene Qualitätssiegel verdienen. Das aktuelle Programm für Herbst/Winter 2010/2011 bietet wieder 15 Vorträge und Seminare zu breit gefächerten Themen wie Motivationssteigerung und Mitarbeiterbegeisterung, dem Umgang mit Kunden am Telefon oder der richtigen Kommunikation mit englisch-sprechenden Kunden an.

Neben dem Qualitätsforum mit den Vorträgen und Seminaren konnten in den letzten Jahren innerhalb der Qualitätsoffensive auch weitere Projekte durchgeführt werden.

Eines davon war die Aktion „1:0 für Qualität“ im Jahr 2008.

Viele junge Menschen aus dem Landkreis schlugen eine berufliche Ausbildung in Service- und Dienstleistungsnahen Branchen ein. Unternehmer berichten aber auch von großen Schwierigkeiten, jungen Menschen Serviceorientierung und kundengerechtes Verhalten zu vermitteln. Da die Einstellung zum Thema Service und Kundenorientierung bereits vor dem Berufsleben beginnen muss, wurde die Idee geboren, die siebten und achten Klassen der Schulen aus dem Landkreis Berchtesgadener Land im Rahmen eines Umfrageprojektes mit in die Qualitätsoffensive einzubinden. Die Umfrage diente dabei aber auch als Schnittstelle zwischen der Qualitätsoffensive und Kunden sowie den Elternhäusern und dem privaten Umfeld der teilnehmenden Schüler.

Im Sommer 2008 fand die Befragungsaktion mit knapp 200 Schülerinnen und Schülern im Landkreis Berchtesgadener Land statt. Im Rahmen eines Projekts im Fach AWT (Arbeit, Wirtschaft und Technik) sollten Fragen an Unternehmer und auch Kunden bzw. Gäste im Service- und Dienstleistungsbereich gestellt werden, die von den Schülerinnen und Schülern selbst ausgewertet wurden.

Die Fragen bezogen sich zum Beispiel auf die Servicequalität, wie Qualität gelebt und verbessert wird, die Erreichbarkeit und die Parkplatzsituation der jeweiligen Unternehmen, welche die Befragten bewerten sollten. In den Schulen fanden zu Ende des Projekts Informationsveranstaltungen für die Schülerinnen und Schüler, Eltern und Lehrer statt, in deren Rahmen die Ergebnisse präsentiert wurden. Da das Projekt fester Bestandteil des Lehrplans ist, wird die Teilnahme an der Schüleraktion der Qualitätsoffensive auch benotet.

Während der Befragung trugen die Schülerinnen und Schüler dunkelblaue T-Shirts im Design der Qualitätsoffensive, die von privaten Unternehmen gesponsert wurden. Passend zur Fußballeuropameisterschaft 2008 zierte der Spruch „1:0 für Qualität“ jedes T-Shirt. Die Schülerinnen und Schüler erhielten zudem für ihr Engagement eine Belohnung in Form von Eintrittskarten für Freizeiteinrichtungen.

Das Projekt wurde von den Lehrkräften in den jeweiligen Lehrplan integriert, denn den Initiatoren der Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land liegt es sehr am Herzen, dass diese Aktion auch im Rahmen des Unterrichts sinnvoll verwertbar ist.

Ein weiteres Projekt innerhalb der Qualitätsoffensive war der „Watzmann der Woche“. In Kooperation mit der Berchtesgadener Land Tourismus, Radio Untersberg Live und der Privatbrauerei Wieninger Teisendorf wurde diese Aktion ins Leben gerufen, die im Programm von Untersberg Live wöchentlich von Mai bis September 2007 gesendet wurde. Dieses Projekt wurde als eine Art „Wirtschafts- und Tourismus-Oskar“ verstanden, sollte unterstützend zur Qualitätsoffensive wirken und sich bei all jenen Personen, die zu einer Imageoptimierung der Wirtschaft und des Tourismus Berchtesgadener Land beitragen, bedanken.

Zum „Watzmann der Woche“ konnte generell jeder, der sich im Bereich Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Hotellerie, Gewerbe und Handwerk verdient gemacht hat, nominiert werden. Sprich Serviceorientierung, Freundlichkeit, Engagement oder besonderer Einsatz wurden ausgezeichnet.

Nominierungen konnten von Jedem abgegeben werden, genauso wie Stimmen für die jeweiligen Kandidaten, aus welchen der Gewinner ermittelt wurde. Nachdem die Vorschläge in der Redaktion von Untersberg Live eingegangen waren, wurde der Wochengewinner ermittelt und in das Untersberg Live Studio eingeladen, um sein Unternehmen und Tätigkeitsfeld vorzustellen. Zusätzlich erhielten die Nominierten einen Wochenpreis, wie beispielsweise Erlebnisgutscheine.

Mit der Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land wollen Landkreis, Gemeinden, Berchtesgadener Land Tourismus und die Wirtschaftsförderung Berchtesgadener Land

- einen gemeinsamen, kräftigen Impuls in Richtung mehr Service- und Dienstleistungsqualität setzen,

- die Dienstleistungsqualität auf allen Ebenen (bei allen touristischen und nicht-touristischen Partnern und Leistungsträgern) verbessern,
- eine Imagesteigerung für das Berchtesgadener Land erreichen,
- die einzelnen Betriebe motivieren, sich vermehrt um Qualität zu bemühen und
- das Miteinander zwischen den Betrieben und zwischen den Branchen fördern.

Denn Gäste und Kunden bemerken und reagieren auf Details: Von den Gästen und Kunden werden mit Qualitätssiegeln gekennzeichnete Betriebe besonders wahrgenommen. Zudem gibt es viele kleine Verbesserungen, die Gäste und Kunden schätzen. Das führt auch zu verstärkter Weiterempfehlung und hat somit positive Effekte für alle Beteiligten der gesamten Dienstleistungskette, von der Anfrage bis zu Abreise der Kunden/Gäste.

Die Qualitätsoffensive konnte über die letzten knapp 4 Jahre ihres Bestehens stets positive Resonanz in Medien und Presse erhalten. Regelmäßig wird in den regionalen Zeitungen über das Fortbildungsangebot berichtet und die ansässigen Betriebe, wie auch Institutionen und Organisationen werben bei ihren Kunden für die Offensive. So wird der aktuelle Fortbildungsflyer beispielsweise in Gemeinden, den Sparkassen, dem Landratsamt oder den Tourismusagenturen des Landkreises ausgelegt. Weiterhin wird auch durch mündliche Weitergabe von Teilnehmern die Zahl der Nachfrager kontinuierlich größer. Zudem existiert mit der eigenen Webseite der Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land ([www.qualitaetsoffensive-bgl.de](http://www.qualitaetsoffensive-bgl.de)) eine Plattform, auf der sich jeder über aktuelle Termine, Punkteschlüssel oder Vortragsthemen informieren kann. Dies sind die Faktoren für die erfolgreiche Durchführung der Qualitätsoffensive seit der Gründung bis heute. Die Unternehmer im Landkreis sehen den großen Nutzen des Projektes. Sie können zum einen durch den eigenen Erwerb eines Qualitätssiegels ihre Dienstleistungsqualität verbessern und somit Einnahmen generieren und zum anderen im Zuge der synergetischen Wechselwirkungen von der Dienstleistungsqualität anderer Unternehmen im Landkreis profitieren.

### **C. Projektergebnisse**

Insgesamt konnten seit der Einführung des Fortbildungsprogramms im Frühjahr/Sommer 2007 555 Qualitätspässe ausgestellt werden. 248 Unternehmen mit 797 Teilnehmern waren bisher dabei. 63 Unternehmen davon konnte in den letzten vier Jahren das Goldene Qualitätssiegel verliehen werden, sieben Unternehmen davon





erhielten das Siegel bereits zum zweiten Mal, zwei Unternehmen konnten das Siegel sogar schon zum dritten Mal erhalten.

In den letzten beiden Jahren 2009 und 2010 erhielten 38 Betriebe das begehrte Siegel. Dies zeigt, dass das Projekt noch immer auf große Zustimmung und positive Resonanz stößt, mehr als die Hälfte der verliehenen Siegel konnte in den letzten beiden Jahren vergeben werden. Zudem wurden zahlreiche Mystery-Checks, sowohl über Telefon bzw. E-Mail, als auch durch direkte Besuche der Beherbergungstätten von unserem Kooperationspartner, der Kohl und Partner Consulting für Tourismus und Freizeitwirtschaft, durchgeführt. Die Ergebnisse wurden dann an die einzelnen Unternehmen weitergegeben. Des Weiteren bescheinigte das Tourismusbarometer Bayern, erstellt vom Centrum für marktorientierte Tourismusforschung der Universität Passau (CenTouris), dass der Anteil an Stammgästen im Berchtesgadener Land von 2007 bis 2009 deutlich angestiegen ist. 19% der befragten Touristen gaben an, aufgrund hoher Zufriedenheit mit früheren Aufenthalten wieder ins Berchtesgadener Land zurückgekehrt zu sein. Die Gesamtzufriedenheit mit dem Urlaub verbesserte sich in den genannten Jahren von der Note 1,6 auf 1,3. Dies zeigt, dass Bemühungen des Landkreises zur Steigerung der Dienstleistungsqualität durchaus Wirkung und Erfolge aufweisen und somit die Maßnahmen in diesem Bereich einen großen Nutzen für jedermann stiften.

Die Nachfrage lässt auch beim aktuellen Programm für Herbst und Winter 2010/2011 nicht nach, bei den ersten beiden Vorträgen, die im September stattfanden, konnten bereits mehr als 110 interessierte Teilnehmer gezählt werden.

Mit der Qualitätsoffensive Berchtesgadener Land wurde das Bewusstsein der Unternehmer geweckt, dass Dienstleistungsqualität auch immer Einfluss auf die anderen Dienstleister im Landkreis hat. Man möchte natürlich von den synergetischen Wechselwirkungen profitieren und somit ist es nötig, selbst die Fortbildungsangebote zu nutzen und diese Möglichkeit auch an andere weiterzutragen um dadurch den Nutzen für alle zu maximieren.

Good Practice  
2010/11

Kat. 3: "Verbesserung des Unternehmensumfelds"



**nicht belegt**

Good Practice  
2010/11

Kat. 4: "Unterstützung der Internationalisierung  
von Unternehmen"



**nicht belegt**

Good Practice  
2010/11

Kat. 5: "Preis für verantwortliches und umfassendes  
Unternehmertum"



**Erdgas Südwest GmbH:**

**Bio-Erdgasanlage Laupheim**

Postanschrift:	Erdgas Südwest GmbH Siemensstr. 9 76275 Ettlingen
Bundesland:	Baden-Württemberg
Web-Adresse:	<a href="http://www.erdgas-suedwest.de">http://www.erdgas-suedwest.de</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Tatiana Demeusy Dipl.-Ing. (FH)
Telefon:	07243-216-408
Fax:	07243-216-420
e-mail:	<a href="mailto:t.demeusy@erdgas-suedwest.de">t.demeusy@erdgas-suedwest.de</a>
Zeitplan:	13. Juni 2007: Feierl. 1. Spatenstich 13. Mai 2008: Feierl. Inbetriebnahme 20. Jan. 2010: Inbetriebnahme Ausbaustufe 2 der Biogasanlage

## A. Kurze Organisationsbeschreibung

Die Erdgas Südwest wurde 2004 aus zwei etablierten Erdgasunternehmen (der Badenwerk Gas GmbH und der EVS-Gasversorgung Süd GmbH) gegründet. Gesellschafter sind die EnBW GAS GmbH und die OEW Energie-Beiteiligungs GmbH.

Die Geschäftsführung hat seit der Gründung Dipl.-Ing. Ralf Biehl.

Ihren Firmensitz hat die Erdgas Südwest GmbH in Ettlingen.

Das Versorgungsgebiet in Nordbaden, der schwäbischen Alb und am westlichen Bodensee umfasst derzeit 93 Kommunen mit insgesamt 197 Ortsteilen. Mit einer Gesamtnetzlänge von 3.465 km werden fast 60.000 Hausanschlüsse versorgt.

In den Servicezentren Ettlingen, Bad Schönborn und Munderkingen arbeiten über 100 Mitarbeiter für den zuverlässigen und sicheren Netzbetrieb und die Gasversorgung unserer Kunden.

## **B. Projektbeschreibung**

Die Erdgas Südwest GmbH hat 2008 in Burgrieden bei Laupheim eine der fortschrittlichsten Bio-Erdgas-Anlagen Deutschlands in Betrieb genommen. In dem Pilotprojekt kooperieren die EnBW-Tochtergesellschaft Erdgas Südwest und die Bioenergie Laupheim GmbH & Co. KG, in der sich 21 Landwirte aus der Region und die Gemeinde Burgrieden zusammengeschlossen haben.

Die Bioenergie Laupheim betreibt eine Biogasanlage, in der mit Energiepflanzen wie z. B. Mais oder mit landwirtschaftlichen Reststoffen Biogas gewonnen wird. Substratlieferanten sind dabei die Gesellschafter der Bioenergie Laupheim. Die Biogasanlage beliefert die Aufbereitungsanlage der Erdgas Südwest mit jährlich rund 5 Millionen Kubikmeter Rohbiogas. Im Rahmen des Demonstrationsvorhabens mit der EnBW Forschung veredelt die Erdgas Südwest das Biogas zu Bio-Erdgas und speist jährlich 2,6 Millionen Kubikmeter Bio-Erdgas in das Erdgasnetz ein. Rund tausend Haushalte können auf diese Weise Klima schonend mit Bio-Erdgas versorgt werden.

In der Zusammenarbeit von Bioenergie Laupheim und Erdgas Südwest drückt sich neben der hohen Energieeffizienz die Einzigartigkeit des Projekts in der richtungsweisenden Kooperation zwischen Energiewirtschaft einerseits und Landwirtschaft und Kommune andererseits aus. 21 Landwirte, die Gemeinde Burgrieden und die Erdgas Südwest arbeiten hier zum Wohle aller zusammen. In dieser Public-Private-Partnership zeigt Erdgas Südwest in einem zukunftsweisenden Konzept, wie Bio-Erdgas über die gesamte Wertschöpfungskette vom Biogas-Erzeuger über die Gas-aufbereitung, -Verteilung und Nutzung kosteneffizient und nachhaltig erzeugt und genutzt werden kann. Darüber hinaus werden mit einem neuartigen Verfahren, das in dieser Form erstmals in einer Biogas-Aufbereitungsanlage zum Einsatz kommt, die bei der Gasreinigung entweichenden klimaschädlichen Methangase aufgefangen und energiesparend zur Heizung der Fermenter genutzt.

Bislang wurde Biogas in der Regel direkt am Ort der Produktion in einem Blockheizkraftwerk zur Wärme- und Stromerzeugung verwendet. Allerdings kann die entstehende Wärme in vielen Fällen kaum genutzt werden. Wird Biogas – zu Erdgas veredelt – über das vorhandene Erdgasnetz transportiert, kann es überall und damit auch an Orten mit hohem Wärmebedarf effizient genutzt werden. Wir entkoppeln

damit Erzeugung und Verbrauch – örtlich und zeitlich. Dadurch kann sich der Anteil der Wärmenutzung und somit der Gesamtwirkungsgrad der Biogasnutzung deutlich erhöhen. Das steigert die Nachhaltigkeit der Biogasnutzung und schont das Klima. Zugleich ist mit Biogas im Vergleich zu Wind- und Sonnenenergie eine durchgängige und planbare Versorgung möglich.

Das Biogas wird in der Biogasanlage (Fermenter) der Bioenergie Laupheim direkt neben der Gasaufbereitungsanlage erzeugt. Als Partner der Landwirte wollte die Erdgas Südwest GmbH zeigen, wie die Biogaseinspeisung über die gesamte Wertschöpfungskette kosteneffizient und nachhaltig organisiert werden kann, angefangen bei der Biogas-Erzeugung über die Veredelung und Einspeisung bis zur Ausleitung und energetischen Nutzung in einem Blockheizkraftwerk.

Die Demonstrationsanlage wurde an vielen Messstellen redundant ausgestattet. Verschiedene Messverfahren können so einem direkten Vergleich in Betriebsaufwand und Messsicherheit unterzogen werden.

Das Rohbiogas wird von der Bioenergie Laupheim bei Austritt aus dem Endlager übernommen. Das Rohbiogas wird im Anschluss an die Qualitäts- und Mengenmessung getrocknet und mittels mit Kaliumjodid dotierter Aktivkohle entschwefelt bevor es der CO<sub>2</sub>-Entfernung zugeführt wird. In der Aufbereitungsanlage wird das CO<sub>2</sub> mittels der Druckwechseladsorption (DWA) entfernt. Die DWA beruht auf der unterschiedlichen Affinität der Gasmoleküle zur Adsorption an dem Sorbens. Diese Eigenschaft wird durch das wechselnde Auflegen von Druck und Vakuum verstärkt.

Es entstehen ein mit Methan angereicherter Gasstrom (Produktgas), und ein mit Kohlendioxid angereicherter Gasstrom (Schwachgas). Das Produktgas wird zur Einspeisung ins Erdgasnetz einer Verdichterstation (Einspeiseanlage) zugeführt. Der mit CO<sub>2</sub> angereicherte Volumenstrom wird einer thermischen Nachbehandlung mittels Schwachgasbrennern zugeführt um die enthaltenen Methananteile vollständig zu verbrennen. Eine solche Schwachgasbehandlung ist ökologisch und ökonomisch sinnvoll, da die klimaschädigende Wirkung des Methans um ein vielfaches stärker ist als die Wirkung von CO<sub>2</sub> und die bei diesem Prozessschritt entstehende Abwärme dem Vergärungsprozess zurückgeführt wird.

Die Einspeiseanlage in Burgrieden zeichnet sich aus durch den Verzicht auf die Biogaskonditionierung. mit Flüssiggas. Aufgrund der gegebenen Struktur des Gasnetzes im Bereich der Einspeiseanlage war es möglich, ab dem Einspeisepunkt einen neuen Brennwertbezirk auszugründen.

Zudem werden im Rahmen des Projekts zwei Mikrogas-Turbinen mit Biogas und Bio-Erdgas betrieben. Sie speisen Strom in das elektrische Netz ein. Die beim Betrieb entstehende Wärme wird zur Fermenterbeheizung genutzt.

Eine intensive wissenschaftliche Begleitung mit Schwerpunkt „Biogaserzeugung“ erfolgte durch die Landesanstalt für landwirtschaftliches Maschinen- und Bauwesen an der Universität Hohenheim. Grundsatzfragen zur Gasaufbereitung und Gaseinspeisung wurden von der DVGW Forschungsstelle am Engler-Bunte-Institut der Universität Karlsruhe untersucht.

Das Pilotvorhaben trägt dazu bei, dass der Anteil von Biogas an der Erdgasabgabe künftig deutlich zunehmen wird. Mit der Einspeisung ins reguläre Erdgasnetz soll eine noch effizientere und zugleich ökonomisch sinnvolle Nutzung des kostbaren regenerativen Energieträgers Biogas erreicht werden. Damit ist der Weg für noch mehr erneuerbare Energie aus Biomasse bereitet und ein weiterer Beitrag für eine Klimaschonende Energieversorgung der Zukunft geleistet.

Als „weiterer Baustein für eine umweltfreundliche Energiegewinnung“ errang die Bio-Erdgas-Anlage Burgrieden im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs „Deutschland- Land der Ideen“ die Auszeichnung „Ausgewählter Ort 2008“. Eine unabhängige Jury hatte die Biogaseinspeisung der EnBW-Tochtergesellschaft Erdgas-Südwest GmbH aus rund 1.500 Bewerbern ausgewählt.

Vor allem im Jahr der Inbetriebnahme gab es auf der Anlage einen stetigen Besucherstrom, fast täglich wurden Besuchergruppen über die Anlagen geführt. Im Juni 2009 besuchte eine Delegation russischer Landwirte im Rahmen eines Austausches mit dem deutschen Bauernverband die Anlage und zeigten sich beeindruckt. In 2010 gab es bereits 34 Führungen auf der Anlage.

### **C. Projektergebnisse**

Die Aufbereitungsanlage in Burgrieden ist die erste kontinuierlich betriebene Biogasaufbereitungsanlage in Baden-Württemberg. Zudem ist diese Zusammenarbeit der Landwirtschaft und der Gasversorgung bisher einmalig in Deutschland.

Eingespeistes Bio-Erdgas:	2008	14.500.000 kWh
	2009	24.980.000 kWh
	2010	28.500.000 kWh (voraussichtlich)

Die Bioenergie Laupheim hat im Januar 2010 planmäßig die zweite Ausbaustufe in Betrieb genommen. Es werden nun kontinuierlich 600 m<sup>3</sup>/h Rohbiogas an die Erdgas Südwest geliefert, so dass die Gasaufbereitungsanlage ausgelastet ist. Sie gehört damit zu den größten kontinuierlich betriebenen Anlagen in Baden-Württemberg.

Das Bio-Erdgas kann aufgrund der Einspeisung in das Erdgasnetz ebenso vielfältig genutzt werden wie Erdgas. Zum einen bietet sich aufgrund der Förderung durch das Erneuerbaren-Energien-Gesetz die Nutzung von Bio-Erdgas in KWK-Anlagen an. Die Erdgas Südwest hat bereits mehrere Kunden die zu 100 % Bio-Erdgas beziehen.

Das Erneuerbaren-Wärme-Gesetz schafft den Anreiz das Bio-Erdgas auch zunehmend in Heizungsanlagen als Brennstoff zu nutzen. Dort wird es in der Regel bis zu 20 % beigemischt.

Auch die Nutzung als Kraftstoff ist möglich. Die Erdgas Südwest mischt dem Kraftstoff an ihren Erdgastankstellen 10 % Biogas zu.

Die Biogasanlage bietet der Landwirtschaft Planungssicherheit und Grundsicherung für einen Teil ihrer Produktion und der Energiewirtschaft Versorgungssicherheit zu berechenbaren Kosten.

Auf diesem Modell basierend baut die Erdgas Südwest ihre Tätigkeiten im Bereich der erneuerbaren Energien kontinuierlich aus.



#### **4. Kurzportraits der Wettbewerbssieger auf europäischer Ebene 2010/11**

Im Folgenden werden die Preisträger des European Enterprise Award 2010/11 anhand der von der Europäischen Kommission bereitgestellten Informationen kurz präsentiert.

**SIEGER  
2010/11**



Kat. 1: "Preis für die Förderung des Unternehmergeistes"

**Zentrum für Bienenzüchtungsforschung, Entwicklung und  
Nutzung, Düzce Universität (Türkei):**

**Zusammen können wir mehr erreichen!  
(Bienenzucht, Honigproduktion und Forstwirtschaft mit  
nachhaltiger Entwicklung)**

Postanschrift:	Düzce TÜRKEI
Web-Adresse:	<a href="http://www.duzce.edu.tr">http://www.duzce.edu.tr</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Meral Kekeçoğlu Assistenz des Professors
e-mail:	<a href="mailto:meralkekecoglu@duzce.edu.tr">meralkekecoglu@duzce.edu.tr</a>

## **Lokale Honigbienen beflügeln unternehmerische Begeisterung**

Das Projekt des Zentrums für Bienenzüchtungsforschung, Entwicklung und Nutzung der Duzce Universität (DAGEM) verbindet die traditionelle Tätigkeit der Imkerei mit dem Unternehmergeist. Es nutzt die Entdeckung der einzigartigen Yiğilca Honigbiene, die dreimal mehr Honig als andere Bienenrassen produziert. Um diese Entdeckung nachhaltig auszuschöpfen, führte das DAGEM Workshops, Seminare und Schulungen über die Bienenzucht und Honigproduktion ein und ermunterte die Bevölkerung sich durch eine Beteiligung die notwendigen Fähigkeiten zu erwerben. Um die Bienenzucht möglich zu machen bearbeitete die Universität 255 Hektar Wald und half vielen Einheimischen, vor allem Frauen und Arbeitslosen, ihre eigenen Bienenstöcke aufzubauen. Mit dem Bestreben von lokaler Entwicklung ist es dem Projekt durch die Kombination von Waldentwicklung, Imkerei und Honigproduktion gelungen, neue Märkte zu erschließen.

Die Imkerei wird in der örtlichen Gemeinschaft mittlerweile als ein wichtiger Arbeitsmarkt anerkannt, da die Initiative dazu beigetragen hat die Arbeitslosigkeit und die Höhe der Abwanderung aus der Region zu senken. Die Stadt ist nun unabhängig bei der Züchtung von Bienenköniginnen und hat ein Jahreseinkommen von 750.000 Euro – über dem jährlichen Stadtbudget in Höhe von 6.000 Euro.

**SIEGER**  
**2010/11**

Kat. 2: "Preis für Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten"



**Amsterdamer Zentrum für Unternehmertum (Niederlande):**

**Zentrum der Amsterdamer Schulen für Unternehmertum  
 (CASE)**

Postanschrift:	Roetersstraat 11 NL-1018 WB Amsterdam NIEDERLANDE
Web-Adresse:	<a href="http://www.ace-amsterdam.org">http://www.ace-amsterdam.org</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Erik Boer Direktor
e-mail:	<a href="mailto:f.boer@uva.nl">f.boer@uva.nl</a>

### **Vermittlung unternehmerischen Denkens durch praktische Erfahrungen aus dem realen Arbeitsumfeld Amsterdams**

Das Zentrum der Amsterdamer Schulen für Unternehmertum (CASE) wurde gegründet, weil niederschmetternde 90 Prozent der Studenten bis dahin noch keinen Kontakt mit dem Unternehmertum hatten und es deshalb nie als eine berufliche Karriere-möglichkeit ansahen. Aus diesem Grund hat sich CASE bemüht neue Unterrichts-formen mit einem starken Fokus auf unternehmerische Fähigkeiten zu entwickeln. Das Projekt entwickelt fachübergreifende Schulungen rund um das Unternehmertum für alle Studienphasen und Fakultäten. Als Bestandteil der Ausbildung ermöglicht das Programm den Studierenden – entweder während des Semesters oder während der Sommerschule – neue Unternehmen zu gründen und dadurch aus erster Hand un-ternehmerische Erfahrungen zu sammeln. CASE ermöglicht allen Studenten ein Stu-dium im Bereich Unternehmertum: Entrepreneurship-Kurse, Nebenfächer, ein Aus-zeichnungsprogramm und der Magister im Unternehmertum stehen den Studieren-den zur Verfügung.

Seit der Gründung hat das Programm die Anzahl der Studierenden, die das Unter-nehmertum als berufliche Option betrachten, verdreifacht. Zweitausend Studenten, sowie 1.000 Studenten in den sechs Nebenfächern, nahmen an den Entrepreneurs-

hip-Kursen teil und erlebten die Schaffung von 100 neuen Unternehmen mit. 300 Studenten haben sich für den Master-Studiengang eingeschrieben. Weiterhin wurden drei Bildungszentren für unternehmerische Ausbildung und studentische Existenzgründung verwirklicht und 20 Startups gegründet.

SIEGER  
2010/11

Kat. 3: "Preis für die Verbesserung des Unternehmensumfelds"



### Regionalrat Uppsala (Schweden):

#### E-Factory

Postanschrift:	Kristiansund 41 S-751 48 Uppsala SCHWEDEN
Web-Adresse:	<a href="http://www.regionuppsala.se">http://www.regionuppsala.se</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Tomas Stavbom Abteilungsleiter, Regionale Entwicklung
e-mail:	<a href="mailto:tomas.stavbom@regionuppsala.se">tomas.stavbom@regionuppsala.se</a>

### Förderung des ländlichen Wirtschaftstreibens durch E-Trade- und Mikro-Investments

Das E-factory-Projekt hat kreative und innovative Lösungen gefunden, um das Wirtschaftstreiben in der ländlichen Provinz Uppsala zu fördern und neue Arbeitsplätze zu schaffen. Die Plattform des Projektes bietet Beratungsdienste für Geschäftsentwicklungen mit dem Ziel bestehende Unternehmen und Einzelpersonen, die einen Betrieb in der ländlichen Region gründen wollen, zu unterstützen. Ein Gründerzentrum bietet Coaching und Mentoring im Bereich Geschäftsentwicklung, Wirtschaft und E-Trade an. Die Teilnehmer besuchen regelmäßig Netzwerkaktivitäten sowie Seminare und Workshops. Ein Mikro-Kredit-Programm, speziell für dieses Projekt entwickelt und durch die Herby Model zur Verfügung gestellt, ermöglicht den Anwohnern für weniger als 50 Euro pro Person in die örtlichen Unternehmen zu investieren, wodurch die Bevölkerung einen Anteil und eine Wahl an der lokalen Geschäftsentwicklung hat. Ein Schwerpunkt lag hierbei auf dem Internet- und E-Trade, da besonders für Unternehmen in ländlichen Gebieten die technischen Entwicklungen in der Informations- und Datenverarbeitung wichtig sind.

Das Resultat der E-Factory ist die Schaffung von 39 neuen Unternehmen und 179 neuen Arbeitsplätzen, sowie die Anhebung der durchschnittlichen Erlöse um 30 Pro-

zent allein in der Gemeinde Habo. Neue Unternehmen erzielten durchschnittlich einen Umsatz von 10,8 Millionen schwedische Kronen; im Jahr 2010 wuchs diese Zahl auf 71,3 Millionen Kronen.

**SIEGER**  
**2010/11**

Kat. 4: "Preis für die Unterstützung der Internationalisierung  
von Unternehmen"



**Handelskammer Prato (Italien):**

**Rethinking the Project**

Postanschrift:	Via Valentini, 14 I-59100 Prato ITALIEN
Web-Adresse:	<a href="http://www.po.camcom.it">http://www.po.camcom.it</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Silvia Gambi Direktor für Außenbeziehungen
e-mail:	<a href="mailto:silvia.gambi@po.camcom.it">silvia.gambi@po.camcom.it</a>

## **Internationalisierung von Unternehmen in Prato durch Produkt-Experimente**

Rethinking the Product ermutigt Unternehmen zur Zusammenarbeit, Internationalisierung und zur Entwicklung neuer Anwendungen für ihre Produkte. Das Projekt zielt darauf ab, Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen zu unterstützen, so dass diese zusammenarbeiten um neue Prototypen zu entwerfen, die von den „traditionellen Produkten“ der Unternehmen inspiriert sind. Unterstützt von Designern und Marketingexperten haben Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, von Inneneinrichtung und Textilien bis hin zu Lederwaren die Möglichkeit, ihre Fachkenntnisse mit neuartigen Produkten zu testen. Auf diese Weise hat ein Textilunternehmen begonnen Bücherregale auszupolstern und ein traditioneller Lederhersteller einen Leder-Flaschenhalter angefertigt. Die Prototypen werden auf internationalen Messen und Veranstaltungen sowie überall auf lokaler Ebene vorgestellt.

Im Laufe des Projektes wurden 49 Prototypen kreiert, an die Bedürfnisse des Marktes angepasst und zum Verkauf freigegeben. Während der Hongkong InnoCenter Messe im Jahr 2008, wurden 18 Prototypen aus 24 teilnehmenden Unternehmen vorgestellt. Im Jahre 2009 wurden 18 Prototypen aus 34 teilnehmenden Unternehmen auf dem Design Interior Festival in Tokio präsentiert.



**SIEGER**  
**2010/11**

Kat. 5: "Preis für verantwortliches und umfassendes  
Unternehmertum"



**Hotel Panda Ltd. (Ungarn):**

**Hotel Panda**

Postanschrift:	Pasaréti út 133. H-1026 Budapest UNGARN
Web-Adresse:	<a href="http://www.hotelpanda.hu">http://www.hotelpanda.hu</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Bela Kocsy Manager and Co-owner
e-mail:	<a href="mailto:manager@hotelpanda.hu">manager@hotelpanda.hu</a>

### **Wie man kommerziell und wettbewerbsfähig sein kann und eine innovative Beschäftigungspolitik betreibt**

Die Besitzer des Hotel Panda versuchen Menschen mit Behinderungen in die Wirtschaft zu integrieren und bieten ihnen Beschäftigungsmöglichkeiten, die sie sonst nicht hätten. Das Hotel erzielt eine herausragende Stellung im Tourismus mit einem einzigartigen Beschäftigungsmodell: ein Team von Mitarbeitern mit unterschiedlichen Behinderungen. Mit Schulungen, Bildungskonferenzen und einer Politik der offenen Tür wird angestrebt, gesellschaftliche Vorurteile und falsche Annahmen über Menschen mit Behinderung abzubauen. Das Hotel ist als zertifizierte Volkshochschule registriert und macht es somit möglich eine Ausbildung anzubieten, welche zu einer Bewerbung der Teilnehmer führt. Es arbeitet mit einer Vielzahl von öffentlichen und privaten Organisationen zusammen und bietet Schulungen und Seminare an, so dass auch andere lernen mit behinderten Personen zusammenzuarbeiten und auch behindertes Personal einzustellen.

Derzeit sind 95% der Mitarbeiter, die im Hotel Panda arbeiten, behindert. Die Besitzer behaupten auch, dass das Selbstvertrauen der behinderten Mitarbeiter gestiegen sei und ihre Beziehungen mit der Gemeinde sich verbessert hätten. Das Projekt wird zudem finanziell belohnt: Das Hotel hat seine Gewinne verdoppelt, welches beweist, dass es soziale Ziele mit einer erfolgreichen Unternehmenspolitik kombiniert hat.





**SIEGER**  
2010/11

Großer Preis der Jury



**Barcelona Activa SAU SPM (Spanien):**

**Zentrum für Unternehmertum Barcelona**

Postanschrift:	Carrer Llacuna 162–164 Barcelona SPANIEN
Web-Adresse:	<a href="http://www.barcelonanetactiva.com">http://www.barcelonanetactiva.com</a>
Kontaktperson (Name und Titel):	Anna Molero Roman Geschäftsführerin
e-mail:	<a href="mailto:elena.delrey@barcelonactiva.cat">elena.delrey@barcelonactiva.cat</a>

## **Wandel der unternehmerischen Landschaft von Barcelona**

Mit dem Ziel, das unternehmerische und wirtschaftliche Wachstum in Barcelona zu fördern, gründete die Stadtverwaltung 2004 das Barcelona Entrepreneurship Center. Es dient sowohl als Bezugspunkt für Unternehmer, als auch als Dreh- und Angelpunkt für Unternehmertätigkeiten, die durch die Aktivitäten und Ressourcen des Zentrums gefördert werden. Das Projekt verwendet ein innovatives Modell, das Online- und Vor-Ort-Dienstleistungen anbietet. Das ermöglicht den Unternehmen ihren eigenen Prozessablauf von der Geschäftsidee bis zur Gründung ihres Unternehmens zu planen. Fortbildungsmaßnahmen, Konferenzen und Workshops helfen dabei, unternehmerische Schlüsselqualifikationen zu erwerben und sind speziell auf die Bedürfnisse und Prioritäten der Unternehmer in den verschiedenen Wirtschaftssektoren zugeschnitten. Zu den angebotenen Trainings zählen sogenannte „knowledge pills“ bzw. kurze Sitzungen auf technischen Gebieten sowie „knowledge weeks“ für Unternehmer und spezielle Sommer-Trainings und Aktivitäten für Selbstständige. Das Zentrum stellt sämtliche Informationen in der Zeit zwischen Gründung, Etablierung und Expansion eines Unternehmens bereit und bietet zudem Einzel-Coachings, Zugang zu Gründerzentren und einen Online-Express-Service für die Einarbeitung an. Mehr als 222.000 Menschen besuchen jedes Jahr die Veranstaltungen. Mehr als 2.100 Geschäftsideen betreut das Zentrum, bei einer Existenzgründungsrate von 70



Prozent pro Jahr: Das sind jährlich 1.260 neue Unternehmen, insgesamt 6.214 Firmen seit 2004. Jedes neue Unternehmen, das mit Unterstützung des Zentrums gegründet wurde, schafft durchschnittlich 1,9 Arbeitsplätze. Bis heute entstanden 11.800 neue Arbeitsplätze.

## 5. Teilnahmestatistik 2010/11

Für die deutsche Vorausscheidung des European Enterprise Award 2010/11 gingen beim IfM Bonn insgesamt 25 Bewerbungen ein. Mit einem Anteil von insgesamt 60 % entfiel der Großteil der Bewerbungen auf die Kategorien 1 "Förderung des Unternehmergeistes" und 2 "Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten" (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Eingegangene deutsche Bewerbungen 2010/11 nach Preiskategorien

Kategorie	Bezeichnung	abs.	in %
1	Förderung des Unternehmergeistes	7	28,0
2	Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten	8	32,0
3	Verbesserung des Unternehmensumfelds	4	16,0
4	Unterstützung der Internationalisierung von Unternehmen	3	12,0
5	Verantwortliches und umfassendes Unternehmertum	3	12,0
<b>Insgesamt</b>		<b>25</b>	<b>100,0</b>

Nachdem in den vier vorherigen Wettbewerbsrunden 2006, 2007, 2008/09 und 2009/10 die meisten Bewerbungen jeweils von nordrhein-westfälischen Projektträgern eingereicht wurden, kamen für den European Enterprise Award 2010/11 die meisten Bewerbungen (sechs) erstmalig aus Bayern (vgl. Tabelle 2). Auf den weiteren Plätzen folgen Rheinland-Pfalz mit vier sowie Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen mit jeweils drei eingereichten Bewerbungen.

Tabelle 2: Eingegangene deutsche Bewerbungen 2010/11 nach Preiskategorien

Bundesland	abs.	in %
Bayern	6	24,0
Rheinland-Pfalz	4	16,0
Baden-Württemberg	3	12,0
Nordrhein-Westfalen	3	12,0
Berlin	2	8,0
Hessen	2	8,0
Brandenburg	1	4,0
Hamburg	1	4,0
Mecklenburg-Vorpommern	1	4,0
Niedersachsen	1	4,0
Berlin/Nordrhein-Westfalen	1	4,0
<b>Insgesamt</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

In den 32 europäischen Staaten, in denen der European Enterprise Award ausgeschrieben wurde, beteiligten sich 2010/11 insgesamt 399 Projekte an den jeweiligen nationalen Vorausscheidungen (vgl. Tabelle 3) (2009/10: 338; 2009/09: 350; 2007:

325; 2006: 405). An der Spitze der Länder mit den höchsten Teilnahmezahlen stand - wie bereits in den drei Vorjahren - das Vereinigte Königreich (97), gefolgt von Portugal (39). Mit insgesamt 25 eingegangenen Bewerbungen nimmt Deutschland nach der Türkei (29) den vierten Platz ein (2009/10: 31; 2009/09: 30; 2007: 16; 2006: 52).

Tabelle 3: Eingegangene Bewerbungen in den 32 teilnehmenden europäischen Staaten 2010/11

<b>Staat</b>	<b>abs.</b>	<b>in %</b>
Vereinigtes Königreich	97	24,3
Portugal	39	9,8
Türkei	29	7,3
Deutschland	25	6,3
Ungarn	21	5,3
Frankreich	19	4,8
Malta	18	4,5
Italien	16	4,0
Österreich	16	4,0
Niederlande	15	3,8
Spanien	13	3,3
Polen	11	2,8
Tschechien	10	2,5
Schweden	9	2,3
Belgien	8	2,0
Dänemark	7	1,8
Kroatien	6	1,5
Litauen	6	1,5
Bulgarien	5	1,3
Finnland	5	1,3
Serbien	5	1,3
Griechenland	4	1,0
Estland	3	0,8
Irland	3	0,8
Lettland	3	0,8
Island	2	0,5
Slowakei	2	0,5
Norwegen	1	0,3
Zypern	1	0,3
Luxemburg	0	0,0
Rumänien	0	0,0
Slowenien	0	0,0
<b>Insgesamt</b>		<b>100,0</b>

Der hohe Zuspruch im Vereinigten Königreich ist u.a. auch darauf zurückzuführen, dass der European Enterprise Award dort im Rahmen des Wettbewerbs "[Enterprising Britain](#)" durchgeführt wird, der landesweit in allen zwölf Regionen mit großem Aufwand, hohem PR-Budget und Preisgeldern für die einzelnen Regionalsieger umgesetzt wird.

Die 29 Teilnehmerländer, bei denen Bewerbungen für die nationale Vorausscheidung eingegangen sind, haben insgesamt 54 Projekte für den Wettbewerb auf europäischer Ebene nominiert. Mit knapp 39 % wurden die meisten Nominierungen in der Kategorie 1 vorgenommen, gefolgt von den Kategorien 3 und 5 mit prozentualen Anteilen in Höhe von 18,5% bzw. 14,8% (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Nominierungen für den Wettbewerb auf europäischer Ebene 2010/11 nach Preiskategorien\*

Kategorie	Bezeichnung	abs.	in %
1	Förderung des Unternehmergeistes	21	38,9
2	Investitionen in Kenntnisse und Fertigkeiten	7	13,0
3	Verbesserung des Unternehmensumfelds	10	18,5
4	Unterstützung der Internationalisierung von Unternehmen	7	13,0
5	Verantwortliches und umfassendes Unternehmertum	8	14,8
	ohne Angabe seitens der Europäischen Kommission	1	1,9
<b>Insgesamt</b>		<b>54</b>	<b>100,0</b>

(\*) nach evtl. Umschichtung von Bewerbungen durch die europäische Expertenjury

## 6. Zeitlicher Ablauf des European Enterprise Award 2010/11

13. Juli 2010: Offizieller Start des Wettbewerbs
1. Oktober 2010: Teilnahmeschluss für die deutsche Vorausscheidung
26. Oktober 2010: Sitzung der nationalen Expertenjury im IfM Bonn zur Auswahl der zwei deutschen Kandidaten für den Wettbewerb auf europäischer Ebene
- November bis Dezember 2010: Coaching des IfM Bonn zur gemeinsamen Überarbeitung der Bewerbungsunterlagen
10. Dezember 2010: Einsendeschluss für den Wettbewerb auf europäischer Ebene (englischsprachige Unterlagen)
24. Mai 2011: Feierliche Preisverleihung in Budapest im Rahmen der zweitägigen Konferenz "[Mobilising SMEs for the Future of Europe](#)"

## 7. Zusammensetzung der deutschen Expertenjury 2010/11

Die auch im Jahr 2010 hochkarätig besetzte deutsche Expertenjury zeichnete sich wiederum durch besondere Expertise auf den Gebieten "Gründungs-, Mittelstands- und Regionalförderung" aus. Bei großer personeller bzw. institutioneller Kontinuität wirkten Experten aus neun Institutionen an der Auswahl der zwei deutschen Kandidaten für den Wettbewerb auf europäischer Ebene mit. Nach vorheriger ausführlicher Analyse der eingereichten Bewerbungsunterlagen tagte die Expertenjury am 26. Oktober 2010 unter der Leitung von Prof. Dr. Johann Eekhoff, Präsident des IfM Bonn, und nominierte nach eingehender Diskussion und Meinungsbildung die beiden deutschen Teilnehmer für die europäische Wettbewerbsrunde.

### Mitglieder der Expertenjury

Josef Düren	<a href="#"><u>Bundesverband der Deutschen Industrie</u></a>
Dr. Nikolaus Förster	<a href="#"><u>Impulse - Das UnternehmerMagazin</u></a>
Dr. Busso Grabow	<a href="#"><u>Deutsches Institut für Urbanistik</u></a>
Carsten Hansen	<a href="#"><u>Deutscher Städte- und Gemeindebund</u></a>
Dr. Christian Renz	<a href="#"><u>Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg</u></a>
Susanne Rumpf	<a href="#"><u>Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie</u></a>
Gerd Schießler	<a href="#"><u>Deutscher Verband der Wirtschaftsförderungs- und Entwicklungsgesellschaften e.V.</u></a>
Dr. Stephan Wimmers	<a href="#"><u>IHK NRW - Die Industrie- und Handelskammern in Nordrhein-Westfalen e.V.</u></a>
Matthias Wohltmann	<a href="#"><u>Deutscher Landkreistag</u></a>