

Unternehmerische Projekte

Das Kernkonzept unternehmerischer Projekte ist es, eine Idee zu einem Geschäftsmodell zu entwickeln. Studierende können erleben, was es bedeutet Unternehmer in einer geschützten, spielerischen und realistischen Umgebung zu werden. In – idealerweise interdisziplinären – Teams streben sie danach, reale Probleme durch einen Business-Ansatz anzugehen.

Während dieses Inkubationsprozesses werden sie von Experten als Mentoren oder Coaches begleitet. Das Format ermöglicht den Teilnehmenden zu entscheiden, ob sie ihre Idee in die Realität umsetzen oder den Kurs nur als wertvolle Lernerfahrung betrachten.

Phase 1 – Planung und Vorbereitung

Definieren Sie die Aufnahmebedingungen für Studierende – zuverlässige Bewertungskriterien sind z.B. mit einer konkreten Idee und als Team. Eine sorgfältige Auswahl der Teilnehmenden kann durch ein Motivationsschreiben inklusive Beschreibung ihrer Idee oder Interessensgebiete erreicht werden.

Die Integration von Praktikern kann entweder durch die Auswahl relevanter Persönlichkeiten aus Ihrem Netzwerk erfolgen oder durch die Zusammenarbeit mit einem externen Partner, z.B. einem Inkubator. Das Format kann abhängig von der Verfügbarkeit, dem Tätigkeitsbereich und dem Ort variieren, z.B. in Form von inspirierenden Gastvorlesungen oder Exkursionen.

Phase 2 – Startphase

Die Startphase ist entscheidend für die Atmosphäre und die Dynamik der gesamten Gruppe. Beginnen Sie idealerweise mit einer Kick-Off-Veranstaltung, die die Teilnehmenden zusammenbringt und die vorhandenen Ideen sichtbar macht. Es ist der Moment der Klärung des Ausgangspunkts und der Zielsetzungen. Für den Abschluss des Kurses gibt es mehrere Optionen: ein realistisches Geschäftsmodell (Mindestanforderung), ein solider Businessplan, ein dokumentierter Prototyp oder ein umfassender Förderantrag.

Das Verlassen der üblichen (Universitäts-) Umgebung für 3-5 Tage, z.B. in eine ländliche Umgebung, erhöht die Aufmerksamkeit und stellt das unternehmerische Projekt in den Mittelpunkt. Neben der Intensivierung des Lernprozesses schafft ein solches "Start-up Camp" eine besondere Atmosphäre, baut Vertrauen auf und stärkt das Engagement der Teilnehmenden.

Phase 3 – Entwicklung des Geschäftsmodells

Der Weg von der Idee zum Geschäftsmodell ist geprägt von einem iterativen Entwicklungsprozess. Das Business Model Canvas von Osterwalder und Pigneur (2010) ist ein beliebtes Werkzeug zur Unterstützung dieses Prozesses; es wurde angepasst, indem 2015 ökologische und soziale Auswirkungen in das Sustainable Business Model Canvas von Ambros und Schmitz integriert wurden.



Die Studierenden arbeiten simultan an allen Elementen des Geschäftsmodells, berücksichtigen Zusammenhänge und wahren die Kohärenz. Die ganzheitliche Betrachtung der Geschäftstätigkeit umfasst Überlegungen zu ökologischen und sozialen Auswirkungen. Diese können mit Hilfe des CASE Sustainability Performance Tools oder der Input-Output-Impact-Methode (iooi)¹ analysiert und dargestellt werden.

Das Testen der Hypothesen innerhalb des Geschäftsmodells ist ein wesentlicher Schritt. Abhängig von den zur Verfügung stehenden Zeitressourcen erfolgt ein Reality-Check in Form von kurzen Interviews oder eines Prototyping. Ein Prototyp ist ein kleines realistisches Beispiel für das Kernprodukt und/oder die Dienstleistung. Die getesteten Aspekte werden bewertet und dienen zur Verbesserung des Geschäftsmodells.

Phase 4 – Businessplan

Ein tragfähiges Geschäftsmodell sollte das Mindestergebnis von unternehmerischen Projekten sein. Der potenzielle konsequente Schritt ist die Transformation des Modells in einen detaillierten und operativen Businessplan. In Übereinstimmung mit den Elementen des Geschäftsmodells beinhaltet dieser darüber hinaus u.a. konkrete Meilensteine, eine solide Finanzplanung und eine klare Kommunikationsstrategie.

Phase 5 – Abschlusspräsentation

Ein Höhepunkt des Kurses ist üblicherweise die Abschlusspräsentation. Sie macht alle Anstrengungen sichtbar und bietet eine weitere Möglichkeit, Feedback von einem breiteren Publikum zu erhalten. Eine öffentliche Veranstaltung ist die ideale Lösung, um auch externe Gäste (z.B. Investoren) und potenzielle zukünftige Teilnehmende zu gewinnen.

"Die Studierenden erkennen, dass Unternehmertum emotional ist. Es geht nicht nur darum, Zahlen zu berechnen oder zu sehen, ob es sich lohnt." Lehrender, Universität Göteborg

Vorteile

- *Innovative Geschäftsideen entdecken, bewerten und umsetzen*
- *Unternehmergeist fördern*
- *Lernen Risiken zu verstehen und damit umzugehen*
- *Fördert Kreativität und Einfallsreichtum*
- *Ansteckende Begeisterung zwischen Studierenden und Lehrenden*

Erfolgsfaktoren

- *Ausrichtung auf die Umsetzung eigener Ideen*
- *Kreativität fördernde Freiräume in einem klaren Rahmen*
- *Vielfalt von Wissen und Kompetenzen von Partnern / Coaches*
- *Unternehmerisches Denken der Kooperationspartner*

Herausforderungen

- *Abstimmung von studentischen Projekten mit relevanten Kooperationspartnern*
- *Festlegung von Kursgrenzen und Aktivitäten über den Studienplan hinaus*
- *Einbettung von Nachhaltigkeits- und verwandten Konzepten*
- *Integration eines "Start-up-Camps" (mehrere Tage außerhalb der Universität)*

¹ Method to measure societal impact developed by Riess, Birgit (ed.) (2010). Using the iooi Method to Plan and Benchmark Corporate Citizenship, Bertelsmann Stiftung.

