

Arbeitspapier 2/2014

Vergleichende Analyse nationaler Gründungswettbewerbe

Mit besonderem Fokus auf den Gründerwettbewerb –
IKT Innovativ des BMWi

Christiane Kerlen und Iris Eckardt

Vergleichende Analyse nationaler Gründungswettbewerbe

Mit besonderem Fokus auf den
Gründerwettbewerb – IKT Innovativ des BMWi

Christiane Kerlen und Iris Eckardt

Stand: Mai 2014

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Gründerwettbewerb – IKT Innovativ im Fallvergleich	6
2.1	Vergleich mit IKT-orientierten Wettbewerben	6
2.2	Vergleich mit Partnerinitiativen	11
3	Der größere Kontext – Gründerwettbewerbe in Deutschland	14
3.1	Gründungswettbewerbe in Deutschland im Vergleich (2010-2013)	14
3.1.1	Wettbewerbsarten	15
3.1.2	Preise	16
3.1.3	Qualifizierungsmaßnahmen	17
3.1.4	Geographische Ausrichtung	19
3.2	Gründungswettbewerbe in Deutschland 2013	21
3.2.1	Spezialisierung auf besondere Zielgruppen	21
3.2.2	Ablauf und Kategorisierung der Wettbewerbe	22
3.2.3	Art und Umfang von Qualifizierungsmaßnahmen	23
3.2.4	Vielfältigkeit der Wettbewerbsarten	26
3.2.5	Fokussierung der Wettbewerbe auf Phasen im Gründungsprozess	27
4	Fazit	28
5	Literatur	29
6	Anhang	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Durchschnittliche Anzahl an Bewerbungen pro Jahr	10
Abbildung 2: Anzahl regionaler und bundesweiter Gründungswettbewerbe 2005-2013	14
Abbildung 3: Verteilung der Wettbewerbstypen deutscher Wettbewerbe	16
Abbildung 4: Anteil deutscher Gründungswettbewerbe, die Qualifizierungsmaßnahmen anbieten	18
Abbildung 5: Betreuungsintensität deutscher Gründungswettbewerbe	19
Abbildung 6: Verteilung der regionalen Wettbewerbe in 2013 auf die Bundesländer	20
Abbildung 7: Zuordnung zu den Zielgruppen 2013	21
Abbildung 8: Übersicht Ablauf 2013	22
Abbildung 9: Übersicht zur Existenz eines Kategorienschemas 2013	22
Abbildung 10: Betreuungsmaßnahmen 2013	23
Abbildung 11: Verteilung der Wettbewerbstypen deutscher Wettbewerbe 2013	26
Abbildung 12: Fokussierung der Wettbewerbe auf die einzelnen Phasen 2013	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Gründungswettbewerbe, die thematisch auch dem Bereich IKT zugeordnet werden können	7
Tabelle 2: Partnerinitiativen des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ	12
Tabelle 3: Typisierung von Gründungswettbewerben	15
Tabelle 4: Zusammenhang Qualifizierungsmaßnahmen und Zielgruppe des Wettbewerbs	24
Tabelle 5: Zusammenhang Qualifizierungsmaßnahmen und Art des Wettbewerbs	25
Tabelle 6: Kategorie „Spezifische Zielgruppe“	30
Tabelle 7: Kategorie „Art des Wettbewerbs“	31
Tabelle 8: Kategorie „Ablauf“	32
Tabelle 9: Kategorie „Betreuung“	32
Tabelle 10: Kategorie „Kategorienschema“	33
Tabelle 11: Kategorie „Fokussierte Phase“	33
Tabelle 12: Kategorie Zielgruppe in farblicher Zuordnung zur jeweils fokussierten Phase	34

1 Einleitung

Gründungswettbewerbe sind seit der Durchführung des ersten Wettbewerbs in Deutschland im Jahr 1996¹ inzwischen zu einem festen Bestandteil der Gründungsförderlandschaft geworden. Mit dem Vorläufer des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ, dem Gründerwettbewerb Multimedia, der im Jahr 1997 ins Leben gerufen wurde, hat die Bundesregierung diesen Trend frühzeitig erkannt.

Seit 2010 unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie mit dem weiter entwickelten „Gründerwettbewerb – IKT Innovativ“ Gründerinnen und Gründer mit innovativen Geschäftsideen, die auf IKT-basierten Produkten und Dienstleistungen beruhen.

Um den Wettbewerb an veränderte Rahmenbedingungen anpassen zu können, sein Management kontinuierlich zu verbessern und seinen Erfolg zu messen, wird er durch eine Begleitforschung in Form einer integrierten Wirkungsanalyse begleitet. Diese umfasst Aufgabenpakete, die von der kontinuierlichen Analyse des Umfeldes über regelmäßige Befragungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bis hin zur Längsschnittanalyse der gegründeten Unternehmen reichen. Der Vergleich mit anderen Gründungswettbewerben ist dabei eine Aufgabe, die mit Beginn des *Gründerwettbewerb – Mit Multimedia erfolgreich starten* seit 2005 mit eigenen, jährlichen Recherchen durchgeführt wird. Eine zentrale Erkenntnis hierbei ist, dass der Gründerwettbewerb in seiner Ausrichtung – offen für Teilnehmende aus dem gesamten Bundesgebiet, mit einem Angebot an umfangreichen Qualifizierungs- und Coachingmaßnahmen für die

Preisträger sowie der Fokussierung auf die IKT-Branche – nach wie vor einzigartig ist. Im Vergleich zu anderen Wettbewerben, die ebenfalls einen Schwerpunkt im Bereich der IKT aufweisen, hat er höhere Teilnehmerzahlen, und im Vergleich zu seinen vorwiegend regionalen Partnerinitiativen kann er auf höhere Gründungsquoten und stärkere Arbeitplatzeffekte verweisen.

Um die im Rahmen der Wirkungsanalyse des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ ermittelten Erfolgskennziffern in einen sinnvollen Vergleichskontext zu stellen, wurde mit Hilfe einer gezielten Recherche unter den mit dem Gründerwettbewerb – IKT Innovativ partnerschaftlich verbundenen Initiativen sowie ebenfalls auf den Bereich IKT fokussierten Wettbewerben der Versuch unternommen, Erfolgsindikatoren von anderen Wettbewerben zu ermitteln. Die Ergebnisse dieser Analysen beschreibt Kapitel 2.

Die vorliegende Publikation stellt weiter die Ergebnisse des systematischen Wettbewerbsvergleichs vor, der mit Beginn des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ 2010 begonnen wurde (Kapitel 3.1). Aufgrund der Entwicklungen in den letzten Jahren erschien es sinnvoll, die bisherigen Kategorien zur Beschreibung der deutschen Wettbewerbslandschaft zu überarbeiten. Die neuen Kategorien (siehe Anhang) sowie ihre Anwendung für das Jahr 2013 werden in Kapitel 3.2 vorgestellt.

¹ Vgl. Kerlen/Prescher 2010: Gründungswettbewerbe als Instrument der Gründungsförderung.

2 Gründerwettbewerb – IKT Innovativ im Fallvergleich

Um die inhaltliche Ausrichtung und die ermittelten Erfolgskennziffern des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ in einen sinnvollen Kontext zu stellen, wird er im Folgenden näher mit anderen IKT-orientierten Wettbewerben und den ihm partnerschaftlichen verbundenen, jedoch vorwiegend regional tätigen Initiativen verglichen. Um das Ergebnis vorweg zu nehmen: Der Gründerwettbewerb – IKT Innovativ ist in seiner spezifischen Ausrichtung nach wie vor einzigartig. Diese besteht in der Kombination aus der Offenheit für Teilnehmende aus dem gesamten Bundesgebiet, einem Angebot an umfangreichen Qualifizierungs- und Coachingmaßnahmen für die Preisträger sowie der Fokussierung auf die IKT-Branche.

2.1 Vergleich mit IKT-orientierten Wettbewerben

Inzwischen richtet sich eine Reihe von Wettbewerben ausdrücklich an Gründungen im IKT-Bereich. Die meisten sind jedoch entweder nur regional ausgerichtet oder bieten keine Coaching- und Qualifizierungsleistungen an.

Neben dem Gründerwettbewerb – IKT Innovativ gibt es in Deutschland noch elf weitere Wettbewerbe, die einen (Teil-)Schwerpunkt im Bereich der IKT haben. Sie lassen sich noch einmal unterteilen in Wettbewerbe, die sich zum einen an Gründungswillige bzw. noch sehr junge Unternehmen (1-2 Jahre am Markt) richten und hauptsächlich als Ideenwettbewerbe ausgetragen werden und zum anderen in Wettbewerbe, die neben gründungswilligen Personen/ Teams zusätzlich bzw. ausschließlich bereits länger etablierte Unternehmen ansprechen. Dieser zweite Typus wird hauptsächlich in Form von Businessplanwettbewerben ausgetragen und ist mit dem Ideenwettbewerb Gründerwettbewerb – IKT Innovativ daher nur bedingt vergleichbar.

Ein Vergleich gestaltet sich auch deswegen schwierig, da die jeweilige Definition des Teilnehmerbegriffs nicht eindeutig ist. In den verfügbaren Dokumenten wird von Anmeldungen, Bewerbern, Teams gesprochen.² Ob sich Anmeldungen oder Bewerbungen zum Beispiel auf Einzelpersonen beziehen oder auf Teams bzw. die Zahl der Skizzen/Businesspläne, ist somit nicht klar zuzuordnen.

² Die Recherchen zu den einzelnen Wettbewerben beziehen sich meist auf Pressemitteilungen oder anderweitige Dokumentationen. Die jährlichen Werte wurden aus diesen Zahlen errechnet und sind daher mit besonderer Vorsicht zu interpretieren. Ob eine durchschnittliche Betrachtung der Realität entspricht, oder ob die Zahlen tatsächlichen starken Schwankungen oder einer Progression unterliegen, ist nicht bekannt.

Tabelle 1: Gründungswettbewerbe, die thematisch auch dem Bereich IKT zugeordnet werden können

Wettbewerb	Thema	Region	Coaching	Preisgeld	Teilnehmerzahlen
Zielgruppe: Gründungswillige, noch junge Unternehmen (höchstens 1-2 Jahre am Markt)					
Art des Wettbewerbs: Hauptsächlich Ideenwettbewerbe					
Ideenwettbewerb <i>Gründerwettbewerb – IKT Innovativ</i>	Informations- und Kommunikationstechnologien	Bundesweit	Intensives Coaching für jeden Gewinner, Seminare, Coachings	2 Wettbewerbsrunden pro Jahr: pro Runde: 6 x 30.000 € 15 x 6.000 €	rund 500 Ideenskizzen pro Jahr
Innovationswettbewerb <i>IQ Innovationspreis Mitteldeutschland</i>	Automotive, Chemie/Kunststoffe, Energie/Umwelt/Solarwirtschaft, Informationstechnologie, Life Sciences Optik/Medizintechnik (Jena, Region Ostthüringen) Maschinen- und Anlagenbau (Magdeburg)	Mitteldeutschland (speziell Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen)	Nein	Hauptpreis: 15.000 € je Cluster: 7.500 € Halle: 6.000 € Leipzig: 5.000 € Magdeburg: 6.000 € Ostthüringen: 4.000 €	100-150 Anmeldungen pro Jahr
Businessplanwettbewerb <i>CyberChampions</i>	Hightech- oder IT-Branche	Region Karlsruhe	Für alle Teilnehmer: Feedback Finalisten: Pitch-Workshop	Best Concept: 1. Preis: 2.500 € 2. Preis: 1.000 € INIT-Innovationspreis für Entwicklungen bzw. Produkte mit besonders hohem Innovationsgrad 5.000 €	k.A.
Ideenwettbewerb <i>Execute your Ideas</i>	Digital Services	Bundesweit	Nein	Sachpreise	80-100 Bewerbungen pro Jahr
Ideenwettbewerb <i>Deutscher eLearning-Innovations- und Nachwuchs-Award D-ELINA 2013</i>	zukunftsweisende E-Learning-Anwendungen	Bundesweit	Nein	Höhe noch nicht bekannt	k.A.

Ideenwettbewerb <i>Innovators' Pitch</i>	Digital Life	Bundesweit	Nein	Sachpreise	50-100 Bewerbungen pro Jahr
Ideenwettbewerb <i>ERCIS Launch Pad</i>	IT-Produkte/Services	Bundesweit	Nein	Geld- und Sachpreise im Wert von 10.000 €	k.A.
Zielgruppe: Gründungswillige, UnternehmerInnen (etabliert + wachstumsorientiert) oder nur UnternehmerInnen (code_n)					
Art des Wettbewerbs: Hauptsächlich Businessplanwettbewerbe (1x Ideenwettbewerb, 1x gezielte Förderung)					
Businessplanwettbewerb <i>Hightech Award CyberOne</i>	Innovative und technologiebasierte Geschäftsideen aus allen Technologiebranchen, bspw.: Software/Hardware, Multimedia, Life Science usw.	Baden-Württemberg und angrenzende Wirtschaftsräume	Für alle Teilnehmer: Professionelle Mentoring - Einbindung in das Beratungs- und Betreuungsangebot der bwcon: Coaching Group Preisträger und Finalisten: Unterstützung durch einen Mentor der bwcon: Coaching Group. Finalisten: Coaching zur Vorbereitung auf die Jury-sitzung	Kategorie: Start-up 1. Preis: 10.000 € 2. Preis: 5.000 € Kategorie Wachstum 1. Preis: 10.000 € 2. Preis: 5.000 €	50-60 Bewerbungen pro Jahr
Businessplanwettbewerb <i>Münchener Businessplanwettbewerb</i>	Information und Kommunikation, Maschinenbau, Elektronik, Chemie/Biologie/Life Science, Nicht-Technisch	Südbayern	Schriftliches Feedback nach jeder Stufe, Crash-Kurse, Workshops	Stufe 1: 10 x 500 € Stufe 2: 1. Preis 4.000 € 2. Preis 2.000 € 3. Preis 1.500 € 4. Preis 1.000 € 5. Preis 750 €	Etwa 250 Bewerbungen pro Jahr

				Stufe 3:	
Intensive Förderung selektierter Konzepte <i>Plug & Work</i>	Automotive, Energiewirtschaft, IuK, Life Sciences, Optische Technologien, Produktionstechnik	Niedersachsen	Coaching	1. Preis 15.000 € 2. Preis 10.000 € 3. Preis 5.000 €	
				Perspektivpreis bei Preisgewinn und Performancepreis bei erfolgreicher Entwicklung zum Abschluss des Wettbewerbs, insg. 200.000 €	k.A.
Ideenwettbewerb <i>Code_n Award</i>	IT-Anwendungen/Lösungen/Produkte	International	Nein	30.000 €	Zwischen 250 und 450 Bewerbungen pro Jahr
Businessplanwettbewerb <i>BPW Schwaben</i>	Generell offen für alle Branchen, aber Schwerpunkte: Informations- und Kommunikationstechnologie, Life Science/Biotech & Med-Tech	Landkreise des Regierungsbezirks Schwaben	Unterstützung durch Coaches aus dem Netzwerk, Seminare	1. Platz: 1.000 € 2. Platz: 750 € 3. Platz: 500 €	s. BPW München
				In den Stufen 2 und 3 gibt es weitere Geldpreise bis zu 15.000 Euro für den Gesamtsieger zu gewinnen.	
Businessplanwettbewerb <i>Businessplan-Wettbewerb Nordbayern</i>	Life-Science, Informations- und Kommunikationstechnologie, innovative Dienstleistungen	Bayern	Seminare, Workshops, schriftliches Feedback nach jeder Phase, individuelle Coachings, Mentoringprogramm – Dauer: bis zu sechs Monaten	Phase 1: 10 x 500 € Phase 2: 10 x 1.000 € Phase 3: 10.000 € 7.500 € 5.000 €	rund 140 Teams pro Jahr
				Sonderpreis: Phase 2 Hochschulgründerpreis 3.500 €	

Der Gründerwettbewerb – IKT Innovativ hat mit Abstand die höchste jährliche Teilnehmerzahl.³ Der Code_n Award hat ähnlich hohe Zahlen, allerdings schwanken diese stärker. Als international ausgerichteter Wettbewerb für UnternehmerInnen spricht er zudem ein anderes, potenziell größeres Teilnehmerfeld an. Der Münchener Businessplanwettbewerb hat mit rund 250 Bewerbungen pro Jahr ebenfalls hohe Teilnehmerzahlen. Der Innovationspreis Mitteldeutschland und der Businessplan-Wettbewerb Nordbayern bewegen sich mit etwa 150 Bewerbungen pro Wettbewerb an vierter Stelle.

Für weitere Vergleichsmerkmale liegen bei Wettbewerben, die auch einen Schwerpunkt im Bereich der IKT haben, kaum Daten vor. Zusätzliche Angaben zu Gründungen und geschaffenen Arbeitsplätzen sind nur beim MBPW⁴ und beim Businessplan-Wettbewerb Netzwerk Nordbayern zu finden.⁵ Letzterer gibt an⁶, dass von den erfolgten Gründungen der Teilnehmer von 1998-2013 noch 616 am Markt aktiv sind. Diese beschäftigten zusammen 5.349 Mitarbeiter und erzielten im Jahr 2012 einen Umsatz in Höhe von insgesamt rund 479 Millionen Euro.

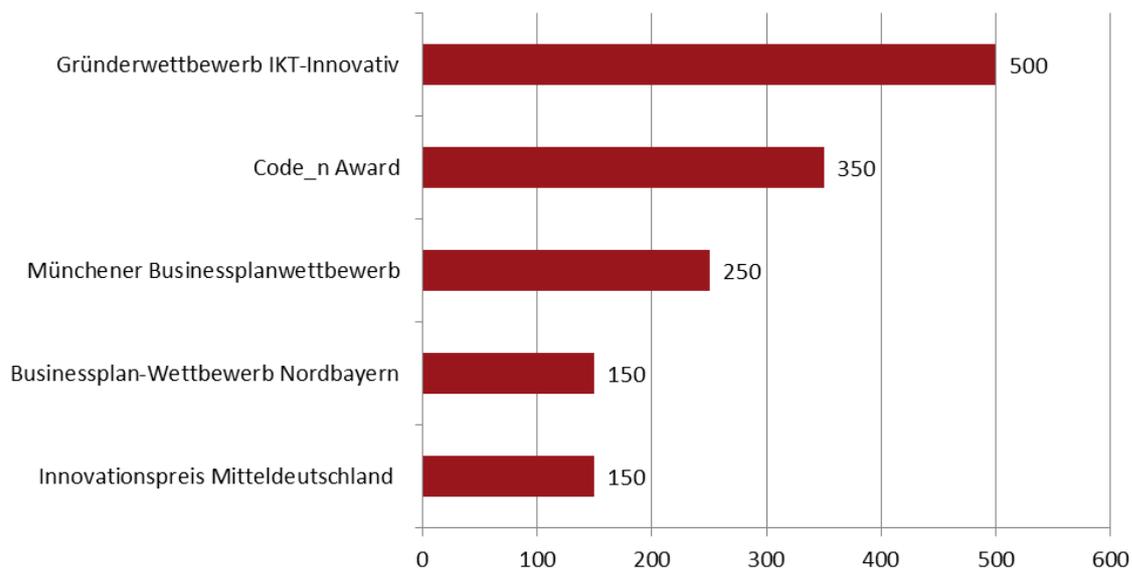


Abbildung 1: Durchschnittliche Anzahl an Bewerbungen pro Jahr

⁴Vgl. http://www.ingenieur.de/Arbeit-Beruf/Gruenderloungue/Businessplan-Wettbewerbe/Muenchener-Businessplan-Wettbewerb-Bilanz-16-Jahren?utm_source=VentureNews&utm_content=326&utm_medium=email&utm_campaign=VentureNews, Zugriff am 14.03.2014

⁵Für den Innovators' Pitch wird angegeben, dass die 50 Unternehmen, die sich 2013 beim Innovators' Pitch beworben haben, etwa 500 Beschäftigte haben. Hier kann jedoch nicht von „geschaffenen“ Arbeitsplätzen gesprochen werden.

⁶Vgl. Abschlussbericht Netzwerk Nordbayern 2013, www.netzwerk-nordbayern.de/assets/Downloads/2014/Abschlussbericht2013_netzwerk_nordbayern.pdf, Zugriff am 08.01.2014

³ Diese verteilt sich auf zwei Wettbewerbsrunden pro Jahr.

Daraus lässt sich eine durchschnittliche Beschäftigtenzahl von 8,7 je Unternehmen errechnen. Diese Zahl berücksichtigt jedoch das Alter des Unternehmens nicht. Weitere 63 Unternehmen wurden übernommen und sind daher nicht mehr für Umsatz- und Mitarbeiterzahlen berücksichtigt worden. Bei 2.148 Teilnehmerteams im gleichen Zeitraum lässt sich aus diesen Angaben eine Gründungsquote von 32 Prozent errechnen, wobei keine Angaben zu den nicht mehr existierenden Unternehmen vorliegen.

Beim Münchener Businessplanwettbewerb sind von den 1.050 erfolgten Gründungen zwischen 1996-2012 noch 874 Unternehmen am Markt. Die Überlebensrate liegt also etwa bei 83 Prozent. In den 874 Unternehmen wurden 6.600 Arbeitsplätze geschaffen und sie erwirtschafteten bisher einen Gesamtumsatz von 522 Millionen Euro. Daraus lässt sich eine durchschnittliche Beschäftigtenzahl von 7,6 je Unternehmen errechnen. Die durchschnittliche Gründungsquote liegt bei etwa 28 Prozent. Abzüglich der nicht mehr existierenden Unternehmen liegt sie um die 23 Prozent. Betrachtet man die Bewerbungen des MBPW, die nur den Schwerpunkt IKT haben, sind ab dem Jahre 2000 bis Anfang 2013 etwa 1.100 Bewerbungen eingegangen, von denen etwa 400 Teams gegründet haben, was eine Gründungsquote von 36 Prozent ergibt. Damit liegt die Gründungsquote leicht über dem Durchschnitt des gesamten MBPW. Der Anteil am Gesamtumsatz beträgt mit 173 Millionen Euro mindestens ein Drittel. Dabei sind die Umsätze von 1996-2000 an dieser Stelle noch nicht mit berücksichtigt.⁷ Ähnlich sieht es mit den geschaffenen Arbeitsplätzen aus.

⁷ Für die Daten bezüglich des IKT-Bereiches danken wir Frau Kerstin Bombös vom MBPW.

Mit 2.572 geschaffenen Arbeitsplätzen sind fast 40 Prozent⁸ aller geschaffenen Arbeitsplätze dem IKT-Bereich zuzuordnen. Anzumerken ist, dass über ein Drittel aller sich dort bewerbenden Teams dem IKT-Bereich angehören.

2.2 Vergleich mit Partnerinitiativen

Über die Ausrichtung von „Messe und Kongress junge IKT Wirtschaft“ sind eine Reihe von gründungsunterstützenden Initiativen dem Gründerwettbewerb – IKT Innovativ partnerschaftlich verbunden, zu denen auch der Businessplan-Wettbewerb Netzwerk Nordbayern und der MBPW zählen. Der Schwerpunkt dieser Wettbewerbe liegt nicht bei allen im IKT-Bereich, jedoch ist ein Vergleich hinsichtlich der Erfolgskennziffern der verschiedenen Wettbewerbe interessant, um einen generellen Eindruck von den möglichen Erfolgen von Gründungswettbewerben zu erhalten. Folgende Bilanzen wurden recherchiert:⁹

⁸ Auch hier ist der Anteil an den geschaffenen Arbeitsplätzen noch höher einzuschätzen, da die Zahlen für den IKT-Bereich erst ab 2000 vorliegen. Die Gesamtzahlen zählen dagegen schon ab 1996.

⁹ Die Angaben beziehen sich auf Pressemitteilungen oder anderweitige Dokumentationen. Zum Teil wurden die kumulierten Werte von den Ansprechpartnern der Wettbewerbe genannt. Die jährlichen Werte wurden aus diesen Zahlen errechnet und sind daher wie bei den Wettbewerben, die auch im Bereich IKT anzusiedeln sind, mit Vorsicht zu interpretieren. Auch hier ist nicht bekannt, ob eine durchschnittliche Betrachtung der Realität entspricht, oder ob die Zahlen tatsächlichen starken Schwankungen oder einer Progression unterliegen.

Tabelle 2: Partnerinitiativen des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ

Wettbewerb	Zeitspanne	Bewerbungen/Teams	Erfolgte Gründungen	Geschaffene Arbeitsplätze	Gründungsquote
Gründerwettbewerb – IKT Innovativ	2010-2013	1.605 Ideenskizzen	etwa 670	etwa 2.700	Etwa 50%
	Jährlich etwa	500	250	1.000	
BPW Berlin-Brandenburg	1996-2013	8.394 Businesspläne	1.531	8.651	Etwa 18 %
	Jährlich etwa	500 Businesspläne	100	500	
ego.-BUSINESS	Jährlich etwa	100-150 Teilnehmerinnen und Teilnehmer; 80-90 Teams	k.A.	k.A.	
Münchener Business Plan Wettbewerb	1996-2012	3.760	1.050	6.600	Etwa 28%
	Jährlich etwa	235	65	412	
start2grow	2001-2012	8.478 TeilnehmerInnen in 3.758 Teams	Über 900	5.237	Etwa 24%
	Jährlich etwa	600-800 TeilnehmerInnen; 250-400 Teams	90	500	
NUK Businessplan	1998-2007	k.A.	500	3.000	k.A.
	Jährlich etwa	100-200 Teams	50	300	
Futuresax	2002-2012	k.A.	300	3.600	k.A.
	Jährlich etwa	100-200 Teams	30	360	
BPW Netzwerk Nordbayern	1998-2013	2.148 Teams	616	5.349	Etwa 32 %
	Jährlich etwa	140 Teams	40	k.A.	
Hightech Award Cyberone	1998-2013	über 780 Geschäftskonzepte	k.A.	k.A.	k.A.
	Jährlich etwa	50-60 Bewerbungen	k.A.	k.A.	

Die Partnerwettbewerbe des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ sind in der Regel regional ausgerichtet, sie richten sich vor allem an Gründungswillige und sind in erster Linie als Businessplanwettbewerbe¹⁰ organisiert. Den mit Abstand größten Zulauf hat der BPW Berlin-Brandenburg mit jährlich etwa 500 Businessplänen zu verzeichnen¹¹, dicht gefolgt vom start2grow-Wettbewerb mit 250-400 Teams¹² und dem Münchener Businessplanwettbewerb mit auch etwa 250 Teams jährlich. Die anderen Wettbewerbe bewegen sich deutlich

darunter, zwischen 80-200 Teams pro Jahr. Der Gründerwettbewerb – IKT Innovativ liegt mit 500 eingereichten Ideenskizzen jährlich auf ähnlich hohem Niveau wie die drei erst genannten Wettbewerbe.

Das gleiche Bild findet sich bei den erfolgten Gründungen und geschaffenen Arbeitsplätzen. Mit etwa 100 gegründeten Unternehmen und 500 geschaffenen Arbeitsplätzen sind der BPW Berlin-Brandenburg und start2grow ganz vorn mit dabei. Etwas weiter dahinter siedelt sich der MBPW an, mit etwa 65 Gründungen pro Jahr und um die 400 geschaffenen Arbeitsplätze.

¹⁰ Mit Ausnahme von futuresax. Dieser Wettbewerb richtet sich zusätzlich an wachstumsorientierte Unternehmen und ist eher als Ideenwettbewerb einzuordnen.

¹¹ 2013 waren es 566 Businesspläne von über 1000 Teilnehmerinnen.

¹² 2013 waren es 256 Teams.

Futuresax und der NUK Businessplanwettbewerb haben dagegen im Schnitt 30-50 Gründungen und 300-400 geschaffene Arbeitsplätze jährlich vorzuweisen, wobei die gegründeten Unternehmen bei futuresax im Schnitt doppelt so viele Mitarbeiter beschäftigen. Zum ego.-BUSINESS liegen keine vergleichbaren Daten vor. In Bezug auf die Gründungsquote und die Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze hebt sich der Gründerwettbewerb – IKT Innovativ mit durchschnittlich 250 Gründungen und etwa 1.000 geschaffenen Arbeitsplätzen insgesamt deutlich ab.

Wurde in diesem Kapitel der Fokus auf den spezifischen Vergleich zwischen dem Gründerwettbewerb – IKT Innovativ und anderen Gründungswettbewerben gesetzt, so soll nun ein Blick auf die Rahmenbedingungen, den breiteren Kontext, in dem sich Gründerwettbewerbe in Deutschland befinden, geworfen werden.

3 Der größere Kontext – Gründerwettbewerbe in Deutschland

3.1 Gründungswettbewerbe in Deutschland im Vergleich (2010-2013)

Gründungswettbewerbe zählen in Deutschland inzwischen zu einem festen Bestandteil der Gründungsförderlandschaft. Während auf Bundesebene noch immer ein leicht steigender Trend zu beobachten ist, kann auf regionaler Ebene von einer Konsolidierung gesprochen werden. Einzelne Wettbewerbe wurden beispielsweise auf Grund mangelnder Finanzierung eingestellt.¹³

Die Mehrzahl der im Jahr 2013 nicht mehr ausgeschrieben Wettbewerbe pausieren jedoch für ein Jahr oder einen nicht näher definierten Zeitraum¹⁴, so dass noch nicht mit Sicherheit von einer Abnahme der Zahl der Wettbewerbe ausgegangen werden kann.¹⁵

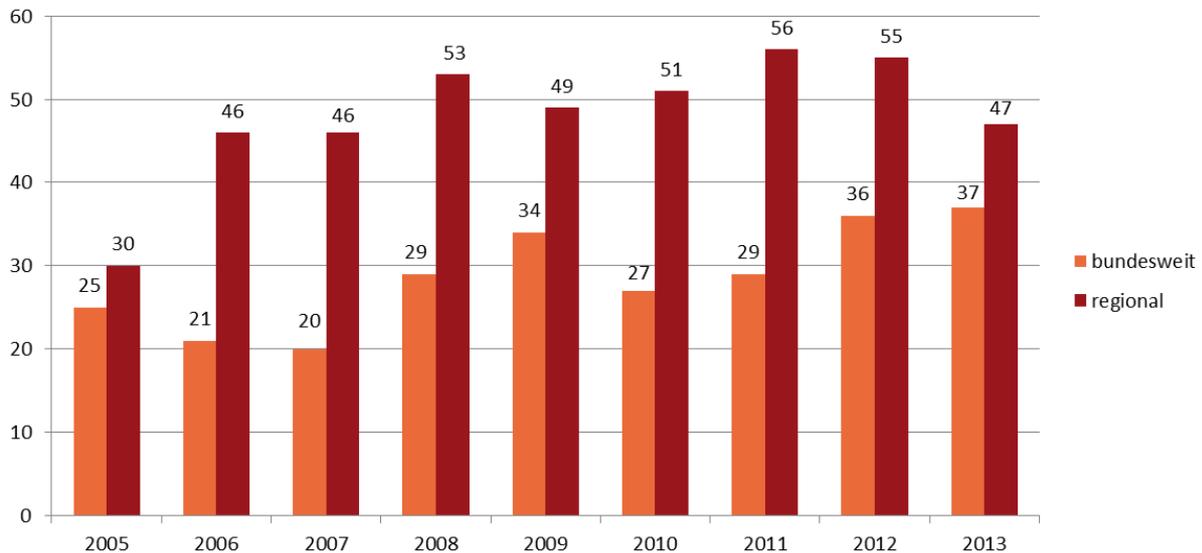


Abbildung 2: Anzahl regionaler und bundesweiter Gründungswettbewerbe 2005-2013

¹³ „enable2start“ Die Gründerinitiative der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND wurde beispielsweise eingestellt, weil die FTD nicht mehr publiziert wird.

¹⁴ Für das Jahr 2013 sind das allein sieben Wettbewerbe, die die nächste Runde erst wieder in 2014 starten.

¹⁵ 2010:78, 2011:85, 2012:91, 2013:84 Wettbewerbe

3.1.1 Wettbewerbsarten

Grundsätzlich ist es wichtig, einen Unterschied zwischen Ideenwettbewerben, in denen eine neuartige Geschäftsidee prämiert wird, und Businessplanwettbewerben vorzunehmen, in denen der Geschäftsplan für eine Unternehmensgründung erarbeitet wird. Letztere können zusätzlich in einstufige und mehrstufige Wettbewerbe untergliedert werden. Bei einstufigen Businessplanwettbewerben wird eine Prämierung bereits fertig eingereichter Businesspläne vorgenommen. Den mehrstufigen Wettbewerben werden zu Beginn zunächst Geschäftsideen vorgelegt, welche dann im Rahmen des Wettbewerbs in mehreren Runden zu fertigen Businessplänen ausgearbeitet werden. Anschließend erfolgt die Auszeichnung der besten während des jeweiligen Wettbewerbs erstellten Pläne. Außerdem gibt es bei mehrstufigen Wettbewerben die Option, zusätzliche Preisverleihungen zwischen den

einzelnen Runden anzusetzen. Die eingereichten Pläne und Konzepte werden von unabhängigen Expertenteams hinsichtlich ihrer Plausibilität evaluiert. Die Teilnehmenden erhalten das Resultat der Bewertung als (schriftliches) Feedback. Eine zusätzliche Möglichkeit besteht darin, ausgesuchte, besonders vielversprechende Projekte auch nach Beendigung des Wettbewerbs weiter zu betreuen, sofern der entsprechende Plan auch in die Realität umgesetzt wird. Überdies gibt es eine Sonderform von Gründungswettbewerben, die nicht Ideen oder Konzepte, sondern stattdessen hervorstechende Gründerpersonen auszeichnet (z. B. Böhme et al. 2005). Der nachstehenden Tabelle ist eine Typisierung der unterschiedlichen Wettbewerbsarten laut ihrer Zielsetzung zu entnehmen. Die Abstufungen zwischen den einzelnen Typen sind in der Praxis fließend (vgl. Kerlen/Prescher 2010, S. 11).

Tabelle 3: Typisierung von Gründungswettbewerben

Quelle: Kerlen/Prescher 2010: 11 in Anlehnung an ISI (2002), S. 65

Wettbewerbstyp	
I	Ideenwettbewerb: Prämierung von Geschäftsideen
II	Einstufiger Businessplanwettbewerb: Prämierung fertiger Businesspläne
III	Mehrstufiger Businessplanwettbewerb: Gestufte Ausarbeitung und Prämierung von Businessplänen
IV	Intensive Förderung selektierter Konzepte
V	Prämierung von Gründerpersönlichkeiten

Wie die Jahre zuvor ist auch im Jahr 2013 die Anzahl der Ideenwettbewerbe vergleichsweise hoch. Mit durchschnittlich etwa 42 Prozent ist dies die vorherrschende Form von Gründerwettbewerben in Deutschland.

Dies ist darauf zurückzuführen, dass ein Ideenwettbewerb relativ niedrigschwellige Voraussetzungen für eine Teilnahme hat. Es muss noch kein fertiger Businessplan vorliegen, sondern es genügt zunächst eine Geschäftsidee, die auf ihr Potenzial hin analysiert wird. In den Jahren 2010 bis 2013 lässt sich ein Rückgang der ein- und mehrstufigen Businessplanwettbewerbe erkennen, während die Förderung selektierter Konzepte und die Prämierung von Gründerpersönlichkeiten an Prozentpunkten dazu gewonnen hat.

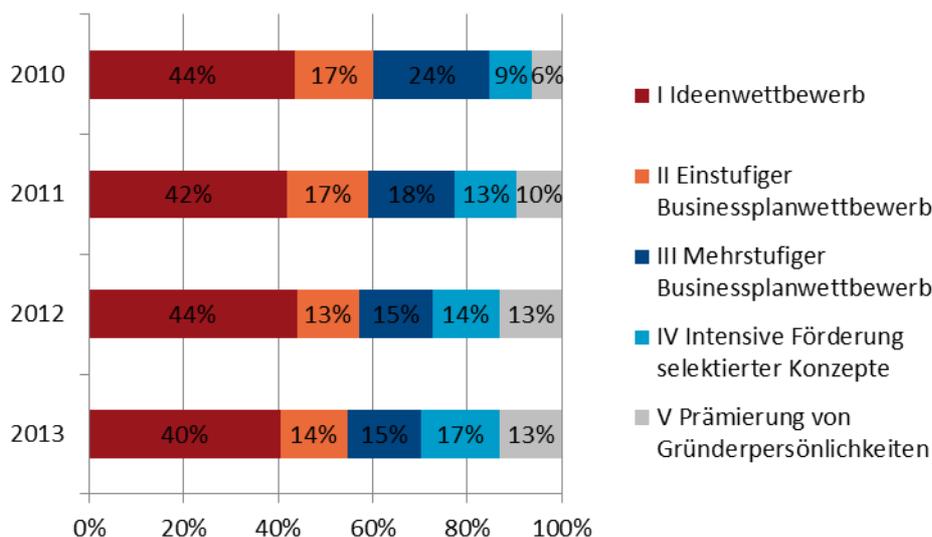


Abbildung 3: Verteilung der Wettbewerbstypen deutscher Wettbewerbe

Quelle: eigene Darstellung (2010: n=78, 2011: n=83, 2012: n=91, 2013: n=84)

3.1.2 Preise

Jeder Wettbewerb hat verschiedene Wege, um Sieger und Finalisten mit Preisen auszustatten. Zum einen gibt es Auszeichnungen bzw. Sachpreise. Diese reichen von Auszeichnungen wie Pokalen, Trophäen und Zertifikaten über PR-Unterstützung bis hin zu gründungsbezogenen Maßnahmen wie beispielsweise die Bereitstellung von Infrastruktur in Form von Büroräumen und Mietwagen. Den Gewinnern und Finalisten werden darüber hinaus Workshops, Coachings und wichtige Kontakte vermittelt. Reisen ins Silicon Valley oder Stände auf einschlägigen Messen sind ebenfalls mögliche Unterstützungsleistungen.

Die PR-Maßnahmen sind ebenso vielfältig. Nicht selten wird dem Gewinnerunternehmen ein Imagefilm finanziert, der den Bekanntheitsgrad steigern soll bzw. von den Gewinnern zur eigenen Nutzung eingesetzt werden kann. Weiter werden Anzeigenvolumina in Tageszeitungen als Werbemaßnahme angeboten sowie das Verwenden des Logos¹⁶ der verschiedenen Wettbewerbe.

Die reinen Geldpreise sind mittlerweile, zumindest für 2013, bei über der Hälfte der Wettbewerbe bei mindestens 10.000 Euro für den Hauptpreis angefangen. 2010 war die Mehrzahl der Gewinnmöglichkeiten noch unter 10.000 Euro (vgl. Kerlen/Prescher 2010, S. 20f) angesiedelt. Es gibt einige Wettbewerbe, deren Einzelpreise über 10.000 Euro liegen, häufig um die 15.000 Euro, aber auch bei 30.000 Euro zum Beispiel beim Gründerwettbewerb – IKT Innovativ oder 50.000 Euro beim Unternehmerpreis STEP Award. Solche hohe Geldsummen stellen allerdings eine Ausnahme dar.

Die Preisgelder bzw. deren Auszahlung sind meist an die nachgewiesene Gründung eines Unternehmens gebunden bzw. an konkrete Finanzierungsbedarfe. Des Weiteren kann Voraussetzung sein, dass der Unternehmensstandort in einer bestimmten Region sein muss, um eine Ausschüttung zu erlangen.

3.1.3 Qualifizierungsmaßnahmen

Im Wettbewerbsjahr 2013 umfassten 44 der 84 Wettbewerbe verschiedene Betreuungsangebote. Damit bietet über die Hälfte der Wettbewerbe eine Betreuung an. Dieser Anteil hat sich über die letzten acht Jahre bis auf wenige Ausnahmen relativ konstant gehalten.

¹⁶ Auf ihrer Homepage können die Unternehmen beispielsweise diese Logos einbinden.

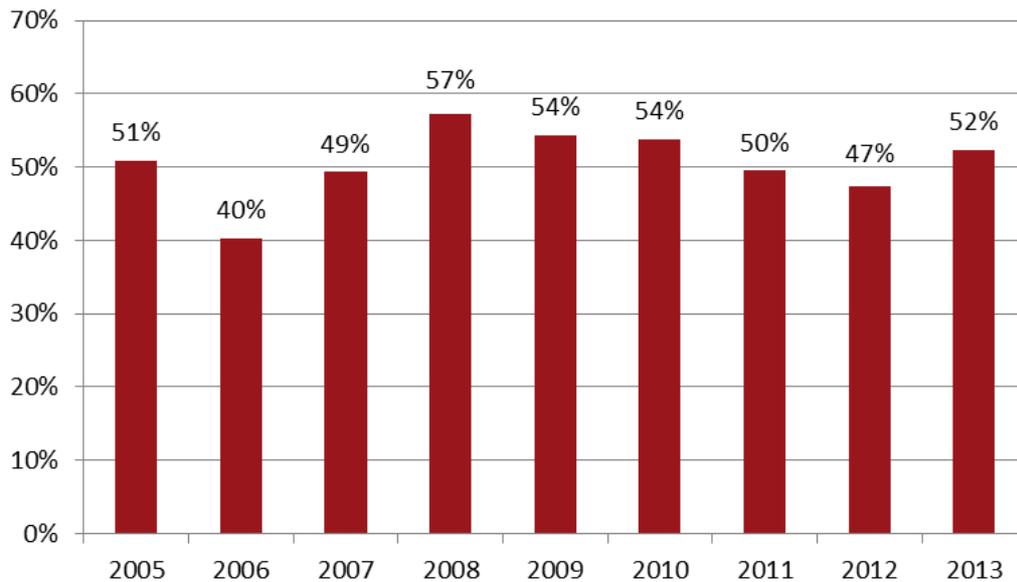


Abbildung 4: Anteil deutscher Gründungswettbewerbe, die Qualifizierungsmaßnahmen anbieten

Quelle: eigene Darstellung

Die Inhalte der angebotenen Leistungen variieren stark und reichen von Unterstützungsgesprächen der Veranstalter über die regelmäßige Durchführung von Coachingabenden und die Chance zur Teilnahme an Seminaren sowie die Betreuung durch einen Mentor während des gesamten Wettbewerbs bis hin zu individuellen Coachingmaßnahmen. Um das Betreuungsangebot darzustellen, wurden drei Kategorien gebildet. Unter der ersten Kategorie werden solche Wettbewerbe gefasst, die ein individuell zugeschnittenes Betreuungsangebot für alle Teilnehmenden anbieten. Die zweite Kategorie umfasst Wettbewerbe, die individuelle Maßnahmen für einzelne Teilnehmer vorsehen, oftmals nur für die Preisträger des Wettbewerbs. In der dritten

Kategorie sind jene Wettbewerbe zusammengefasst, die eine breite Auswahl an Betreuungsmaßnahmen anbieten. Aus diesem vielfältigen Pool können alle Teilnehmenden entsprechend ihrer Bedarfe auswählen. Die Angebote können sehr unterschiedlich sein und umfassen z.B. Gespräche der Veranstalter, die wiederkehrende Organisation von Abendveranstaltungen, das Netzwerken, das Angebot von Qualifizierungsseminaren zu gründungsrelevanten Fachfragen oder die Vermittlung von Mentoren. Charakteristisch für diese Art der Betreuung ist, dass sie kaum individuell angepasst ist und es in der Eigenverantwortung der Teilnehmenden liegt, ob und in welchem Umfang sie dieses Angebot wahrnehmen (vgl. Kerlen/Prescher 2010: S. 21f).

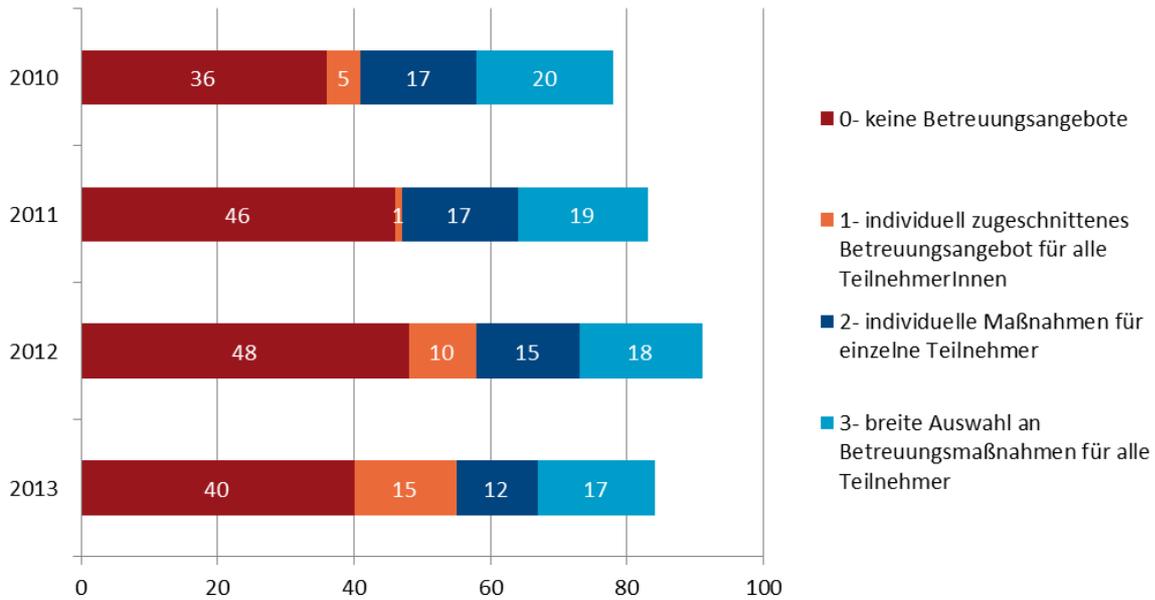


Abbildung 5: Betreuungsintensität deutscher Gründungswettbewerbe

Quelle: eigene Darstellung (2010: n=78, 2011: n=83, 2012: n=91, 2013: n=84)

Für 2013 fällt auf, dass individuelle Maßnahmen stärker allen Teilnehmern anstatt nur einzelnen Teilnehmern (Gewinnern) angeboten werden.

Betreuungsangebote für alle Teilnehmenden finden sich am häufigsten bei ein- und mehrstufigen Businessplanwettbewerben (10). Bei Wettbewerben des Typs „Intensive Förderung selektierter Konzepte“ (2) und bei Ideenwettbewerben (3) kommen sie eher selten vor. Fast alle Wettbewerbe zur Auszeichnung von Gründerpersönlichkeiten (10 von 11)

und die meisten Ideenwettbewerbe (20 von 34) bieten ebenfalls keine Unterstützungsleistungen an.

3.1.4 Geographische Ausrichtung

Im Jahr 2013 wurden insgesamt 84 Wettbewerbe analysiert, von denen 47 regional und 37 bundesweit ausgerichtet waren. Von den 47 regionalen Wettbewerben fanden die meisten in Bayern (7), Niedersachsen (6) und Nordrhein Westfalen (5) statt. Schlusslichter waren die Bundesländer Saarland, Rheinland-Pfalz, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein mit je einem Wettbewerb.

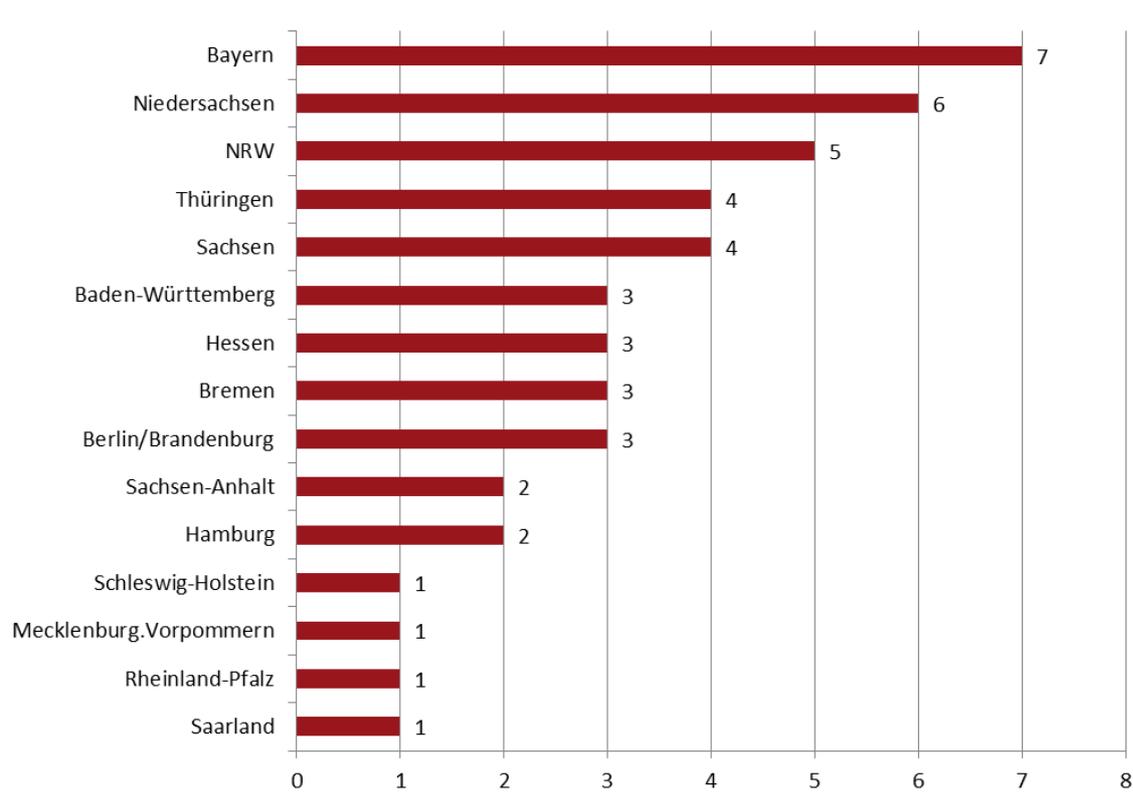


Abbildung 6: Verteilung der regionalen Wettbewerbe in 2013 auf die Bundesländer

Quelle: eigene Darstellung (2013: n=46¹⁷)

¹⁷ Einer der 47 regionalen Wettbewerbe konnte keinem konkreten Bundesland zugeordnet werden, sondern ist eher als Verbund der „neuen Bundesländer“ anzusehen.

3.2 Gründungswettbewerbe in Deutschland 2013

3.2.1 Spezialisierung auf besondere Zielgruppen

Alle Gründungswettbewerbe richten sich potenziell an Gründerinnen und Gründer, jeweils abhängig davon, ob ein Unternehmen bereits existiert oder nur eine Gründungsidee vorhanden ist.

Überdies lassen sich unter den Zielgruppen Spezialisierungen beobachten, welche neben der Fokussierung auf Gründerinnen und Gründer noch weitere Merkmale berücksichtigen, die in der nachstehenden Abbildung aufgelistet sind. Im Jahr 2013 ergibt die Verteilung der Wettbewerbe auf die einzelnen Zielgruppen das folgende Bild:

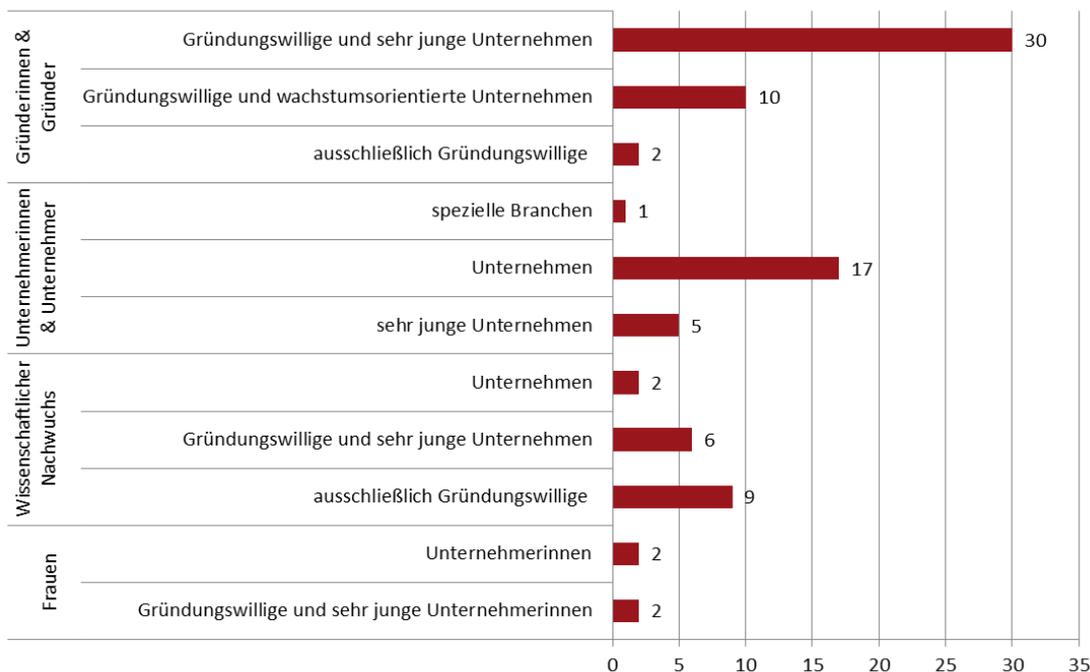


Abbildung 7: Zuordnung zu den Zielgruppen 2013

Quelle: eigene Darstellung (n=86)

Fast die Hälfte (42 von 86¹⁸) aller Wettbewerbe hat explizit die Zielgruppe Gründerinnen und Gründer. Zählt man die Gründungswilligen und sehr jungen Unternehmen der anderen Zielgruppen dazu sind es 59. Damit sind fast 70 Prozent aller Wettbewerbe auch als Gründerwettbewerbe (Wettbewerbe, die auf GründerInnen ausgerichtet sind) im engeren Sinn einzuordnen. Die anderen 30 Prozent sind

¹⁸ Im Rahmen der Neustrukturierung sind noch zwei weitere Wettbewerbe in den Datensatz aufgenommen worden. Deswegen sind es 86 und nicht 84.

eher auf bereits existierende (junge) Unternehmen und deren Unterstützung bzw. Prämierung ausgerichtet. Wie aus den Kategorien ersichtlich, werden dort häufig Gründerpersönlichkeiten prämiert, die bereits zu Unternehmern geworden sind, oder vielversprechende Unternehmen weiter intensiv gefördert. Aus der Grafik wird weiterhin deutlich, dass 4 von 86 Wettbewerben ausschließlich auf Frauen ausgerichtet sind. Ihr Vorhandensein gibt einen Hinweis darauf, dass Frauen in der Gründungsszene deutlich weniger vertreten sind als Männer. Spezifische Maßnahmen sollen helfen, dieses Potenzial zu erschließen. In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass Gründungswettbewerbe, die explizit an bestimmten Hochschulen ausgeschrieben werden, für die hauseigenen Studenten und Mitarbeiter, immer weiter zugenommen haben bzw. als eigenständige Zielgruppe erkannt wurden. Sie machen knapp ein Fünftel aller Wettbewerbe aus.

3.2.2 Ablauf und Kategorisierung der Wettbewerbe

Zum Ablauf der Wettbewerbe kann festgehalten werden, dass über die Hälfte, 53 (etwa 62 Prozent), einphasig strukturiert sind.

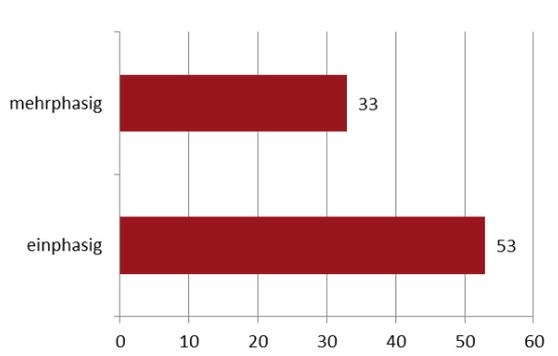


Abbildung 8: Übersicht Ablauf 2013

Quelle: eigene Darstellung (n=86)

Diese Wettbewerbe sind meist durch einen Abgabetermin mit anschließender Bewertung und Prämierung gekennzeichnet. Dazwischen geschaltete Bewertungsstufen oder Abgabefristen sind hier nicht vorgesehen. Bei den mehrphasigen Wettbewerben (33 von 86) zielen die verschiedenen Stufen auf die Überarbeitung und Verbesserung von Ideen und Geschäftsplänen ab. Weiter werden Vorauswahlen getroffen, die zu einem späteren Zeitpunkt nochmal genauer analysiert werden. Die Vorausgewählten müssen sich bzw. ihre Idee vor einer Jury verteidigen und gut präsentieren. Wettbewerbe mit der Zielgruppe Gründerinnen und Gründer (42) sind jeweils hälftig (mit je 21 Wettbewerben) ein- bzw. mehrphasig ausgerichtet. Generell sind Ideenwettbewerbe hauptsächlich einphasig (21 von 29) und Businessplanwettbewerbe eher mehrphasig (15 von 25) organisiert. Darüber hinaus sind Wettbewerbe, die sich auf die Anfangs bzw. Anfangs- und Wachstumsphase fokussieren, vielfach als mehrphasig einzuordnen. Die Wettbewerbe, die in mehrere Kategorien aufgeteilt werden können, sind mit 28 Prozent insgesamt gesehen eher in der Unterzahl. Dies könnte unter anderem an dem erforderlichen Aufwand liegen, der mit der Ausschreibung mehrerer Kategorien einhergeht.

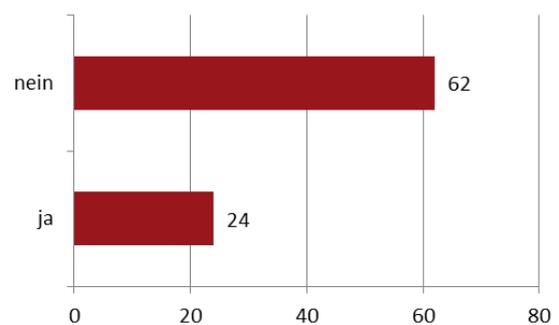


Abbildung 9: Übersicht zur Existenz eines Kategorienschemas 2013

Quelle: eigene Darstellung (n=86)

3.2.3 Art und Umfang von Qualifizierungsmaßnahmen

Mit Hilfe einer in diesem Jahr gewählten, neuen Strukturierung dieser Kategorie ist es möglich, die Betreuungs-/ Qualifizierungsmaßnahmen noch differenzierter zu erfassen.

Es lässt sich erkennen, dass zwar recht viele der Wettbewerbe keine Betreuung anbieten (17+9=26 von 86), dennoch sehen 9 der 26 eine Unterstützung hinsichtlich verschiedener PR-Maßnahmen vor. Daher ist die Zahl der Wettbewerbe, die gar keine Betreuung anbieten, nicht so hoch, wie zunächst aufgrund der ursprünglichen Systematisierung ersichtlich. Wettbewerbe ohne jegliche Betreuung haben als Zielgruppe hauptsächlich Unternehmen und sind meist als Prämierung von Gründerpersönlichkeiten einzustufen.

Weit verbreitet sind mit 28 Prozent individuelle Qualifizierungsmaßnahmen für Preisträger und Finalisten. 18 Wettbewerbe bieten eine individuelle Betreuung beispielsweise durch Mentoren für alle Teilnehmenden an. Die Zielgruppe dieser 18 Wettbewerbe sind vor allem Gründende und der wissenschaftliche Nachwuchs. Außerdem sind davon fast 80 Prozent Businessplanwettbewerbe.

10 Prozent der Wettbewerbe bieten unterschiedlichste Unterstützungsmaßnahmen für ihre Teilnehmer an. Weitere 7 Prozent geben zu den eingereichten Ideen und Geschäftsplänen ein schriftliches Gutachten/Feedback ab und drei Wettbewerbe kombinieren individuelle und allgemeine Betreuungsangebote. In Tabelle 9 wird der Zusammenhang zwischen den Betreuungsangeboten und der Art des Wettbewerbs ersichtlich und in Tabelle 10 wird der Zusammenhang zwischen den Betreuungsangeboten und den Zielgruppen dargestellt.

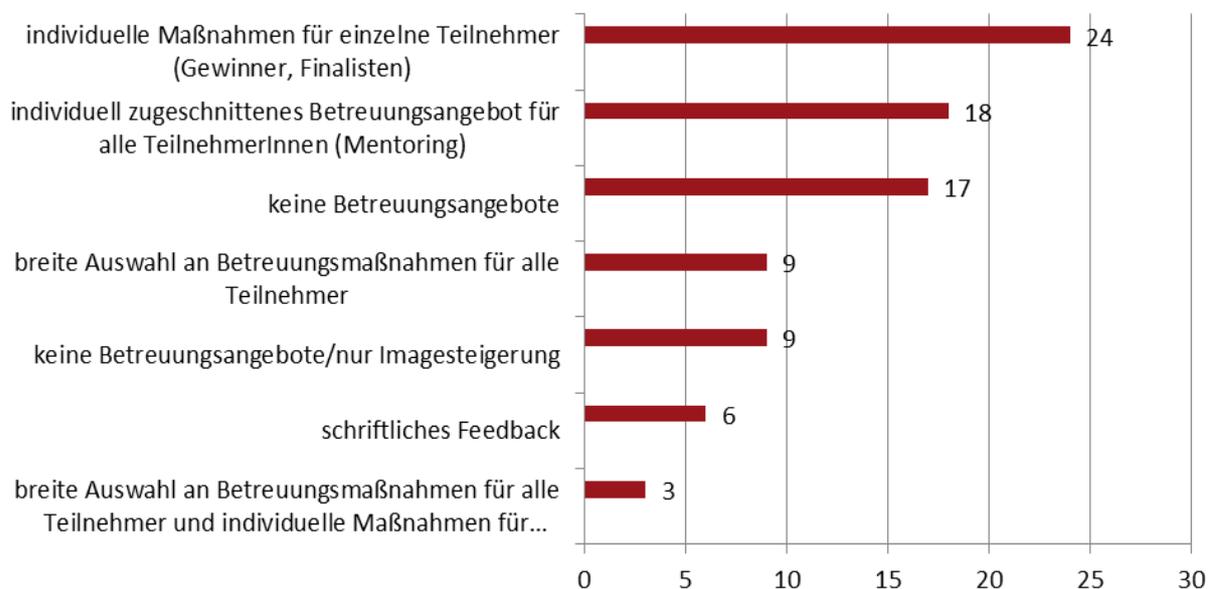


Abbildung 10: Betreuungsmaßnahmen 2013

Quelle: eigene Darstellung (n=86)

Tabelle 4: Zusammenhang Qualifizierungsmaßnahmen und Zielgruppe des Wettbewerbs

Quelle: eigene Darstellung (n=86)

		Spezifische Zielgruppe				Gesamt
		Frauen	Wissenschaftlicher Nachwuchs	Unternehmerinnen & Unternehmer	Gründerinnen & Gründer	
Qualifizierungsmaßnahmen	keine Betreuungsangebote	3	3	7	4	17
	keine Betreuungsangebote / nur Imagesteigerung	0	0	6	3	9
	schriftliches Feedback	1	1	1	3	6
	breite Auswahl an Betreuungsmaßnahmen für alle Teilnehmer	0	0	0	9	9
	Individuell zu geschnittenem Betreuungsangebot für alle TeilnehmerInnen	0	4	0	14	18
	breite Auswahl an Betreuungsmaßnahmen für alle Teilnehmer und individuelle Maßnahmen für einzelne Teilnehmer	0	1	0	2	3
	individuelle Maßnahmen nur für einzelne Teilnehmer (Gewinner, Finalisten)	0	8	9	7	24
	Gesamt	4	17	23	42	86

Tabelle 5: Zusammenhang Qualifizierungsmaßnahmen und Art des Wettbewerbs

Quelle: eigene Darstellung (n=86)

		Art des Wettbewerbs					Gesamt
		Ideenwettbewerb	Businessplanwettbewerb	Innovationswettbewerb	Intensive Förderung selektierter Konzepte	Prämierung von Gründerpersönlichkeiten	
Qualifizierungsmaßnahmen	keine Betreuungsangebote	6	0	2	0	9	17
	keine Betreuungsangebote / nur Imagesteigerung	2	1	3	0	3	9
	schriftliches Feedback	3	3	0	0	0	6
	breite Auswahl an Betreuungsmaßnahmen für alle Teilnehmer	3	6	0	0	0	9
	Individuell zu geschnittenen Betreuungsangebot für alle TeilnehmerInnen	4	14	0	0	0	18
	breite Auswahl an Betreuungsmaßnahmen für alle Teilnehmer und individuelle Maßnahmen für einzelne Teilnehmer	3	0	0	0	0	3
	individuelle Maßnahmen nur für einzelne Teilnehmer (Gewinner, Finalisten)	8	1	1	14	0	24
Gesamt		29	25	6	14	12	86

3.2.4 Vielfältigkeit der Wettbewerbsarten

Am Wettbewerbsjahrgang 2013 lässt sich erkennen, dass der Ideenwettbewerb die am häufigsten vertretene Form von Gründungswettbewerben darstellt.

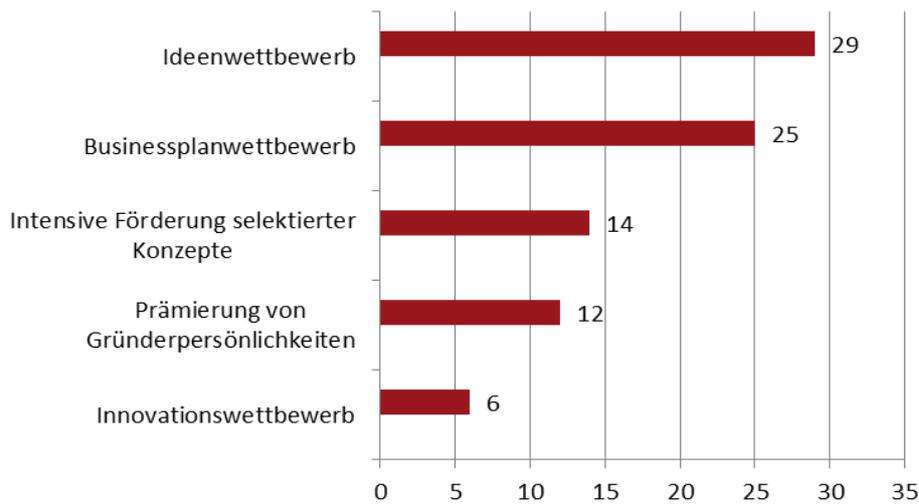


Abbildung 11: Verteilung der Wettbewerbstypen deutscher Wettbewerbe 2013

Quelle: eigene Darstellung (n=86)

Die zweithäufigste Wettbewerbsart ist der Businessplanwettbewerb mit ebenfalls fast einem Drittel aller Wettbewerbe. Dahinter liegen mit etwa jeweils 15 Prozent die intensive Förderung selektierter Konzepte und die Prämierung von Gründerpersönlichkeiten. Die neue Kategorie, Innovationswettbewerb, ist mit sechs Wettbewerben vertreten und damit am wenigsten häufig anzutreffen. Die jeweiligen Ausprägungen gehen mit ihrer Fokussierung auf NeugründerInnen bzw. (Jung-)UnternehmerInnen einher.

So sind Ideenwettbewerbe und Businessplanwettbewerbe hauptsächlich auf Gründerinnen und Gründer ausgerichtet, während die Prämierung von Gründerpersönlichkeiten eher auf Unternehmen/Unternehmer abzielt. Die anderen zwei Wettbewerbsarten sind auf beide Gruppen verteilt.

3.2.5 Fokussierung der Wettbewerbe auf Phasen im Gründungsprozess

Im Gründungsprozess gibt es unterschiedliche Phasen, in denen die Gründenden verschiedene Herausforderungen meistern müssen und unterschiedliche Bedürfnisse haben. So geht es in der Phase vor der Gründung hauptsächlich um die Ausarbeitung und Verfeinerung der Ideen und Konzepte, während nach der Gründung und in der Wachstumsphase wieder andere Dinge an Bedeutung gewinnen. Ein Großteil der Wettbewerbe (36 von 80) ist auf die Anfangsphase der Unternehmensgründung gerichtet.

Weitere elf Wettbewerbe sind ausschließlich an Personen oder Teams gerichtet, die sich noch vor einer Gründung befinden, diese also noch nicht umgesetzt haben. Mit 21 Wettbewerben sind über ein Viertel aller Wettbewerbe auf die Phase nach einer erfolgten Unternehmensgründung bezogen.

Wie bereits angesprochen gibt es Wettbewerbe, die in verschiedenen Kategorien ausgeschrieben werden (Start up, Unternehmer des Jahres etc.), daher können für diese keine eindeutig fokussierten Phasen angegeben werden (7 von 80).

Aus der hier betrachteten Kategorie fallen die Innovationswettbewerbe heraus, weil diese nicht in Zusammenhang mit bestimmten Gründungsphasen stehen und deswegen eine Zuordnung hier nicht sinnvoll scheint.¹⁹ Die restlichen fünf Wettbewerbe richten sich an Unternehmen in der Anfangs- und Wachstumsphase.

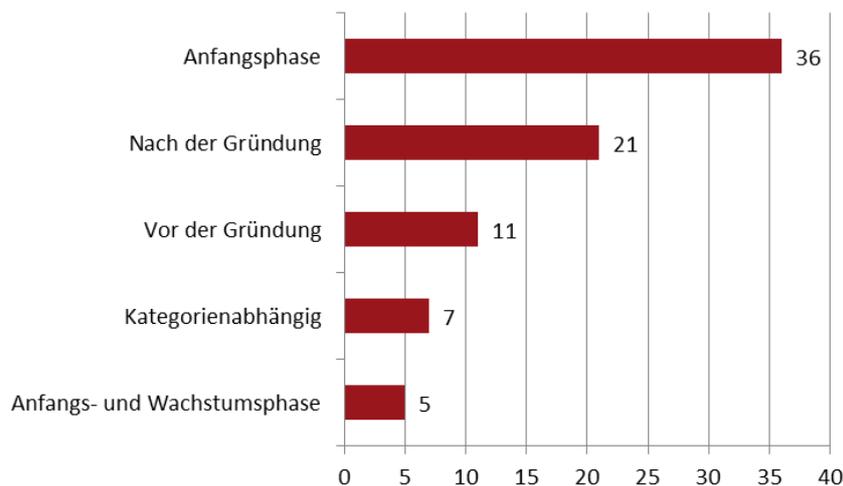


Abbildung 12: Fokussierung der Wettbewerbe auf die einzelnen Phasen 2013

Quelle: eigene Darstellung (n=80)

¹⁹ Siehe hierzu Anhang S. 31

4 Fazit

Gründungswettbewerbe haben sich als erfolgreiches Instrument zur Förderung von Unternehmensgründungen fest etabliert und sind aus der deutschen Förderlandschaft nicht mehr wegzudenken. Erste Hinweise auf eine Stabilisierung der Zahlen könnten darauf hin deuten, dass eine Sättigung des Marktes stattgefunden hat, die dazu führen könnte, dass sich in den nächsten Jahren eine möglichst optimale Zahl von Wettbewerben etablieren wird. Diese Zahl ist u.a. abhängig von der im Einzelfall gewählten Zielgruppe, der Ausrichtung auf spezifische Themenfelder, der regionalen Nähe für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer und den angebotenen Beratungsleistungen. Wichtig ist es, eine gute Balance zu finden zwischen einer personell und räumlich zu leistenden individuellen Betreuung und gleichzeitig einer fachlich spezialisierten Beratung und wirtschaftlichen Arbeit.

Es haben sich vielfältige Formen von Wettbewerben herausgebildet. Am häufigsten vertreten sind in Deutschland Ideenwettbewerbe, die in erster Linie auf die Vorgründungsphase gerichtet sind, und bei der Beurteilung von Geschäftsideen helfen. Aber auch die Prämierung von erfolgreichen Gründerinnen und Gründern nimmt inzwischen einen wichtigen Raum ein. So werden in der Öffentlich-

keit immer wieder erfolgreiche Vorbilder kommuniziert, um damit einen positiven Einfluss auf die generelle Gründungsneigung auszuüben.

Die regional ausgerichteten Partnerinitiativen des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ ermitteln inzwischen weitgehend eigene Erfolgskennziffern und verzeichnen einen stetigen, hohen Zulauf von Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Diese Wettbewerbe sind der Regel offen für jegliche Art der Gründung. Mit seiner speziell gewählten Branche hebt sich der Gründerwettbewerb – IKT Innovativ im Hinblick auf die Gründungsquote und die Zahl der geschaffenen Arbeitsplätze ab.

Die zunehmende Differenzierung in den Zielgruppen verdeutlicht, dass Gründungswettbewerbe in ihrer Vielfalt betrachtet werden müssen und sich hinter dem Begriff „Gründungswettbewerb“ sehr unterschiedliche Konzepte verbergen können. Die Diversifizierung der Wettbewerbslandschaft hat das Team der Wirkungsanalyse des Gründerwettbewerb – IKT Innovativ in diesem Jahr zum Anlass genommen, die verwendeten Kategorien zu überarbeiten und der vorhandenen Vielfalt anzupassen. Die quantitative und qualitative Entwicklung wird in Zukunft anhand dieser Kategorien weiter dokumentiert und analysiert.

5 Literatur

- Böhme, Marita/Türtscher, Gabriele/Pechlaner, Harald (2005) Business Plan-Wettbewerbe als Instrument der Gründungsförderung Zufriedenheitsanalyse von Teilnehmern. In: Pechlaner, Harald/ Hinterhuber, Hans. H./Hamann, Eva-Maria (Hrsg.): Unternehmertum und Unternehmensgründung – Grundlagen und Fallstudien; Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag; S. 135–160.
- Kerlen, Christiane / Prescher, Sandra (2010): Gründungswettbewerbe als Instrument der Gründungsförderung. Berlin. Institut für Innovation und Technik (iit).
- Fraunhofer-Institut für Systemtechnik und Innovationsforschung (ISI) (2002) Wettbewerbe zur Förderung des Gründungsgeschehens. Dokumentation von Gründerwettbewerben im Rahmen des Projekts „Evaluation des Gründerwettbewerbs Multimedia“. 6. Zwischenbericht an das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Februar 2002, Karlsruhe.

6 Anhang

Neustrukturierung der Wettbewerbskategorien

In den letzten Jahren konnte eine Änderung und Differenzierung der Wettbewerbslandschaft beobachtet werden. Die im vorangegangenen Abschnitt vorgestellte Systematisierung der Wettbewerbe wurde daher angepasst: die bisherigen Kategorien wurden überarbeitet und erweitert.

Ein besonderes Augenmerk liegt hier jetzt neu in einer *differenzierten Betrachtung der anzusprechenden Zielgruppe* der jeweiligen Wettbewerbe. In Tabelle 2 sind die herausgearbeiteten Zielgruppen aufgelistet.

Tabelle 6: Kategorie „Spezifische Zielgruppe“

Frauen		Wissenschaftlicher Nachwuchs			Unternehmerinnen & Unternehmer			Gründerinnen & Gründer		
Gründungswillige und sehr junge Unternehmerinnen	Unternehmerinnen	ausschließlich Gründungswillige	Gründungswillige und sehr junge Unternehmen ²⁰	Unternehmen	sehr junge Unternehmen	Unternehmen	spezielle Branchen	ausschließlich Gründungswillige	Gründungswillige und wachstumsorientierte Unternehmen	Gründungswillige und sehr junge Unternehmen
<i>Frauen*</i>										
<i>Wissenschaftlicher Nachwuchs*</i>										

* „Frauen“ und „Wissenschaftlicher Nachwuchs“ beinhalten je nach Ausrichtung Wettbewerbe, die entweder der Zielgruppe der **Unternehmerinnen bzw. Unternehmer** oder der Zielgruppe der **Gründerinnen bzw. Gründer** zugeordnet werden können. Damit die zusätzliche Fokussierung nicht untergeht, sind diese Zielgruppen gesondert aufgeführt.

²⁰ Sehr junge Unternehmen sind Unternehmen, deren Gründung nicht viel länger als zwei Jahre zurückliegt.

Es wurden übergeordnete Zielgruppen gebildet, die sich jeweils noch einmal in verschiedene Unterzielgruppen aufteilen lassen. So gibt es Gründungswettbewerbe, die sich ausschließlich an Frauen richten. Diese können dann entweder in Form einer Prämierung von schon bestehenden, besonders erfolgreichen Frauengründungen stattfinden oder als Ideenwettbewerbe zur expliziten Förderung von Gründungen von Frauen.

Ähnlich verhält es sich mit den anderen Zielgruppen. Die Zielgruppe des wissenschaftlichen Nachwuchses umfasst Personen, die an bestimmten Universitäten²¹ beschäftigt sind, ob als Studierende/Alumni oder als wissenschaftliche MitarbeiterInnen.

Für die Gruppe der Unternehmerinnen und Unternehmen gilt, dass hier nur bereits erfolgte Gründungen/Unternehmen zur Zielgruppe zählen. Damit wird deutlich, wie vielschichtig der Begriff *Gründerwettbewerb* verwendet wird/werden kann.

Die letzte Zielgruppe Gründerinnen und Gründer verdeutlicht, dass die Gruppenbildung nicht überschneidungsfrei²² vollzogen werden konnte. Auch Frauen und Universitätsangehörige fallen in diese Unterteilung. Allerdings gibt es hier keine Einschränkungen bezüglich Geschlechts- oder bestimmter Hochschulzugehörigkeit. Wettbewerbe mit dieser Zielgruppe sind dementsprechend als Gründungswettbewerbe im engeren Sinne zu verstehen.

²¹ Die betreffenden Wettbewerbe sind meist auf eine ganz bestimmte Hochschule ausgerichtet.

²² Jeder Wettbewerb wurde immer nur einer Zielgruppe zugeordnet. Mit Überschneidung ist gemeint, dass manche Wettbewerbe auf zwei Zielgruppen gepasst hätten. Es wurde dann immer stärker ausdifferenziertere Kategorie gewählt.

Die Kategorie zu den *Wettbewerbsarten* wird größtenteils beibehalten. Allerdings gibt es hier eine neue Ausprägung, den *Innovationswettbewerb*. In der alten Strukturierung wurden diese Wettbewerbe den Ideenwettbewerben zugeordnet. Jedoch zeigen nähere Analysen, dass sich die Innovationswettbewerbe von den Ideenwettbewerben unterscheiden und somit eine Differenzierung dieser Kategorie sinnvoll scheint. Das liegt zum einen daran, dass Innovationswettbewerbe, im Gegensatz zu Ideenwettbewerben, nicht unbedingt GründerInnen als Zielgruppe haben, sondern eher Unternehmen. Außerdem steht nicht die Gründung von Unternehmen bzw. eine Gründungsidee im Vordergrund, sondern eine innovative Idee, ein innovatives Modell, welches unabhängig von einer Unternehmensgründung gedacht werden kann.

Tabelle 7: Kategorie „Art des Wettbewerbs“

Ideenwettbewerb
Businessplanwettbewerb
Innovationswettbewerb
Intensive Förderung selektierter Konzepte
Prämierung von Gründerpersönlichkeiten

Eine neue Kategorie, die als *Ablauf* bezeichnet werden kann, hilft den stufenhaften Verlauf von Wettbewerben näher zu betrachten. Da nicht nur Businessplanwettbewerbe²³ in mehreren Phasen bzw. Stufen ablaufen, gibt diese Dimension nun Auskunft über den Aufbau der verschiedenen Wettbewerbe. Die Phasen können gestaffelte Abgabetermine für diverse Einreichungen in Businessplanwettbewerben umfassen, aber auch nachfolgende Termine für eine persönliche Vorstellung oder Pitch-Vorträge mit vorangegangener Vorauswahl. Daher sind eine Reihe von Ideenwettbewer-

²³ In der früheren Strukturierung wurden ein- und mehrstufige Businessplanwettbewerbe unterschieden.

ben und Prämierungen in Businessplanwettbewerben als mehrphasig einzustufen.

Tabelle 8: Kategorie „Ablauf“

Einphasig
Mehrphasig

Zusätzlich zu den bereits erläuterten Betreuungskategorien sind mit der Zeit noch drei weitere Formen der Betreuung vermehrt aufgetreten. Zum einen gibt es Wettbewerbe, bei denen keine Betreuung im klassischen Sinne stattfindet, sondern am Ende lediglich für die Gewinner die *Imagesteigerung* in Form von PR-Maßnahmen im Vordergrund steht. Weiterhin gibt es Wettbewerbe, deren Betreuung hauptsächlich in der Rückmeldung von schriftlichem Feedback zu Ideen oder Geschäftsplänen besteht. Die schon erwähnten individuellen Unterstützungsmaßnahmen für Gewinner oder auch alle Teilnehmer werden nicht nur getrennt voneinander angeboten, sondern bei einigen Wettbewerben gibt es die Kombination von *individueller Betreuung für einzelne Teilnehmer, sowie zusätzlich eine weitere breite Unterstützung für die restlichen Teilnehmer.*

Tabelle 9: Kategorie „Betreuung“

keine Betreuungsangebote
keine Betreuungsangebote/nur Imagesteigerung durch PR für Gewinner
schriftliches Feedback
breite Auswahl an Betreuungsmaßnahmen für alle TeilnehmerInnen
individuell zugeschnittenes Betreuungsangebot für alle TeilnehmerInnen
breite Auswahl an Betreuungsmaßnahmen für alle Teilnehmer und individuelle Maßnahmen für einzelne Teilnehmer (Gewinner, Finalisten)
individuelle Maßnahmen nur für einzelne Teilnehmer (Gewinner, Finalisten)

Eine weitere, ganz neue Dimension, kann als *Kategorienschema* beschrieben werden. Mit dieser neuen Dimension soll abgebildet werden, ob der jeweilige Wettbewerb unterschiedliche Kategorien ausschreibt bzw. in verschiedenen Bereichen Preise vergibt oder nicht. Das bezieht sich vor allem auf die verschiedenen Phasen in der Gründung (Start up, Aufsteiger, etabliert etc.) aber auch auf die inhaltlichen Felder (Technologie, Dienstleistung etc.).

Tabelle 10: Kategorie „Kategorienschema“

Ja, vorhanden
Nein, nicht vorhanden

Die letzte, neu eingeführte Kategorie zur Systematisierung der Wettbewerbe zielt auf den Lebenszyklus einer Gründung ab.

Die Kategorie „*Fokussierte Phase*“ soll veranschaulichen, welche Phase im Gründungsprozess in den jeweiligen Wettbewerben anvisiert wird. Damit einhergehen die verschiedenen Unterstützungsmaßnahmen, die dabei eingesetzt werden können. Vor der Gründung geht es meist um die Förderung von Motivation und eigenen Ideen sowie Know-how-Vermittlung im Themenbereich Gründung. Später spielen Kontaktvermittlung, Startkapital oder Werbeprogramme eine Rolle. Der Ausprägung *Vor der Gründung* werden nur solche Wettbewerbe zugeordnet, deren Zielgruppe ausschließlich Gründungswillige sind, die noch kein Unternehmen gegründet haben.

Die zweite Dimension *Anfangsphase* umfasst diejenigen Wettbewerbe, die sich neben den Gründungswilligen auch an GründerInnen richten, die

bereits seit kurzem²⁴ ein Unternehmen gegründet haben. Die Anfangs- und Wachstumsphase umfasst Wettbewerbe, welche sowohl komplett neue Geschäftsideen fördern, sowie Ideen, die sich auf ein schon bestehendes Unternehmen beziehen und dort ein neu zu erschließendes Verkaufsfeld/Forschungsfeld betreffen.

Ist die fokussierte Phase *Nach der Gründung* angesiedelt, beinhaltet diese Wettbewerbe, die sich ausschließlich an schon bereits existierende Unternehmen richten. Meist ist hier die Art des Wettbewerbs als Prämierung von Gründerpersönlichkeiten und als intensive Förderung selektierter Konzepte einzustufen. Wie bereits angedeutet sind einige Wettbewerbe in verschiedene Kategorien aufgeteilt. Dadurch ist die fokussierte Phase häufig von der entsprechenden Kategorie abhängig und kann nicht pauschal für den gesamten Wettbewerb angegeben werden. Die farbliche Unterlegung zeigt den Zusammenhang zwischen fokussierter Phase und Zielgruppe.

Tabelle 11: Kategorie „Fokussierte Phase“

Vor der Gründung
Anfangsphase
Anfangs- und Wachstumsphase
Nach der Gründung
Kategorienabhängig

Zusammenfassend ist anzumerken, dass die Neustrukturierung die nötige Kontinuität bietet, um einen Vergleich zu den Vorjahren herstellen zu können und damit Entwicklungen zu analysieren, und gleichzeitig weitere Differenzierungen erfasst, deren Existenz sich über die letzten Jahre immer

²⁴ Diese Spanne variiert von wenigen Monaten bis zu zwei Jahren.

stärker andeutete, ohne dass diese bislang adäquat berücksichtigt worden wären.

Tabelle 12: Kategorie Zielgruppe in farblicher Zuordnung zur jeweils fokussierten Phase

Frauen		Wissenschaftlicher Nachwuchs			Unternehmerinnen & Unternehmer			Gründerinnen & Gründer		
Gründungswillige und sehr junge Unternehmerinnen	Unternehmerinnen	ausschließlich Gründungswillige	Gründungswillige und sehr junge Unternehmer ²⁵	Unternehmen	sehr junge Unternehmen	Unternehmen	spezielle Branchen	ausschließlich Gründungswillige	Gründungswillige und wachstumsorientierte Unternehmen	Gründungswillige und sehr junge Unternehmen

²⁵ Sehr junge Unternehmen sind Unternehmen, deren Gründung nicht viel länger als zwei Jahre zurückliegt.



Das Institut für Innovation und Technik (iit) ist eine Einrichtung der VDI/VDE Innovation + Technik GmbH (VDI/VDE-IT). Das iit bietet kompetente Ansprechpartner und -partnerinnen für die sechs Themenfelder Technikfolgenforschung, Evaluation, Innovationssysteme und Förderinstrumente, Bildung und Innovation, Systeminnovationen und Arbeit-Technik-Innovation.

Für die Bearbeitung unserer Projekte stehen mehr als 130 wissenschaftliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der VDI/VDE-IT zur Verfügung. Deren Fachkompetenzen umfassen verschiedenste natur-, ingenieur-, sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Disziplinen. So fließt die langjährige Erfahrung der VDI/VDE-IT in die Arbeit des iit ein.

