



Der Plan zur Idee

Seminar an der TU Darmstadt unterstützt Unternehmensgründer

Darmstadt, 23. Juli 2013. Der eine hat die Geschäftsidee, der andere den Plan, wie man sie am besten potenziellen Geldgebern verkauft und auf sichere Füße stellt. An der TU Darmstadt bringt ein Businessplan-Seminar beide Seiten zusammen. Die Ergebnisse stellten Studierende nun einer Jury vor – erster Prüfstein fürs reale Geschäftsleben.

Sechs Geschäftsideen aus seinem Beratungsalltag hatte Kai Blanck von der Gründungsberatung der TU Darmstadt dabei, als er zusammen mit Professor Dirk Schiereck, Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften, im Sommersemester das Businessplan-Seminar nach längerer Pause neu auflegte. Die Aufgabe für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer: In enger Zusammenarbeit mit den Ideenfindern einen tragfähigen Business-Plan erarbeiten und formulieren, einschließlich nötiger Recherchen zum Markt, zur Konkurrenzsituation, zu eventuellen Zulassungsbestimmungen und zu den Finanzen. Unter fast realen Bedingungen stellten die sechs Teams „ihre“ Geschäftsideen nun einer Jury mit Jörg Bartsch, BusinessAngels Frankfurt-RheinMain e.V., Manfred Bernhardt, Wirtschaftspaten e.V. und Sascha Peters, IHK Darmstadt vor. „Die Projektvorstellung wurde so gehalten, als wäre es eine Präsentation für Investoren gewesen“, sagt Kai Blanck. Die Wirtschaftsexperten erstellten über ein Punktesystem ein Ranking der besten Präsentationen.

Von der Seminar-Idee profitieren beide Seiten. Potenzielle Geschäftsgründer, die dabei Unterstützung brauchen, bekommen einen fundierten Businessplan, und angehende Wirtschaftsinformatiker und Wirtschaftsingenieure studieren das Thema Unternehmensgründung praxisnah und lernen für die eigene Zukunft. „Viele spielen seit längerem mit dem Gedanken, sich selbstständig zu machen, hatten bis dato aber keine konkrete Idee, wie sie ihr Geschäftskonzept zu Papier bringen müssen, um überhaupt eine solide Basis für finanzielle Unterstützung erlangen zu können“, sagt Dirk Schiereck. Die Resonanz bei den Studierenden sei sehr positiv, und der Lerneffekt auch, da das Verständnis für das „Objekt Unternehmen“ und die feinen Abhängigkeiten im betriebswirtschaftlichen Gefüge gesteigert werde. Außerdem werde der Blick auf eine ganz zentrale Frage gelenkt, so Schiereck: „Womit verdient ein Unternehmen warum Geld? Wer das beantworten kann, wird auch stets eine Finanzierung für das Unternehmen finden.“ Zudem lasse sich die Überlebenschance eines jungen Unternehmens deutlich verbessern, wenn

Kommunikation und Medien
Corporate Communications

Karolinenplatz 5
64289 Darmstadt

Ihre Ansprechpartnerin:
Silke Paradowski
Tel. 06151 16 - 32 29
Fax 06151 16 - 41 28
paradowski.si@pvw.tu-darmstadt.de

www.tu-darmstadt.de/presse
presse@tu-darmstadt.de



Fehler in der Startphase vermieden würden. Auch darum gehe es in dem Seminar.

Das Besondere dieser Seminarkonstruktion ist, dass nicht die Ideenfinder selbst ihre Businesspläne erstellen, sondern dass sich Teams unterschiedlicher Fachrichtungen zusammenfinden und verständigen müssen. Fachfremde „Business-Plan-Berater“ fänden oft pfiffigere Verkaufsstrategien und griffigere Formulierungen als die Ideenfinder, die tief in der Materie steckten. „Wir bekommen häufig das Feedback von Banken und IHK, dass die Präsentationen eines Projekts nicht verständlich genug ist“, sagt Kai Blanck.

Von den sechs bearbeiteten Geschäftsideen wurden der „Energiespeicher“ von Hendrik Schaede, Daniel Fuhrmann, Dominik Unzicker und Peter Landgraf sowie die Idee „DressUp“ von Monika Mölk, André Sannerholt, Andrea Tschrepp und Ji Wang mit Punktegleichstand gemeinsam auf Platz eins gesetzt. Die Idee „Consetto“ mit der Präsentation von Michael Scharf, Ilina Dobрева und Philip Dräger kam auf Platz 2, und die „Perimag“ mit den Studierenden Lukas Burger, Waldemar Feldbusch, Simon Renz auf Platz 3. Für die potenziellen Geschäftsgründer fängt die Arbeit jetzt erst an. Mit ihren tragfähigen Businessplänen geht es zurück in die Gründungsberatung oder auf eigene Faust auf Investorensuche.

Das Businessplan-Seminar soll auch im kommenden Wintersemester angeboten werden. Zur Zeit werden die passenden Geschäftsideen gesammelt, überwiegend noch aus dem Uni-Umfeld – „aber die Bearbeitung von innovativen Ideen von außerhalb wäre prinzipiell auch möglich“, sagt Blanck. Er rechnet auch für das Wintersemester mit großer Nachfrage unter den Studierenden. Die Zielgruppe ist groß. „Vor allem möchten wir natürlich die Studierenden ansprechen, die ein ‚Gründergen‘ in sich verspüren und den Wunsch haben, nach dem Studium Unternehmer zu werden“, sagt Schiereck.

MI-Nr. 69/2013, sip