

Der Unibator – Eine akademische Brutstätte für Innovatives

Aus Studierenden werden gründungswillige Jungunternehmer:
Von der Geschäftsidee zur Marktreife



Universitäten sind der ideale Ort, um potenzielle Unternehmensgründer zu finden und technologische Innovationen zu erschließen. Die Universität Frankfurt hat speziell für gründungswillige Jungunternehmer ein attraktives Angebot: den »Unibator«. Hier können Teams von Studenten ihre konkreten Geschäftsideen bis zur Marktreife »ausbrüten« (lateinisch incubare).

Die Brutstätte neuer Ideen, angesiedelt im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften und lokalisiert im »Turm« in der Robert-Mayer-Straße, gibt es seit Anfang 2001. Gründer dieser Initiative und ihr dynamischer Motor ist Bernd Skiera, Professor für E-Commerce am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften. Kein Wunder, dass derzeit die gründungswilligen Teams vorwiegend aus diesem Fachbereich kommen. »Andere Fachbereiche sind uns aber genauso willkommen«, betont Skiera, der auch die

wissenschaftliche Leitung des Unibator übernommen hat, »unser Angebot gilt für alle Studenten der Universität!« Und übrigens auch für alle Semester: Denn im Unibator tummeln sich sowohl Zweit- und Drittsemester als auch Absolventen, die ihre Geschäftsidee beispielsweise während ihrer Diplomarbeit entwickelt haben.

Zweiter im Management des Unibator ist Dr. Oliver Wendt. Der im Bereich der Wirtschaftsinformatik engagierte Diplom-Kaufmann hat die Verantwortung für die kaufmännische Leitung. Unterstützt werden die beiden Unibator-Manager von Diplom-Wirtschaftsingenieur Martin Bernhardt, der als wissenschaftlicher Mitarbeiter von Skiera Teams im Unibator betreut. Als »Mann für alle Fälle« ist der 28-Jährige für Details bei der Erstellung von Business-Plänen ebenso zuständig wie für Kontaktvermittlung oder Beschaffung neuer Geräte. Und zudem hat er seine Doktorarbeit über ein Unibator-Projekt geschrieben.

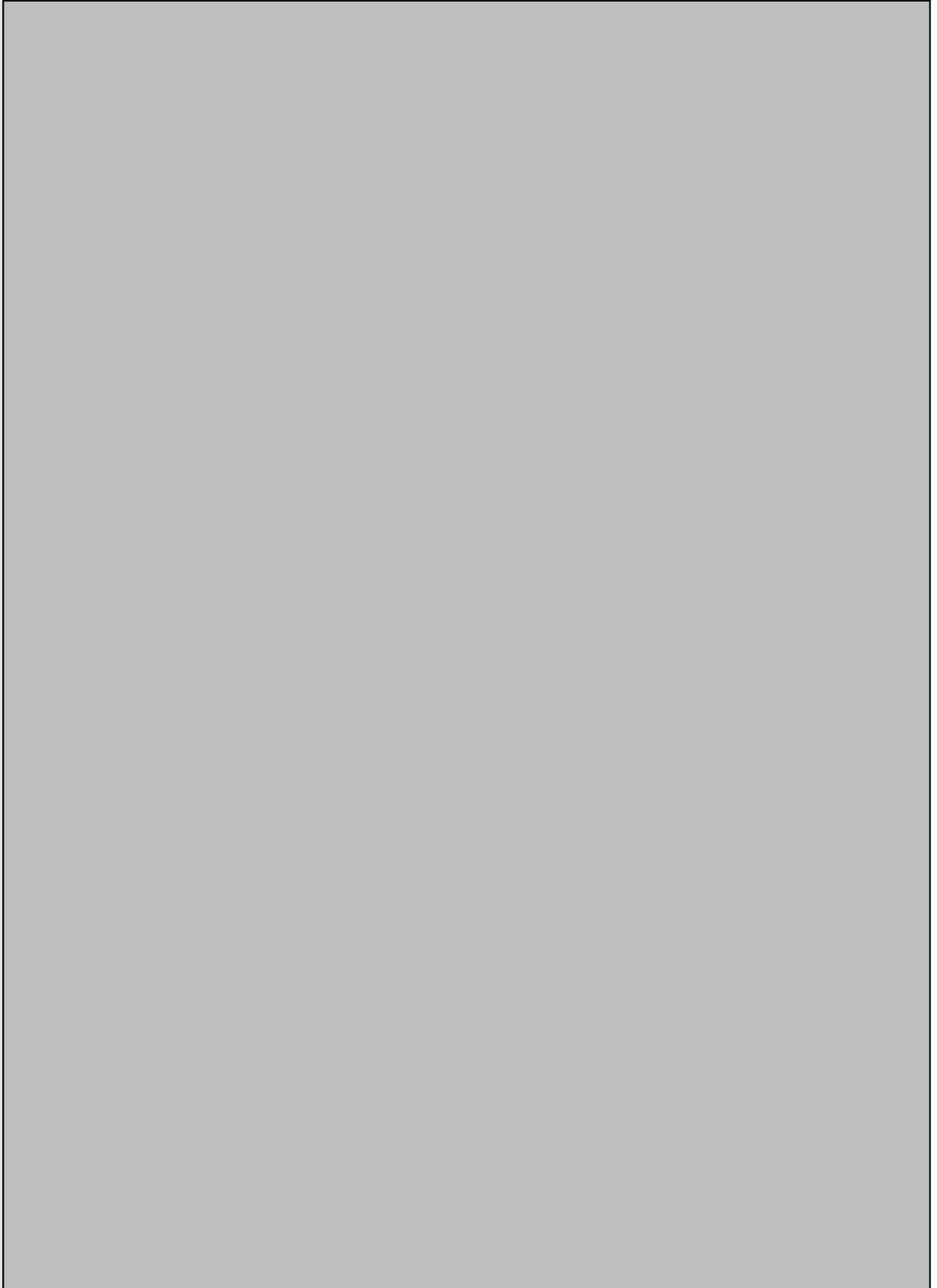
»Bei der Gründung des Unibators standen uns etwa 75 000 Euro primär in Form von Sachmitteln wie Büroausstattung oder Computern zur Verfügung – genug, um drei große Büroräume mit dem notwendigen technischen Equipment für insgesamt acht Teams auszustatten«, erinnert sich Skiera. »Die Studierenden müssen nicht mehr ihre Küche oder Garage zum Firmensitz umbauen. Bei uns können sie die komplette Infrastruktur kostenfrei nutzen, zum Beispiel das zehn Megabit-Netz der Uni, Workstations oder Application Server.« Beim Start von Unibator haben Sponsoren geholfen, dazu zählten Sun Microsystems GmbH, Dell Computer GmbH, die Deutsche Bank AG sowie das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung. Inzwischen ist der Unibator eingebunden in das hochschulübergreifende Netzwerk von Route

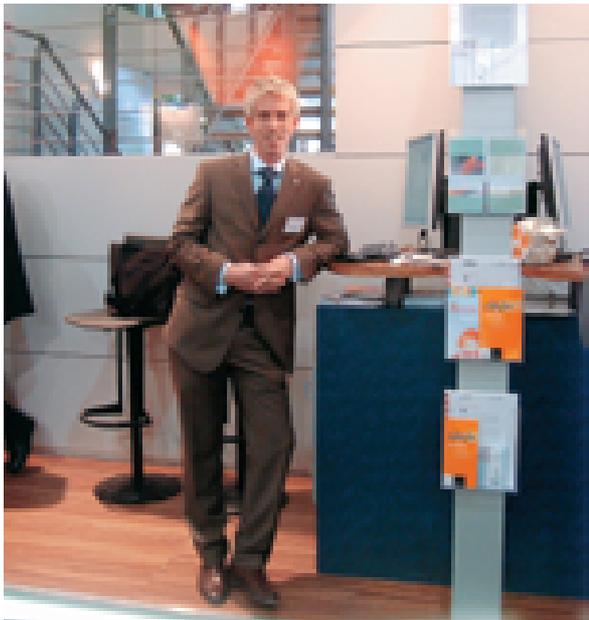
A66, einer vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des EXIST-Programms geförderten Initiative.

Test auf Branchentauglichkeit

Bevor ein Team in den Unibator einziehen darf, wird die Geschäftsidee auf Branchentauglichkeit getestet und beispielsweise die Organisationsstruktur überprüft. Interessenten müssen bereits konkrete Vorstellungen etwa zur Rechtsform oder zu den Eigentumsverhältnissen, zum Marktpotenzial und zum voraussichtlichen Kapitalbedarf ihres künftigen Unternehmens haben. Wichtigste Voraussetzung für die Aufnahme eines Teams ist jedoch, dass die Geschäftsidee das »Placet« der Professoren findet. Und jedes Team muss bei der Bewerbung einen Betreuer mitbringen, der bereit ist, das Projekt tatkräftig zu unterstützen. Etwa 70 Prozent der Teams, die sich für den Unibator bewerben, schaffen diese Hürde. Mentoren können Professoren oder Habilitanden sein. Erst wenn ein solcher Mentor seine Betreuung schriftlich zugesagt hat, können die Studenten mit ihrer Idee in den Unibator einziehen.

Einmal »im Unibator« erhalten sie nicht nur Hilfe von ihrem Mentor, sondern zudem kompetenten Rat und Hilfe von erfahrenen Professoren wie Heinz Isermann, Professor für Betriebswirtschaftslehre, der über umfangreiche Branchenkenntnis verfügt. Isermann selbst hat 1986 die Firma Multiscience gegründet, deren Softwaresysteme zur Optimierung der Stauraumnutzung von Paletten, Containern und Lkw in der Konsumgüterindustrie, im Handel und von Logistik-Dienstleistern eingesetzt werden. Derartige Branchenkenntnisse sind ein unbezahlbarer Vorteil für viele Gründer. Der Unibator bietet den zukünftigen Jungunternehmern neben Venture Capital-Leistungen jegliche organisatorische Unterstützung, die für ein gelungenes Start-up notwendig er-





Unter »morepixel« firmiert das junge Unibator-Unternehmen, das Kommunikationsberatung und -umsetzung in klassischen und digitalen Medien anbietet. Stefan Grimm präsentierte die Geschäftsidee im Frühjahr auf der Computermesse Cebit.

scheint. In der Brutkasten-Zeit wird das von den Studierenden – in der überwiegenden Zahl sind es Männer – Frauen sind im Unibator eher selten vertreten – eingereichte Konzept systematisch weiterentwickelt. Am Ende sollte ein Gründer-Papier herauskommen, dem man Produkte, Zielgruppe, Erlösmodell, Konkurrenzanalyse, Kosten, Zeitplan und eigene Kompetenzen entnehmen kann.

Ewig dürfen die Studenten in diesem geschützten Brutkasten allerdings nicht bleiben. Nach spätestens 18 Monaten müssen sie den Schritt in die Selbstständigkeit gehen. Diese volle Zeit können sie nur dann ausschöpfen, wenn der Mentor nach Abschluss von drei je sechsmonatigen Phasen ein positives Gutachten abgegeben hat. Besonders wichtig ist dabei eine Empfehlung für weitere Förderprogramme, wie etwa Route A66. Denn auch nach dem Unibator sollen die Teams nicht alleine bleiben. Schließlich gilt es, aus der Schub-

kraft der Gründungshilfe die notwendige Eigendynamik zu entwickeln. Und so manches frisch gestartete Unternehmen hat trotz exzellenter Geschäftsideen Probleme, sich im rauen Alltag zu behaupten. Über das Netzwerk von Route A66 werden die im Unibator gereiften Unternehmensgründungen weiter gefördert und die Gründer auf dem Weg zur Marktetablierung unterstützt.

Unibator schreibt erste Erfolgsgeschichten

Die bisherigen Erfolge können sich sehen lassen – im Unibator ist bisher noch kein Unternehmen gescheitert, und etwa zwei Drittel der Unternehmen tummeln sich auch nach ihrer Zeit im Brutkasten erfolgreich auf den unterschiedlichsten Märkten. Eines davon ist 2IQ Research, die Juni 2002 bis August 2003 den Frankfurter Brutkasten nutzen. Inzwischen haben die beiden Gründer und Brüder Patrick und Robert Hable einige Mitarbeiter eingestellt und eigene Büros im Frankfurter Westend bezogen. Anfang 2004 haben sie ihr Unternehmen, das quantitative Anlagestrategien für den Aktienmarkt entwickelt, in eine GmbH umgewandelt. Auch die in der Gesundheitsbranche aktive Firma »Mediantum«, die von April 2002 bis Juni 2003 im Unibator angesiedelt war, entwickelt inzwischen auf dem freien Markt integrierte Direktmarketing-Lösungen, die von der Pharma-Industrie ebenso genutzt werden können wie von Apotheken oder Kunden.

Weitere drei Teams arbeiten im Frühjahr 2004 höchst erfolgreich an ihren Geschäftsideen – bereit zum Absprung aus der gesicherten Atmosphäre in die freie Wirtschaft. Zum Beispiel »Snow-online«, seit April 2003 im Unibator: Wer heut-

zutage im Winterurlaub keine Überraschungen erleben will, schaut ins Internet, wo zahlreiche Wintersportportale ihre Informationsdienste anbieten. Das Start-up-Projekt der Frankfurter BWL-Studenten Florian Weis und Stephan Knop bietet etwas Besonderes – ein Empfehlungssystem für Skigebiete. Hier können potenzielle Urlauber ihre Vorstellungen von Winterurlaub eingeben und bekommen dann eine entsprechende Vorschlagsliste. Neben der Vorstellung von Skigebieten und Unterkünften im Alpenraum wird im Magazin über Skigebiete, Events und aktuelle Themen berichtet. Im vergangenen Winter haben die beiden Gründer ihr Angebot erweitert. Nutzer können jetzt direkt Reisen über »Snow-online« buchen oder sich mit Gleichgesinnten austauschen.

Gleich drei vom Unibator unterstützten Unternehmen ist es gelungen, in diesem Jahr auf der Cebit 2004 in Hannover präsent zu sein: »di-support«, »morepixel« und dem Projektteam »Reverse Pricing«. Das Unternehmen »di-support« ging dabei im Bereich »digital imaging« mit einem völlig neuen System ins Rennen, das es Kunden aus dem Einzelhandel ermöglicht, Bilder von Speichermedien oder von Handys in hochwertiger Fotoqualität anzufertigen. »morepixel« ist ein Unternehmen, das Kommunikationsberatung und -umsetzung in klassischen und digitalen Medien betreibt und seit Frühjahr 2004 den Unibator für ein Entwicklungsteam nutzt.

Das Projektteam »Reverse Pricing« stellte die innovative Online-Handelsplattform »uPrice.de« vor. »Hier können Händler, ähnlich einer Auktionsplattform wie »eBay«, eigenständig Produkte einstellen und Kunden zum Kauf anbieten«, erklärt Gründer Martin Bernhardt, der neben seinem Job als Betreuer des Unibators über »Reverse Pricing« promoviert. »Die Besonderheit an unserem Projekt ist: Durch einen nur dem Verkäufer bekannten Mindestpreis, ab dem die Ware verkauft wird, können sowohl Käufer als auch Verkäufer Einfluss auf den letztendlich zu bezahlenden Preis eines Produkts nehmen. Bleibt der potenzielle Käufer unter dem Mindestpreis, bekommt er nur die Nachricht »zu niedrig«. Liegt er darüber, erhält er sofort den Zuschlag, ohne jedoch den Mindestpreis zu

Die innovative Online-Handelsplattform »uPrice.de« wurde von Martin Bernhardt (links) und Oliver Hinz, Projektteam »Reverse Pricing«, auf der Hannoveraner Cebit vorgestellt.



erfahren. Der Trick: Käufer dürfen nicht unbegrenzt oft bieten, sondern haben nur beispielsweise drei Gebote. So können sie sich nicht in zahlreichen Versuchen von unten an den Mindestpreis herantasten.«
 »Reverse Pricing« ist ein Teilprojekt des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Forschungsschwerpunkts Internetökonomie an der Universität Frankfurt.

Mit dem Unibator unterstützt die Johann Wolfgang Goethe-Universität eine zeitgemäße unternehmerische Bildungs- und Ausbildungskultur. Dazu Skiera: »Wir kommen so dem wachsenden Wunsch der Studierenden entgegen, sich direkt aus der Uni heraus selbstständig zu machen. Mit diesem Modell müssen wir uns auch international nicht verstecken. Schön wäre es, wenn es uns gelänge, auch hierzulande mehr Studenten für den Sprung ins Unternehmertum zu gewinnen. In Amerika ist dieses Bewusstsein viel ausgeprägter.«



Wie werden aus Fotos von Handys hochwertige Bilder? Dafür hat »di-support« ein völlig neues System entwickelt – vorgeführt von Ralph Naruhn auf der Cebit 2004.

Abonnement FORSCHUNG FRANKFURT



FORSCHUNG FRANKFURT, das Wissenschaftsmagazin der Johann Wolfgang Goethe-Universität, stellt viermal im Jahr Forschungsaktivitäten der Universität Frankfurt vor. Es wendet sich an die wissenschaftlich interessierte Öffentlichkeit und die Mitglieder und Freunde der Universität innerhalb und außerhalb des Rhein-Main-Gebiets.

Hiermit bestelle ich FORSCHUNG FRANKFURT zum Preis von 14 Euro pro Jahr einschließlich Porto. Die Kündigung ist jeweils zum Jahresende möglich.

Hiermit bestelle ich FORSCHUNG FRANKFURT zum Preis von 10 Euro als Schüler- bzw. Studentenabo einschließlich Porto (Kopie des Schüler- bzw. Studentenausweise lege ich bei).

 Name Vorname

 Straße, Nr. PLZ, Wohnort

 (nur für Universitätsangehörige:) Hauspost-Anschrift

 Datum Unterschrift

Widerrufsrecht: Mir ist bekannt, dass ich diese Bestellung innerhalb von zehn Tagen schriftlich bei der Johann Wolfgang Goethe-Universität, Vertrieb FORSCHUNG FRANKFURT, widerrufen kann und zur Wahrung der Frist die rechtzeitige Absendung des Widerrufs genügt.

Ich bestätige diesen Hinweis durch meine zweite Unterschrift.

 Datum Unterschrift

Ich zahle die Abonnementsgebühren nach Erhalt der Rechnung per Einzahlung oder Überweisung.

Ich bin damit einverstanden, dass die Abonnementsgebühren aufgrund der obigen Bestellung einmal jährlich von meinem Konto abgebucht werden.

 Konto-Nr. Bankinstitut

 Bankleitzahl Ort

 Datum Unterschrift

Bitte richten Sie Ihre Bestellung: An den Präsidenten der Johann Wolfgang Goethe-Universität
 »FORSCHUNG FRANKFURT«
 Postfach 11 19 32, 60054 Frankfurt

