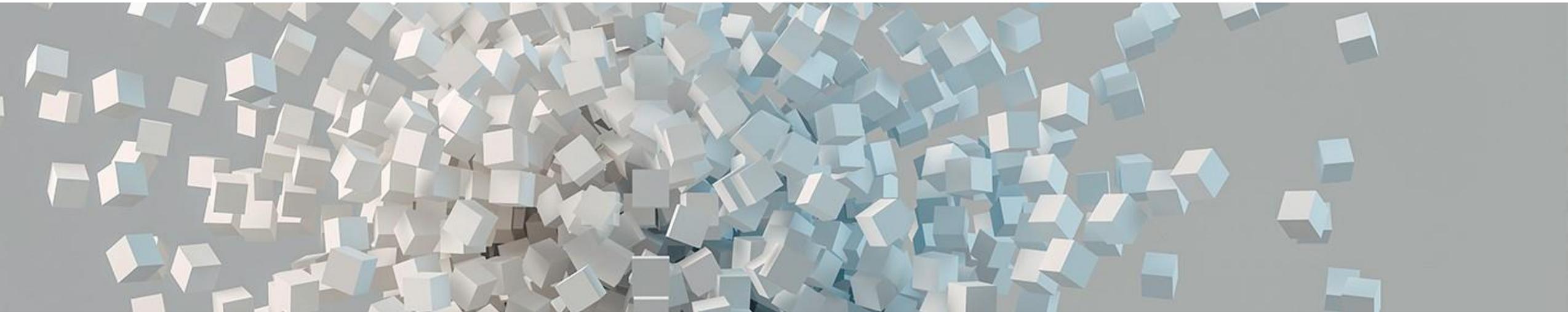


# Impulse zur Zusammenarbeit mit privaten Förderern und im Ökosystem

AKTIVIERUNGSWORKSHOPS ZUM LEUCHTTURMWETTBEWERB STARTUP FACTORIES



Juni/Juli 2023

# Hochschulen als Treiber des entrepreneurial Ecosystems

- Allianz mit gemeinsamen Angeboten
- „Volume für Exzellenz“
- Verbindung von Smart Specialisation
- Gemeinsame Programme
- Gemeinsames Businessmodell

- Internationale EU-Projekte
- Projekte mit Partnern
- Mitglieds-Beiträge der Genossen
- → Rückfluss nach „Leistung“

- Projekte mit der Industrie
- Strategische Partner
- Netzwerk-Club → Regionaler Mehrwert
- Unterstützungsbeiträge
- Ministerium und Stadt

Hochschule Intern

An-Institut

Governance-Struktur des Integrators

International

Regional

GmbH

- Ganzheitliches, integriertes Angebot
- Kommerzialisierung von Ergebnissen
- Einbeziehung relevanter Stakeholder
- Entrepreneurial Leitung und professionelles QM
- Strukturen für schnelles Agieren
- Angebote für und Netzwerk mit externen Partner

- Basisfinanzierung der Hochschule
- Einbeziehung von Profs/Experten
- Projekte mit externen Partnern
- Mehrwert für Netzwerk
- Stiftungen/Mäzene

- Shared Vision zwischen den Partnern
- Gesellschaftliche Bedeutung für das Ecosystem
- Connections anstatt Dots
- Definiertes Businessmodell
- Partner anstatt Kunde: Win-Win-Projekte und Angebote
- Langfristiges Netzwerk und professionelle Kommunikation

# Zusammenarbeit Hochschule mit privater Wirtschaft

## Wie erhalte ich das Commitment der Hochschulleitung ?



- Externe Partner gezielt in das Angebot einbinden und **„Druck von außen“ erzeugen** z.B. gemeinsame Lehrprojekte anstoßen, v.a. international und auch hier Commitment nach außen schaffen für interne Angebote, die dann nur durch „Gesichtsverlust“ wieder abgestoßen werden könnten
- **Ressourcen intern bündeln** und **Strukturen schaffen**: Gemeinsam **Drittmittel** einwerben, z.B. Life Science Inkubator mit Institut für Business Analytics (Gelder von der IHK, respektive BioPharmaCluster) oder Quantum Accelerator mit der TFU GmbH für die spätere Phase; **zentrale Einrichtung Entrepreneurs Campus**
- Mit **namhaften transferorientierten Partnern** zusammenarbeiten, die Transfer hoch halten, Technologietreiber in der Region sind und viel Ansehen genießen (z.B. Quantum DRL, Prof. Bongs)
- **Kommunikation nach innen**: auf sämtlichen Veranstaltungen sichtbar sein, z.B. Jahrestage, Jubiläen; die Profs für sich gewinnen; Anschlussfähigkeit der Zielgruppen im Blick haben und mit dem Wording aufpassen, Marke aufbauen bei uns:
- **Elefantenrunden** auf C-Level Ebene organisieren und kontinuierliche politische Arbeit um auf diesem Level für das Thema weiter zu werben – zeigt wie alles im Großen zusammenspielt mit den anderen Initiativen
- **Konkrete Angebote** für die Wirtschaftspartner generieren und ein Keyaccount- sowie Fundingmanagement aufbauen – Macht Angebote die den Unternehmen Zugang zu Forschung und Talenten ermöglichen.
- **Unternehmenspersönlichkeiten** für sich gewinnen, durch Einbindung in Vorlesungen, Alumniansprachen oder regelmäßige Updates.  
Deren **Name** und **Netzwerk** sind das was die Community am Ende stärkt.

birgit.stelzer@uni-ulm.de  
eric.heintze@gruendermotor.io

# Unternehmer:innen und Stiftungen als Förderer einer Start-up Fabrik

## 1. Einordnung unterschiedlicher Stakeholder



### Unternehmer:innen

- ▶ Pragmatisch, Interesse an der Standortentwicklung
- ▶ Einzelpersonen, Unternehmerfamilien, Gründer



### (Unternehmens-)Stiftungen

- ▶ Stiftungszweck maßgeblich für förderungsfähige Projekte
- ▶ Stiftungsvorstand mit Entscheidungsbefugnis



### Family Offices

- ▶ Ziel: Vermögensanlage mit Renditeerwartung
- ▶ Geschäftsführung: Mandat für Vermögensanlage



### Operative Unternehmen

- ▶ Agieren innerhalb ihres Geschäftsmodelles
- ▶ Management: Fokus auf geschäftliche Prioritäten



## 2. Beweggründe für eine Förderung

- ▶ "Giving back", der eigene Erfolg ist oft verschiedenen Organisationen (Schulen, Unis, etc.) zu verdanken
- ▶ Ökosystem und Innovationskraft der Region stärken
- ▶ Die Wettbewerbsfähigkeit Deutschlands und Europas stärken
- ▶ Stärkung der eigenen Reputation
- ▶ Zugang zu anderen Förderern, auch überregional
- ▶ Zugang zu Start-ups, Unis, Talenten

## 3. Mögliche Erwartungen eines Förderers

### Hohe Erfolgchance durch starkes Fundament

- ▶ Gründungs- bzw. Führungsteam
- ▶ Unabhängige & unternehmerisch agierende Organisation mit eigenem Geschäftsmodell
- ▶ Zusage öffentlicher Gelder, Kreis anderer Förderer

### Emotionale Dividende

- ▶ Impact Measurement & Reporting KPIs
- ▶ Mitbestimmung (Beirat)
- ▶ Zugang zum Programm der Start-up Fabrik, Nutzung Räumlichkeiten
- ▶ Öffentliche Sichtbarkeit?

*"Fundraising is the gentle art of teaching the joy of giving." – Henry A. Rosso*

# Was ist wichtig in der Zusammenarbeit von Startups mit etablierten Unternehmen?

---

- Kultur – Sprache, Mindset und Generationen
- Geschwindigkeit
- Die Entwicklung des Produktes bzw. der Lösung – der lange Weg zur Serienreife
- Ein starkes unternehmerisches Team
- Kenntnis des Marktes – welches (große) Problem löse ich? Wer sind meine Kunden?
- Kenntnis der Marktbegleiter – was unterscheidet mich von anderen?
- Das Geschäftsmodell (Kunde, Lieferant, Team, ...)
- Die Dritten im Bund – Investoren (Interessenskonflikte bei strategischen Investments)

# Die Qualität des Leaderships einer Startup Factory ist ausschlaggebend für 80% des Erfolgs

Role Model mit unternehmerischen Erfolg, hohe Empathie und Begeisterungsfähigkeit für Gründer, hohe Affinität für Fundraising und Stakeholder Management, fokussiert auf Resultate

World-class Standard (max 50 Kandidaten in Deutschland) als Ziel

Der Schlüssel zum Erfolg im Unternehmertum ist der Zusammenschluss der besten Gründer, Unterstützer, Investoren und Kunden

Die Besten haben sehr gute Antennen für ihre „Peers“



## The role of Venture Capital in the ecosystem of startup factories

### Investment Experts

we are investing in startups since 1997 and bring the necessary expertise & access to co-investors

### Network

providing further access to an extensive academic – and industry network



### Sparring / Coaching

we interact with the startups in a very early phase in order to challenge team & tech

### Competition

crucial to have a maximum number of external investors to make the ecosystem attractive

# Impuls: ECOSYSTEM statt Ego-System

- **Ecosystem Stakeholder Groups**
  - 1) Universities & Research Institutions (incl. Talent)
  - 2) Start-ups & Scale-ups (incl. Senior Entrepreneurs)
  - 3) Investors
  - 4) Industry, Corporates, Mittelstand
  - 5) Service Providers
  - 6) Innovation Hubs et al.
  - 7) Public Sector

=> **Orchestrieren der Kollaborationen mit Blick auf Wertschöpfung**
- **Fokus auf unternehmerische Finanzierung** via Dienstleistungen, Sponsoring und/oder Spenden, DANACH öffentliche (Co-)Finanzierung
- **Spannungsfeld** zwischen Universität/Hochschule und unternehmerischer Entität (ggf. extern) nicht als Problem, sondern als **strategischen Vorteil** begreifen
- **Geldbergewinnung**: Inspiration, Pitching, Sales – und **immer wieder**
- **Ecosystem-Thinking** statt Hochschul-Binnenlogik

**Prof. Matthias Notz**

CEO German Entrepreneurship, München / Berlin / Düsseldorf / Palo Alto / New York / Tokyo / Singapore / et al.  
Professur für *Ecosystem of Scale* an der Technischen Hochschule Deggendorf

## VIELEN DANK AN ALLE IMPULSGEBERINNEN UND IMPULSGEBER

Prof. Dr. Klaus Sailer - Geschäftsführer, Strasczeg Center for Entrepreneurship, Hochschule München

Dr. Birgit Stelzer - Geschäftsführerin Entrepreneurs Campus, Universität Ulm

Dr. Eric Heintze - Director Gründermotor Landesinitiative, Gründermotor GmbH

Tom Roggendorf - Entrepreneur & Investor, Visionaries Club

Alfons Riek - VP Technology and Innovation, Festo

Matthias Hilpert - Angel Investor und Geschäftsführer, MH2 Capital

Stephan Rauscher - Partner bei Earlybird Venture Capital

Prof. Matthias Notz - Geschäftsführer, German Entrepreneurship GmbH