



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

WIRTSCHAFT.
WACHSTUM.
WOHLSTAND.



Gründerwoche
Deutschland
www.gruenderwoche.de

Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

Gründerwoche
Deutschland

www.gruenderwoche.de

Rückblick: Gründerwoche Deutschland 2011

Eine Woche voller Unternehmergeist und Existenzgründungen

Die Gründerwoche ist Teil der Global Entrepreneurship Week (GEW), einer weltweiten Aktionswoche zur Förderung von Unternehmergeist und Existenzgründungen. Bereits seit 2008 findet die GEW auch in Deutschland statt. Seit 2010 wird sie in Deutschland unter dem Namen „Gründerwoche Deutschland“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) durchgeführt. Das RKW Kompetenzzentrum ist in dessen Auftrag als bundesweite Koordinierungsstelle tätig.

Die Ziele der Gründerwoche

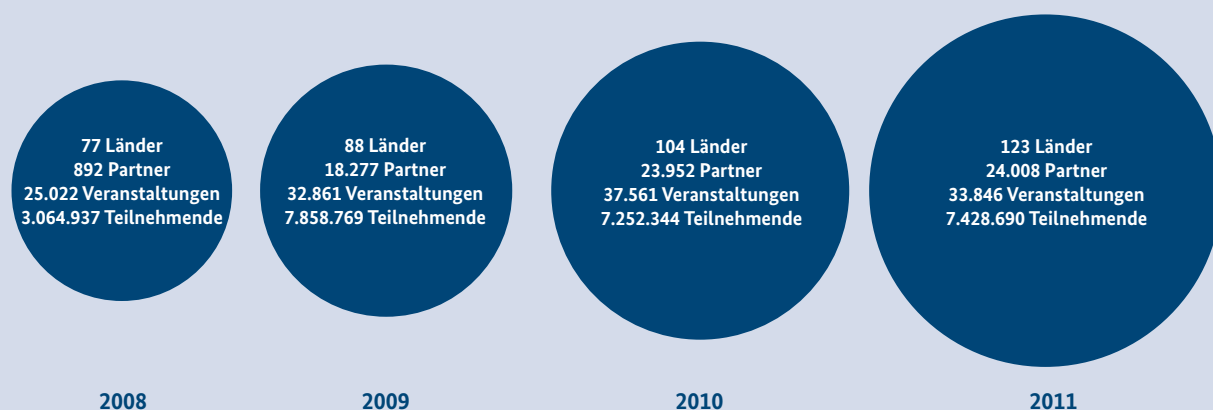
- ▶ Vor allem junge Menschen für das Thema Existenzgründung begeistern.
- ▶ Gründerinnen und Gründer bei der Umsetzung ihrer Ideen unterstützen.
- ▶ Möglichkeiten bieten, sich über Erfahrungen, Ideen und Meinungen zu den Themen Gründung und Selbständigkeit auszutauschen.
- ▶ Dem Thema „Gründung“ größere öffentliche Aufmerksamkeit verleihen durch die Bündelung der vielen erfolgreichen Aktivitäten und Initiativen zur Gründungsförderung.

Getragen wird die Gründerwoche von rund 800 Partnern, die vor Ort Veranstaltungen für junge Menschen, Gründungsinteressierte sowie Gründerinnen und Gründer anbieten. Partner werden können all diejenigen Akteure, die den Unternehmergeist fördern wollen, Gründerinnen und Gründer sowie junge Unternehmen unterstützen und mit ihren Veranstaltungen keine kommerziellen Ziele verfolgen. Dazu zählen Gründungsinitiativen und -netzwerke, Kammern, Wirtschaftsförderungen, Gründungs- und Technologiezentren, Ministerien, Schulen, Hochschulen, andere Bildungseinrichtungen, Agenturen für Arbeit und viele mehr.

Seit dem Start der weltweiten Initiative im Jahr 2007 ist die Zahl der teilnehmenden Länder, der Partner weltweit, der Veranstaltungen und der Teilnehmerinnen und Teilnehmer stark gewachsen:

Entwicklung der Global Entrepreneurship Week (GEW)

Die GEW wird von Jahr zu Jahr erfolgreicher und findet mittlerweile in 123 Ländern statt.



Quelle: GEW Impact Report 2011

Daten und Fakten zu Partnern, Veranstaltungen und Themen

Auch in Deutschland sind seit dem Start der Global Entrepreneurship Week die Partner-, Veranstaltungs- und Teilnehmerzahlen stetig gestiegen. 2011 war die Gründerwoche noch erfolgreicher als im Vorjahr:

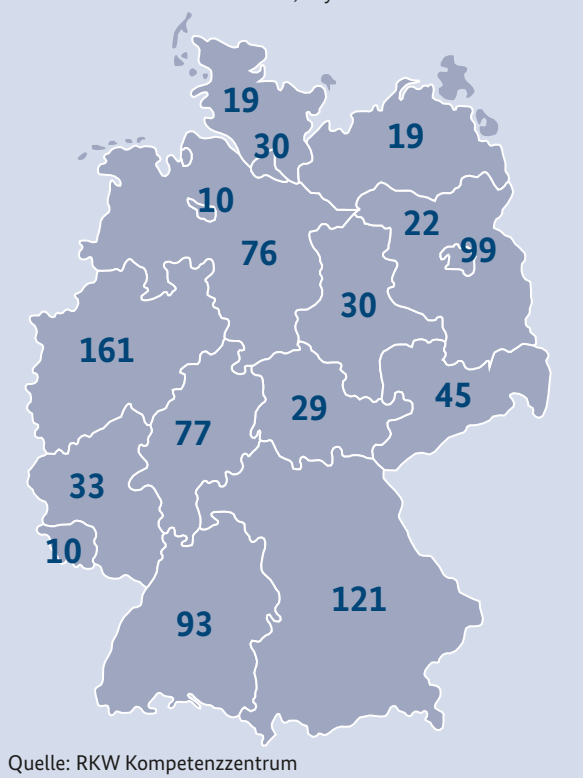
- ▶ Fast 30 Prozent mehr Partner: 874 gegenüber 680
- ▶ Zuwachs in fast allen Partnergruppen und Bundesländern
- ▶ Rund 400 Veranstaltungen mehr: etwa 1.450 gegenüber rund 1.000 im Aktionszeitraum
- ▶ Rund 10.000 mehr Teilnehmende an den Veranstaltungen der Partner: 40.000 gegenüber 30.000
- ▶ 17 Prozent mehr Website-Besuche im Aktionszeitraum: 7.316 gegenüber 6.234 Besuchen
- ▶ Die Gründerwoche im Fernsehen: 8 gegenüber 0 Sendungen

Die Partner der Gründerwoche 2011

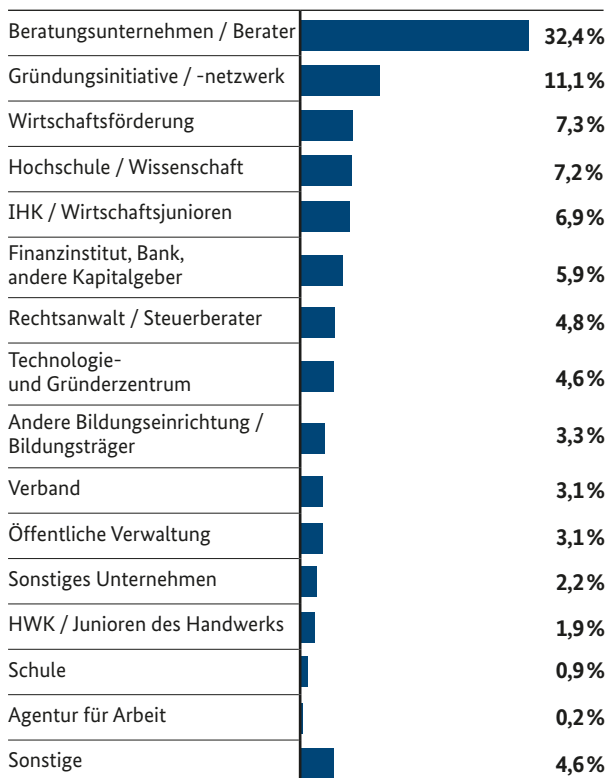
Die 874 Partner der Gründerwoche Deutschland verteilen sich auf verschiedene Gruppen: Knapp ein Drittel kam aus dem Bereich der Unternehmensberatung, gefolgt von Gründungsinitiativen und -netzwerken mit über elf Prozent. Hochschulen und andere wissenschaftliche Einrichtungen waren mit über sieben Prozent fast gleichauf mit Wirtschaftsfördergesellschaften und lagen an vierter beziehungsweise dritter Stelle. Auch Schulen waren in die Gründerwoche eingebunden, überwiegend durch Kooperationen mit anderen Partnern der Gründerwoche. Einige waren selber als Partner registriert. Allein am bundesweiten Luftballonwettbewerb nahmen 50 Schulen und Schülerfirmen teil.

Anzahl der Partner nach Bundesländern

Die meisten Partner sind in NRW, Bayern und Berlin aktiv



Herkunft der Partner



Quelle: Datenbank der Gründerwoche, Abweichungen von 100 Prozent rundungsbedingt



Plakat zur Ankündigung der Gründerwoche Deutschland 2011

Veranstaltungsthemen und Ziele

Beratung, Information	69,6 %
Erfahrungsaustausch, Networking	22,0 %
Qualifizierung, Weiterbildung	20,9 %
Unternehmergeist / Projekt	14,7 %
Berufsorientierung	7,9 %

Quelle: Datenbank der Gründerwoche, Mehrfachnennungen möglich

Vielfältige Gründe für das Engagement der Partner

Die Partner engagierten sich aus vielfältigen Gründen in der Gründerwoche: Sie fanden es notwendig, dem Thema größere Durchschlagskraft zu geben und (potenzielle) Gründer zu unterstützen. Die meisten engagierten sich rund um das Jahr für (potenzielle) Gründerinnen und Gründer und nutzten die Aktionswoche, um auf das Thema und ihre eigene Arbeit aufmerksam zu machen. Die Partner nahmen die Gründerwoche neben der Unterstützung der Gründerinnen und Gründer sowie junger Leute aber auch als Möglichkeit wahr, den eigenen Bekanntheitsgrad zu steigern. Dabei spielten Imagegewinn, Werbung, Marketing sowie Kunden- und Teilnehmergewinnung eine große Rolle. Knapp die Hälfte der Partner gab an, dass ihnen die Verwendung der Marke Gründerwoche Deutschland bei der Vorbereitung, Durchführung und Bewerbung von Veranstaltungen von Nutzen war, zum Beispiel bei der Presse-/Öffentlichkeitsarbeit (37,1 %) und bei der Gewinnung von Teilnehmenden für ihre Veranstaltungen (21,3 %).

Veranstaltungen

Unter dem Dach der Gründerwoche wurden insgesamt 1.780 Veranstaltungen durchgeführt. Rund 1.450 davon fanden im Aktionszeitraum vom 14. bis 20. November 2011 statt. Die restlichen Veranstaltungen fielen vor allem in die zwei Wochen vor und nach der Gründerwoche. Knapp über die Hälfte der Veranstaltungen zählte 40 oder weniger Teilnehmende. Rund 60 Prozent der Partner kooperierten mit Wirtschaftsförderungen, Beratern sowie Industrie- und Handelskammern/Wirtschaftsjunioren. Wie im Vorjahr boten rund 20 Prozent der Partner zwei Veranstaltungen an, rund die Hälfte eine. Die meisten Veranstaltungen gab es in Nordrhein-Westfalen, Bayern und Berlin.

Zielgruppen

Die Partner sprachen mit ihren Veranstaltungen vor allem Gründerinnen und Gründer beziehungsweise junge Unternehmen allgemein an. Auch Fachkräfte, Erwerbslose, Frauen und Studierende spielten mit je rund 30 Prozent eine bedeutende Rolle. Schülerinnen und Schüler sowie Lehrende wurden nur zu einem sehr geringen Anteil angesprochen.

Alter und Herkunft der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Obwohl mit den Veranstaltungen vor allem Gründerinnen und Gründer angesprochen wurden, war der Anteil junger Menschen bei den befragten Besucherinnen und Besuchern bemerkenswert: 13,3 Prozent waren Studierende, 3,3 Prozent Auszubildende und 8 Prozent Schülerinnen und Schüler. Die meisten befragten Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren entweder bereits beruflich selbständig (31,2 %) oder abhängig beschäftigt (31,2 %). Obgleich nur wenige Schulen direkt als Partner der Gründerwoche registriert waren, erreichten die Partner viele Schülerinnen und Schüler – unter anderem durch die Information von Lehrerinnen und Lehrern. Dies zeigt: Schulen sind wichtige Kooperationspartner, um junge Menschen für Veranstaltungen zu gewinnen und sie für das Thema zu begeistern.

Positives Feedback der Teilnehmenden

Rund 900 Besucherinnen und Besucher füllten die von den Partnern verteilten Feedbackbögen der Gründerwoche aus und beurteilten die Veranstaltungen fast ausschließlich mit „sehr gut“ oder „gut“. 94,1 Prozent gaben an, dass sie darin bestärkt wurden, ihr Gründungsvorhaben voranzutreiben beziehungsweise sich mit der Möglichkeit einer beruflichen Selbständigkeit zu befassen. Als Gründe für den Besuch der Veranstaltungen nannten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vor allem: die Motivation zur Gründung, Unterstützung bei einem konkreten Vorhaben, hohe Informationsdichte, Vielfalt, Vernetzung und kostenlose Hilfestellung. Daneben wünschten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zukünftig mehr Informationen vor allem in den „klassischen“ Themengebieten: Businessplanerstellung, Recht (Unternehmensformen/Steuern), Marketing (Akquisition, Social-Media für Akquisition

Zielgruppen der Veranstaltungen

Gründer/innen, (junge) Unternehmen	93,5%
Erwerbslose	36,3%
Studierende, Alumni	35,3%
Frauen	30,2%
Fachkräfte	27,7%
Migranten	13,4%
Experten, Berater	10,4%
Hochschullehrende	8,6%
Schülerinnen, Schüler	6,3%
Azubis	3,7%
Lehrerinnen, Lehrer	2,9%

Quelle: Datenbank der Gründerwoche, Mehrfachnennungen möglich

und Marketing), Finanzierung/Fördermittel, kaufmännisches Know-how (Buchführung, Angebote, Rechnungen schreiben).

Presseecho

Bereits im Vorfeld der Gründerwoche erfolgte eine rege Berichterstattung: Insgesamt wurden 1.554 Artikel veröffentlicht. Die Hälfte aller Meldungen erschien in Printmedien. Über 90 Prozent davon in regionalen Tageszeitungen, gefolgt von Anzeigenblättern und überregionalen Tageszeitungen. Zahlreiche Hörfunksender berichteten über die bundesweite Aktionswoche. Erstmals schaffte es die Gründerwoche auch ins Fernsehen: drei Sender zeigten insgesamt acht Sendungen zur Gründerwoche.

Nutzung der Website www.gruenderwoche.de

Im November 2011 erreichte die Nutzung der Website während der Gründerwoche (14. bis 20. November 2011) mit insgesamt 7.316 Besuchen ihren Höhepunkt. Das waren 17 Prozent mehr als während der Gründerwoche 2010 (6.234 Besuche). Die meisten Nutzer kamen über einen Direkteinstieg auf die Website, gefolgt von Suchmaschinen wie Google. Einen deutlichen Anstieg bei den Nutzerzahlen konnte der Veranstaltungskalender verbuchen: Hier lagen während der Gründerwoche 2010 die Besucherzahlen bei 2.274. Während der Gründerwoche 2011 erhöhten sich die Besucherzahlen auf 3.660 (+ 61 %).

Wettbewerbe 2011



Fotowettbewerb „Reach for your Stars“

Im Rahmen der Global Entrepreneurship Week beteiligte sich die Gründerwoche Deutschland sehr erfolgreich an internationalen Projekten wie dem Fotowettbewerb „Reach for your Stars“. Der Erstplatzierte des bundesweiten Wettbewerbs, Michael Schneider (rechts mit Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler), belegte beim internationalen Entscheid den zweiten Platz.



Wettbewerb „Meet the Dragons“

Bei der internationalen Endausscheidung von „Meet the Dragons“ in den Niederlanden wurde das deutsche Start-up YOUCOOK von Tobias Modjesch (mit Gongschlägel) von der Jury auf den ersten Platz gewählt. Bei dem Wettbewerb konnten junge Unternehmerinnen und Unternehmer vielversprechende Geschäftsideen vor einer Jury aus Unternehmern und Investoren präsentieren – und sich als Gewinner eine Kapitalspritze sichern. Die Jurymitglieder erhalten im Gegenzug eine Beteiligung am Gewinn.



Luftballonwettbewerb zum Start der Gründerwoche Deutschland

Am 14. November 2011 ließ Bundeswirtschaftsminister Dr. Philipp Rösler zum Auftakt der Gründerwoche Deutschland gemeinsam mit Schülerinnen und Schülern einer Schule in Hannover Hunderte weißer Luftballone steigen. Dies war der Auftakt zu einem bundesweiten Luftballonwettbewerb, an dem sich die ganze Woche vor allem Schulen, Schülerunternehmen sowie einige Hochschulen und andere Partner beteiligten. Über 6.500 Ballone wurden auf die Reise geschickt. Rund 250 Teilnehmerkarten, die an den Luftballonen befestigt waren, wurden an das Bundeswirtschaftsministerium zurückgeschickt. Zehn Schülerinnen und Schüler erhielten Preise, weil ihre Ballone am weitesten geflogen sind.



Ausblick: die Gründerwoche Deutschland 2012

Die Gründerwoche 2012 findet statt vom 12. bis zum 18. November. Ab Anfang April können sich alte und neue Partner auf der Website für die Gründerwoche 2012 registrieren. Auch in diesem Jahr können sie auf Materialien des BMWi zurückgreifen sowie von der Bündelung der Thematik in einer Aktionswoche und von der Vernetzung der Akteure der Gründungsszene profitieren.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit, 11019 Berlin
www.bmwi.de

Stand

März 2012

Redaktion

RKW Kompetenzzentrum, Eschborn

Gestaltung

ergo Kommunikation, Berlin

Druck

Silber Druck oHG, Niestetal

Bildnachweis

BMWi, Shutterstock,
Holland Program on Entrepreneurship
(HOPE), Erasmus University Rotterdam,
Delft University of Technology and Leiden
University

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie herausgegeben. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlwerbenden oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

