



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Die Sommeruni-Workshops 2026 im Überblick

Ideen finden, prüfen und bewerten / 10.08.2026 / 9-17 Uhr

Eine gute Gründungsidee entsteht nicht im Businessplan, sondern dort, wo echte Probleme verstanden und mutig neue Lösungen ausprobiert werden. In diesem Workshop gibst du deiner Idee Raum zum Wachsen, von den ersten Einfällen bis zur klaren Entscheidung, worauf du wirklich setzen willst.

Ziel

Die Teilnehmenden lernen Methoden und Techniken, um kreativ und lösungsorientiert Ideen zu entwickeln. Die Entwicklung beginnt mit der Ideenfindung. Ideen müssen jedoch auch geprüft werden: Löst die Idee ein Problem? Ist die Idee umsetzbar? Es werden Kriterien erarbeitet anhand derer Ideen grundsätzlich oder im Speziellen bewertet werden können.

Inhaltliche Schwerpunkte

1. Kreatives Ideensprudeln

Wir starten mit einer Kombination aus unstrukturierten und strukturierten Kreativitätstechniken wie Brain-Train und SCAMPER oder alternativ mit Systematic Inventive Thinking (SIT). Ziel ist ein echtes Ideensprudeln: viele unterschiedliche Lösungsansätze, aufeinander aufbauende Ideen und erste überraschende Perspektiven, ohne den Prozess zu früh zu bremsen.

2. Problem- und Nutzungsverständnis schärfen

Danach tauchen wir in den Problemraum ein: Mit AEIOU und der Customer-Journey-Map analysierst du die Kontexte, Touchpoints und Schmerzpunkte deiner Nutzer:innen. Jobs-to-be-Done hilft dir, zu verstehen, welchen Job deine Idee, dein Produkt oder dein Service für deine Zielgruppe übernehmen soll, und zu erkennen, was Nutzer:innen tatsächlich erreichen wollen. So entsteht ein klarer Problemfokus als Grundlage für die weitere Ausarbeitung deiner Lösung und möglicher Geschäftsmodelle.

3. Systematische Ideenverfeinerung

Ausgewählte Ideen werden jetzt gezielt mithilfe der Pinocchio-Übung weiterentwickelt. Sie hilft dir, implizite Annahmen der Nutzer:innen deiner Idee sichtbar werden zu lassen, neue Assoziationen anzuregen und Ansatzpunkte für Innovation und Storytelling herauszuarbeiten.

4. Ideenbewertung und -auswahl

Zum Schluss wird es konkret: Mit der Impact-Difficulty-Matrix erkennst du, welche Ideen hohes Potenzial bei vertretbarem Aufwand haben, und welche eher langfristige „Moonshots“ sind. Near-Far-Sweet lädt dich ein, zwischen naheliegenden und radikaleren Varianten zu spielen und eine „Sweet-Spot“-Version deiner Idee zu entwickeln, mit der du sinnvoll weiterarbeiten kannst.

Methoden

Interaktiver Workshop mit Inputphasen, Erläuterung der Methoden, Gruppenarbeit sowie Präsentation der erarbeiteten Ideen

Dozentin

Kathleen Kinzel

Business Model Canvas / 11.08.2026 / 9-17 Uhr

Das BMC bietet den idealen Startpunkt, eine Geschäftsidee der ersten validen Prüfung zu unterziehen. Das BMC ermöglicht es, sich temporär von der eigenen Idee zu lösen und aus einer übergeordneten Perspektive zu analysieren, wie das Geschäftsmodell in der Praxis umgesetzt werden kann. Mit diesem Tool ist es möglich, alle Geschäftsaktivitäten wie Beschaffung, Marketingkanäle, Kosten und Einnahmequellen auf einem modularen gegliederten "Canvas" darzustellen und miteinander zu verbinden. In der nächsttieferen Ebene beschäftigt man sich danach mit der "Value Map" und dem "Customer Profile", um den sogenannten Fit zwischen Kundenbedürfnissen und Nutzenversprechen herzustellen. Damit ist gerade in der frühen Gründungsphase ein erster Test möglich und die Validität der Gründungsidee zu prüfen.

Ziel

Die Teilnehmenden sollen in der Lage sein, ihre Geschäftsideen auf dem BMC darzustellen und sich kritisch mit dem Nutzenversprechen und den Kundenbedürfnissen auseinanderzusetzen. Es soll ein Verständnis für die Komplexität des zu gründenden Unternehmens geschaffen werden, ohne die Machbarkeit in Frage zu stellen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Verständnis für das BMC gewinnen
- Bearbeitung des Business Model Canvas
- Fokus auf Value Proposition: Produktangebot und Zielgruppe
- Ausarbeitung einer Validierungsstrategie und erste Schritte zum Testen
- Testplan.

Methode

Theorieinput, Kreativtechniken, praktische Anwendungen, Praxisbeispiele

Dozentin

Vanessa Rosenthal

Digitale & Nachhaltige Geschäftsmodelle / 12.08.2026 / 9-17 Uhr

Die Berücksichtigung digitaler und nachhaltiger Aspekte im Business stärkt nicht nur die Marktposition, sondern erhöht auch die Attraktivität für Investoren, die zunehmend Wert auf solche Kriterien legen. Startups, die diese Elemente von Anfang an integrieren, können sich besser am Markt positionieren und erste Kunden gewinnen. In diesem Workshop werden wir erfolgreiche Geschäftsmodelle und Transformationen vorstellen sowie eigene Potentiale erarbeiten.

Ziel

Ziel ist es, die Geschäftsmodelle (BMC) vom Vortag zu reflektieren, in Richtung Digitalisierung und Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln und durch Differenzierung strategische Stärken zu identifizieren.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Intro zu nachhaltigen und digitalen Geschäftsmodellen.
- Vorstellung verschiedener Business Model Design Pattern
- Impact und Opportunitätskosten anhand des Doughnut Models identifizieren und ggf. erstes Potential berechnen.
- Erweiterung des BMC durch Fragen zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung
- Erste Einblicke ins Prototyping.

Methode

Theorieinput, praktische Anwendungen, Praxisbeispiele

Dozentin

Vanessa Rosenthal

Preisgestaltung und -Kalkulation /13.08.2026 / 9-17 Uhr

Der Workshop ist als praxisorientiertes Intensivformat konzipiert und vermittelt den Teilnehmenden die grundlegenden Methoden und strategischen Überlegungen zur Entwicklung tragfähiger Preise für Produkte und Dienstleistungen im Startup Kontext. Zu Beginn steht die strukturierte Ermittlung und Analyse der relevanten Kostenbestandteile als Grundlage der Preiskalkulation. Darauf aufbauend erfolgt die Einordnung der eigenen Preisgestaltung im Kontext des Wettbewerbsumfelds sowie die Berücksichtigung strategischer Zielsetzungen und der Nutzenperspektive aus Sicht der Kundinnen und Kunden. Diese Bestandteile werden schrittweise zusammengeführt, um eine konsistente und tragfähige Preisstruktur abzuleiten.

Die Teilnehmenden kalkulieren konkrete Preise für ihr eigenes Produkt oder ihren eigenen Service. Dabei wird die Preisgestaltung nicht als einmalige rechnerische Ableitung verstanden, sondern als strategischer und iterativer Prozess, der eine kontinuierliche Überprüfung und Anpassung im Marktumfeld erfordert. Die erarbeiteten Preisentscheidungen werden abschließend gemeinsam analysiert und kritisch reflektiert, um ein vertieftes Verständnis für die zugrunde liegenden Zusammenhänge und Entscheidungsprozesse zu schaffen.

Ziel

Ziel ist es, die Teilnehmenden dazu zu befähigen, eigenständig fundierte Preisentscheidungen auf Basis von Kostenstrukturen, Wettbewerbsanalysen und strategischen Erwägungen zu treffen und diese im Kontext ihres Gründungsvorhabens einzuordnen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Bedeutung von Preiskalkulation und Preisgestaltung im Kontext von Gründungsvorhaben
- Wesentlichen Einflussfaktoren auf die Preisgestaltung, insbesondere Kostenstrukturen, Wettbewerbsumfeld, Zahlungsbereitschaft und strategische Positionierung
- Grundlegende Kalkulationsstrukturen zur Herleitung von Preisen für Produkte und Dienstleistungen
- Verständnis der relevanten Kostenbestandteile sowie deren systematische Strukturierung im Rahmen der Preiskalkulation
- Methoden zur Recherche und realistischen Abschätzung von Kostenbestandteilen und preisrelevanten Marktinformationen
- Verständnis der strategischen Dimension von Preisgestaltung, insbesondere im Hinblick auf Marktpositionierung und langfristige Unternehmensentwicklung

Methode

Theorieinput, Übungen, Fallbeispiele

Dozent

Dr. Nikolas Höhnke

Innere Stärke und Resilienz für Gründerinnen - Mindset, Identität und Kommunikation / 14.08.2026 / 9-17 Uhr

Gründen bedeutet, mit Unsicherheit, Druck und Selbstzweifeln umzugehen. Der Workshop unterstützt die Teilnehmenden dabei, ein Growth Mindset zu entwickeln, individuelle Strategien im Umgang mit Stress und Belastung aufzubauen und ihre eigene Gründer*innen-Identität zu klären. Ein besonderer Fokus liegt auf authentischer Kommunikation und einem sicheren Auftreten nach außen.

Ziel

Die Teilnehmenden stärken ihre innere Haltung im Gründungsprozess, entwickeln konkrete Strategien für den Umgang mit Unsicherheit und Druck und gewinnen Sicherheit in ihrem authentischen Auftreten.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Unsicherheit im Gründungsprozess erkennen und konstruktiv reframe
- Growth Mindset: Lernen durch Ausprobieren statt Perfektionsanspruch
- Resilienz im Alltag: Umgang mit Stress, Druck und Rückschlägen
- persönliches Energie- und Stressmanagement
- Aufbau einer klaren Gründer*innen-Identität
- eigene Stärken erkennen und gezielt einsetzen
- authentische Kommunikation (z. B. Auftreten, Pitch, Positionierung)

Methode

kurze, strukturierte Inputs, Reflexions- und Selbstklärungsübungen, Gruppenarbeiten und moderierter Austausch, praxisnahe Übungen zur Kommunikation, • Transferaufgaben für den eigenen Gründungskontext

Dozent

Katja-Lass-Lennecke

Buchführung / 17.08. bis 18.08.2026 / 9-17 Uhr

Der Kurs soll die Grundgedanken der Buchführung näherbringen und aufzeigen, warum die Buchführung nicht nur „lästige“ Pflicht, sondern überlebenswichtig ist. Sie sind Freiberufler oder Gewerbetreibender, nebenberuflich oder voll selbstständig, umsatzsteuerpflichtig oder umsatzsteuerbefreit und dementsprechend kommen z.T. unterschiedliche Buchführungspflichten und Steuern auf Sie zu.

Ziel

Der Kurs soll den Teilnehmern die Grundgedanken der Buchführung und der Kosten- und Leistungsrechnung näherbringen und aufzeigen, wie diese Arbeitsfelder sowohl ihr Unternehmen zahlenmäßig gegenüber Banken, anderen Kapitalgebern und dem Finanzamt darstellen, aber auch die Grundlagen für eine vernünftige Preiskalkulation schaffen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Belege als Grundlage und Ausgangsbasis der Buchführung
- Anforderungen an die Ordnungsmäßigkeit von Belegen
- Beleghaltung und damit verbundene Organisationsfragen
- Einnahmen-Überschussrechnung und Führen eines Kassenbuchs
- Führung des Geschäftskontos und damit verbundene Fragestellungen

Methode

Praxisbeispiele, Übungen, Theorieinput

Dozent

Thorsten Wicha

Wirtschaftliche und soziale Absicherung für Selbstständige / 19.08.2026 / 9-17 Uhr

Der Schritt in die Selbstständigkeit ist für viele eine spannende Herausforderung. Bei der Planung stehen berufliche Ziele, Fragen der Organisation und die geschäftlichen Kosten zunächst im Vordergrund. Selbstständigkeit bedeutet in der Regel aber auch die Altersvorsorge eigenständig aufzubauen und Ausfallrisiken selbst abzusichern. Ein Thema, das viele nicht ausreichend beachten.

Ziel

Ziel des Workshops ist es, einen Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten des Vermögensaufbaus und der Risikoabsicherung zu geben. Dabei werden die Grundstrukturen der Anlage in Immobilien, Versicherungen und Geldanlage vorgestellt. Chancen und Risiken, Modelle der staatlichen Förderung und der Weg zur passenden Beratung sind ebenfalls Thema.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Grundregeln der Finanzplanung
- Langfristiger Vermögensaufbau
 - Eine eigene Alterssicherung aufbauen
 - Staatliche Förderungen nutzen
 - Chancen + Risiken – das passende Verhältnis finden
- Vermögensaufbau / Vermögensabsicherung – welche Versicherung muss sein?
 - Private Absicherung von Risiken, z.B.: Haftpflicht, Krankenversicherung, Berufsunfähigkeit
 - Geschäftliche Absicherung von Risiken, z.B.: Betriebshaftpflicht, Betriebsausfall, Geschäftsinhalt, Technik.
- Die passende Beratung / zur eigenen Entscheidung finden.
 - Wie sieht eine gute Finanzberatung aus?
 - Eigenständige Recherche von Informationen, z.B. im Internet
 - Kosten und Nutzen von Finanzprodukten

Methode

Theorieinput, Übungen, Fallbeispiele

Dozent

Michael Gleitz

Recht und Vertrag / 20.08. bis 21.08.2026 / 9-17 Uhr

Im Gründungsprozess muss eine Rechtsform gewählt werden. Diese Entscheidung hat finanzielle, steuerliche und rechtliche Auswirkungen, die man kennen sollte. Ein Vertragsabschluss bringt Besonderheiten entsprechend seiner Form mit sich: Gesellschaftsverträge, Kaufverträge, Werkverträge, Arbeitsverträge, Kooperationsverträge, Allgemeine Geschäftsbedingungen usw. müssen dementsprechend besonders beleuchtet werden.

Ziel

Die Teilnehmenden erhalten einen Überblick über die wichtigsten Rechtsformen, ihre Vor- und Nachteile und Empfehlungen anhand von Auswahlkriterien. Die wichtigsten Verträge werden anhand von Musterverträgen besprochen, so dass sie Grundlagenkenntnisse darüber erwerben, worauf bei diesen Verträgen geachtet werden sollte.

Inhaltliche Schwerpunkte

Gründungsphase

- Wahl der Rechtsform
- Marken, Domain- und Firmennamen
- Zusammenarbeit mit Partnern
 - Atelier- und Bürogemeinschaft
 - Kooperationen

Operatives Geschäft

- Einführung ins BGB / Recht der Schuldverhältnisse
- Allgemeine Geschäftsbedingungen/Einzelaufträge
 - Materialeinkauf, Lieferanten
 - Erstellung, Auftragsarbeiten
 - Verkauf/Vertrieb
 - Rechnungslegung, Mahnverfahren

- Typische Vertragskonstellationen verschiedener Branchen
- Wettbewerbsrecht, Werberecht
- Gewerbliche Schutzrechte
- Arbeitsrecht und Subunternehmer (Freie Mitarbeiter)

Methode

Theorieinput, Fallbeispiele

Dozent

RA Marc-Thilo Schott

Steuern und Formalitäten / 24.08. bis 25.08.2026 / 9-17 Uhr

Sie haben eine Geschäftsidee entwickelt und geprüft. Nun wollen Sie richtig starten. Sie müssen sich nur noch anmelden – aber wo und wann und mit welchen Konsequenzen? Sie sind Freiberufler oder Gewerbetreibender, nebenberuflich oder voll selbstständig, umsatzsteuerpflichtig oder umsatzsteuerbefreit und dementsprechend kommen z.T. unterschiedliche Steuerpflichten auf Sie zu.

Ziel

Der Kurs soll Ihnen die wichtigsten Steuerarten näherbringen und aufzeigen, warum diese Arbeitsfelder nicht nur "lästige" Pflicht, sondern überlebenswichtig sind – auch für kleine Unternehmen und Gewerbetreibende.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Einkommensteuer
- Ermittlung der Steuerschuld
- Gewinnermittlung und Private Ausgaben
- Mehrwertsteuer
- Umsatzsteuer/ Vorsteuer
- Umsatzsteuervoranmeldung (Erstellung & Dauerfristverlängerung)
- Gewerbesteuer
- Berechnung und Freibeträge

Methode

Praxisbeispiele, Übungen, Theorieinput

Dozent

Thorsten Wicha

Erfolgreiche Teamarbeit /26.08.2026 / 9-17 Uhr

Teamgründungen sind erfolgreicher! Aber wie arbeitet man gemeinsam mit mehreren, unterschiedlichen Beteiligten an einem gemeinsamen Projekt, an einem Gründungsvorhaben? Was genau ist zu tun und wie klappt es mit der Zusammenarbeit? Wer hat welche Stärken, Kompetenzen, Eigenschaften, wie nutzt man diese und bringt sie zusammen? Die unterschiedlichen Ziele, Perspektiven und Kompetenzen der Teammitglieder machen das Zusammenwirken nicht unbedingt leichter, bereichern es aber ungemein. So können Teams durch ihre diversen Fähigkeiten stärker sein als Einzelakteure.

Oft stellt dabei das wertschätzende und wertschöpfende Miteinander eine komplexe Herausforderung dar. Wer sich hier über gemeinsame Ziele verständigt und die Denk- und Arbeitsweisen der Einzelnen versteht, fördert das Gelingen der Kommunikation und letztlich der Zusammenarbeit sowie der Team-Performance.

Ziel

Die Teilnehmenden sollen verstehen, welche Aspekte ein gutes Team ausmachen und ihre eigene Rolle im Team kennenlernen. Sie werden Werkzeuge erlernen, um Teamstrukturen zu erkennen und Methoden anwenden können, um Vertrauen innerhalb des Teams aufzubauen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Inhaltliche Schwerpunkte

- Einführung in das Thema Teambuilding
- Was macht gute Teams aus?
- Diskussion über wichtige Aspekte wie Kommunikation, Zusammenarbeit und Zielsetzung
- Konflikte im Team

Methode

Inputphasen wechseln sich mit Arbeitsphasen in Kleingruppen, Einzelarbeit, Selbstreflexion und Diskussion im Plenum ab.

Dozentin

Esther Schaefer

Finanzplanung und Finanzierung / 27.08.bis 28.08.2026 / 9-17 Uhr

Der Workshop ist in zwei aufeinander aufbauende Teile gegliedert. Der erste Tag fokussiert auf die Entwicklung einer strukturierten Finanzplanung. Dabei werden wesentliche betriebswirtschaftliche Grundlagen vermittelt und auf das individuelle Gründungsvorhaben angewendet. Im Mittelpunkt steht die systematische Ableitung von Umsatzannahmen, Kostenstrukturen und Liquiditätsverläufen, um insbesondere den Kapitalbedarf und den Liquiditätsbedarf des Vorhabens zu bestimmen.

Der zweite Tag widmet sich der Finanzierung des identifizierten Kapitalbedarfs. Aufbauend auf den Ergebnissen der Finanzplanung werden verschiedene öffentliche und private Finanzierungsinstrumente vorgestellt und hinsichtlich ihrer Voraussetzungen, Einsatzmöglichkeiten sowie strategischen Implikationen eingeordnet. Dazu zählen unter anderem Förderprogramme, Stipendien, Darlehen sowie Eigenkapitalfinanzierungen. Ziel ist es, den Teilnehmenden ein strukturiertes Verständnis der Finanzierungslandschaft zu vermitteln und sie in die Lage zu versetzen, geeignete Finanzierungsstrategien für ihr eigenes Vorhaben zu entwickeln.

Ziel

Ziel ist es, die Teilnehmenden dazu zu befähigen, eine grundlegende Finanzplanung für ihr Gründungsvorhaben eigenständig zu entwickeln und ein fundiertes Verständnis für die verschiedenen Finanzierungsinstrumente und Finanzierungswege von Startups zu erlangen.

Inhaltliche Schwerpunkte

Tag 1: Finanzplanung

Grundlagenteil: Einführung in die Finanzplanung

- Einordnung der Finanzplanung im Kontext von Gründungsvorhaben und deren Bedeutung für die strategische und operative Planung
- Vorstellung der typischen Adressaten von Finanzplänen, insbesondere Fördermittelgeber, Investorinnen und Investoren sowie interne Steuerungsinstanzen
- Vermittlung der wesentlichen Gütekriterien belastbarer Finanzplanungen, insbesondere Nachvollziehbarkeit, Konsistenz und Plausibilität
- Überblick über die zentralen Bestandteile und den strukturellen Aufbau einer Finanzplanung

Hauptteil: Schrittweise Erstellung einer Finanzplanung

- Einführung in den systematischen Erstellungsprozess einer Finanzplanung und Darstellung der zugrunde liegenden Struktur und Logik
- Entwicklung der Finanzplanung entlang der Gewinn- und Verlustrechnung als zentralem Kernelement
- Systematische Herleitung der Umsatzplanung auf Basis des Geschäftsmodells und zugrunde liegender Annahmen
- Ableitung und Strukturierung der relevanten Kostenbestandteile, insbesondere fixe und variable Kosten

- Ergänzende inhaltliche Exkurse zu einzelnen Bestandteilen, insbesondere Umsatzprognose, Kostenstruktur und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge
- Kontinuierliche Rückführung aller Bestandteile auf die Gewinn- und Verlustrechnung als strukturgebendes Element

Abschlussteil: Analyse und Reflexion der Finanzplanung

- Fertigstellung erster grundlegender Finanzplanungen durch die Teilnehmenden
- Gemeinsame Analyse der erstellten Finanzplanungen hinsichtlich Struktur, Vollständigkeit und Nachvollziehbarkeit
- Kritische Reflexion der zugrunde liegenden Annahmen und deren Plausibilität
- Einordnung der Finanzplanung als iterativer Prozess und Grundlage für die weitere Entwicklung des Gründungsvorhabens

Tag 2: Finanzierung

Grundlagenteil: Überblick über Finanzierungsinstrumente

- Einführung in die grundlegende Systematik der Start up Finanzierung und deren Einordnung entlang der verschiedenen Entwicklungsphasen eines Gründungsvorhabens
- Überblick über die wichtigsten öffentlichen und privaten Finanzierungsinstrumente in der Frühphase
- Vorstellung zentraler Frühphasenfinanzierungsinstrumente, insbesondere Förderprogramme, Stipendien, Zuschüsse, Darlehen sowie Business Angel Finanzierungen
- Einordnung der jeweiligen Charakteristika, Voraussetzungen, Zielsetzungen und strategischen Einsatzmöglichkeiten der einzelnen Finanzierungsformen
- Vermittlung eines realistischen Verständnisses der Funktionsweise und zeitlichen Einordnung verschiedener Finanzierungsoptionen

Erster Arbeitsblock: Entwicklung einer individuellen Finanzierungs Roadmap

- Einführung in das Konzept einer strukturierten Finanzierungs Roadmap als Verbindung zwischen Kapitalbedarf und Finanzierungsstrategie
- Ableitung des konkreten Kapitalbedarfs auf Basis der am ersten Workshoptag erstellten Finanzplanung
- Identifikation geeigneter Finanzierungsinstrumente zur Deckung des jeweiligen Kapitalbedarfs in den unterschiedlichen Projektphasen
- Schrittweise Entwicklung einer individuellen Finanzierungs Roadmap in einem interaktiven Arbeitsformat
- Strukturierte Zuordnung von Kapitalbedarf, Finanzierungsinstrumenten und zeitlicher Abfolge

Zweiter Arbeitsblock: Einordnung und Umsetzung der Finanzierungsstrategie

- Vertiefte Betrachtung der primär identifizierten Finanzierungsinstrumente, insbesondere Förderprogramme und Business Angel Finanzierung
- Vermittlung der konkreten Anforderungen und Voraussetzungen zur erfolgreichen Einwerbung der jeweiligen Finanzierungsinstrumente
- Darstellung der realistischen Prozesse und Abläufe zur Beantragung und Einwerbung von Finanzierung, einschließlich typischer Schritte, Zeiträume und Entscheidungsstrukturen
- Gemeinsame Reflexion der individuellen Finanzierungsstrategien im Hinblick auf Realisierbarkeit, Konsistenz und strategische Passfähigkeit

Abschlussteil: Integration zu einem konsistenten Finanzierungskonzept

- Zusammenführung der Finanzierungs Roadmap mit der bestehenden Finanzplanung
- Entwicklung eines konsistenten Gesamtkonzepts bestehend aus Kapitalbedarfsplanung und darauf aufbauender Finanzierungsstrategie
- Gemeinsame Analyse und Reflexion der erarbeiteten Finanzierungskonzepte
- Einordnung der Finanzierungsstrategie als strategischer und iterativer Bestandteil der weiteren Entwicklung des Gründungsvorhabens

Methode

Theorieinput, Praxisbeispiele, Übungen, Erstellung eigener Finanzplanung

Dozent

Dr. Nikolas Höhnke

Marktforschung / 31.08.2026 / 9-17 Uhr

Jeden Tag werden unzählige neue Geschäftsmodelle entwickelt und Unternehmen gegründet. Doch welcher Markt ist meiner? Wie groß ist er? Wer sind die Wettbewerber? Das Angebot eines Unternehmens muss sich an den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden orientieren und sich gegenüber der Konkurrenz abgrenzen.

Eine solide Marktforschung, die den Markt und die Markttrends, die Konkurrenz und die Zielgruppe beleuchtet und dabei den Blick auf die eigenen Ressourcen nicht vergisst, ist die Grundlage, um das eigene Angebot zielgruppenadäquat und eigenständig innerhalb des Marktumfelds zu positionieren.

Ziel

In diesem Workshop lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Grundlagen der Markterkundung und kostengünstige und zeiteffiziente Methoden und Quellen der Sekundär- und Primärforschung kennen. Praktische Anwendung im Workshop sind außerdem das Erstellen eines eigenen Marktanalyseschemas basierend auf TAM, SAM, SOM. Die Teilnehmenden sollen in der Lage sein, TAM, SAM und SOM zu verstehen und anzuwenden, um das Marktpotenzial ihrer Geschäftsideen realistisch einzuschätzen.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Einführung Primärforschung – Methodische Durchführung von Umfragen und Interviews
- Einführung Sekundärforschung
- Analyse von qualitativen und quantitativen Daten
- Identifikation von Trends und Kundenbedürfnissen
- TAM, SAM, SOM - Definition und Berechnung sowie Bedeutung für die Einschätzung des Marktpotenzials
- Abgrenzung des erreichbaren Marktes
- Strategien zur Identifikation relevanter Kundensegmente
- Realistische Marktanteilsabschätzung
- Entwicklung von Wachstumsstrategien

Methode

Theorieinput, Praxisbeispiele, Gruppenübungen,

Dozentin

Elle Langer

Marketing für Startups / 01.09.2026 / 9-17 Uhr

Für die Geschäftsmodellentwicklung und den Erfolg von Unternehmen spielen Marketing und Vertrieb eine zentrale Rolle, damit aus potentiellen Kundinnen & Kunden für entwickelte Produkte und Dienstleistungen Nutzer und Käufer werden.

Ziel

Im Ergebnis des Kurses werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Marketing- und Vertriebs-Grundlagen verstanden und selbständig angewandt haben. Sie erfahren, wie man eine Marketing- und Vertriebsstrategie in konkrete, zeit- und kosteneffiziente Online- und Offline-Marketingmaßnahmen umsetzt.

Inhaltliche Schwerpunkte

- Grundlagen der strategischen Marketing-Planung
- Von den 4 P des Produkt-Marketings zu den 7 P des Dienstleistungs-Marketings
- Marketingkonzept konkret: Vom Angebot über die Positionierung und den USP zum Consumer Benefit
- Vertriebs-Grundlagen für klassische Unternehmen und digitale Start-ups
- Aufbau von effizienten Vertriebsprozessen und passenden -organisationen zu Geschäftsmodellen & ihre Skalierbarkeit
- Offline/Online Marketing Strategien im Vergleich
- Die 6 T's (Targets, Target Groups, Topics, Tonality, Tools, Timings) als Grundlage von Social Media Strategien
- Kostengünstige Maßnahmen für Existenzgründer
- Typische Fehler, Problemzonen und Stolperfallen sowie Best Practice

Methode

Inputphasen wechseln sich mit Arbeitsphasen in Kleingruppen, Einzelarbeit, Selbstreflexion und Diskussion im Plenum ab. Theorieinput, Praxisbeispiele, Checklisten, Präsentation.

Dozent

Frank Fölsch

Der Wert von Misserfolgen / 02.09.2026 / 9-17 Uhr

Aus Fehlern wird man klug – sagt man. Irrtümer können der Ausgangspunkt für Lernprozesse und das Entdecken neuer Vorgehensweisen sein. Oft steht aber die Fehlervermeidung im Vordergrund und diese negative Fehlerkultur verhindert häufig das so viel zitierte Lernen aus Fehlern.

Obwohl neue Formate wie FailCon-Konferenzen oder Fuck up-Nights mittlerweile in der Gründerszene hoch im Kurs stehen und Prominente wie z. B. Frank Thelen oder Lars Hinrichs offen über ihre Misserfolge sprechen, findet das erhoffte Lernen häufig nicht statt. Dafür gibt es vielerlei Ursachen, eine davon ist die Unmöglichkeit der gezielten Übung.

Studien haben gezeigt, dass Menschen unterschiedliche Strategien bei der Verarbeitung ihrer Misserfolge anwenden und dabei blinde Flecken entstehen, die dem Lernen entgegenstehen können. Der Workshop bietet den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich ihrer Strategien zum Umgang mit Misserfolgen und die damit verbundenen Stärken und Schwächen bewusst zu machen. Passend zu ihrem persönlichen Fehler-Lern-Typ erhalten die Teilnehmenden Tipps und Hinweise, um ihre Lernmöglichkeiten zu optimieren.

Ziel

Im ersten Teil des Workshops erlernen die Teilnehmer*innen die Grundlagen zu Lernstrategien, Lerntypen und der Fehlerkultur. Im zweiten Teil des Workshops erproben die Teilnehmenden insbesondere Strategien für den individuellen Umgang mit Misserfolgen und die Schaffung einer lernorientierten und fehlerakzeptierenden Teamkultur mit verschiedenen interaktiven Methoden und Instrumenten.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Methoden

Fachvortrag sowie der Gruppenarbeit sowie praktische Übungen

Dozentin

Dr. Ilka Heinze

Businessplan erstellen / 03.09.2026 / 9-17 Uhr

Deep Dive in die Erstellung des Businessplans. Das klingt trocken, ist aber spannend, weil hier die vorangegangenen Analysen und Ergebnisse über Markt, Wettbewerb, Finanz und Kostenplanung zusammengefasst und nochmals geschärft werden. Es entsteht das Booklet für die Unternehmensgründung, das jedem Gründer/jeder Gründerin hilft, sein/ihr Produkt in die Welt zu bringen.

Anhand von 10 Seiten erkennt man am Ende, ob die Unternehmens- und Produkt-Story, und die Geschäftsidee mit den Umsätzen stimmig sind und stark genug, um sich auf dem Markt zu behaupten.

Ziel:

Neben Input und Beispielen sollen die Teilnehmenden die betriebswirtschaftlichen Grundkenntnisse im Businessplan zu einem 10-seitigen Fahrplan zusammengetragen. Dieser sollte dann die Grundlage sein, um Gründungskapital bei einer Bank oder bei Förderern zu bekommen.

Inhaltliche Schwerpunkte:

- Produkt, Alleinstellungsmerkmal
- Kundensegmente
- Wettbewerbsanalyse
- Positionierung, SWOT-Analyse
- Marketing, Pricings
- Umsatzplanung
- Vertriebsstrategien und Kommunikation
- Team
- Einnahmen und Kostenstruktur
- Finanz- und Liquiditätsplanung anhand einfacher Excellisten

Methode

Theorieinput, Praxisbeispiele, Templates und Tools,

Dozentin

Elle Langer

Pitchen wie ein Profi / 04.09.2026 / 9-17 Uhr

In vielen Situationen müssen Gründer*innen ihr Vorhaben klar, überzeugend und zielgruppengerecht darstellen, ob im Gespräch mit potenziellen Kund*innen, Partner*innen, Investor*innen, bei Netzwerkveranstaltungen oder in formellen Pitch-Situationen. Entscheidend ist, in kurzer Zeit ein stimmiges Gesamtbild zu vermitteln: Was ist das Angebot, für wen ist es relevant, welches Problem wird gelöst, wodurch unterscheidet es sich – und was ist der nächste Schritt?

Viele Pitches bleiben entweder zu allgemein, zu detailverliebt oder ohne klare Botschaft. Dieser Workshop vermittelt eine belastbare Pitch-Struktur und führt Teilnehmende in einen Trainingsprozess, in dem aus einer ersten Version eine präsentationsfähige Variante entsteht.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Ziel:

Ziel dieses Workshops ist es, Teilnehmenden ein belastbares Pitchformat zu vermitteln und in eine präsentationsfähige Version zu überführen. Teilnehmende lernen, Nutzenversprechen und Zielgruppe präzise zu formulieren, eine klare Differenzierung zu setzen, relevante Belege / Argumente passend zu wählen (z. B. Problemnähe, erste Signale aus dem Markt, Umsetzungslogik) und den Pitch mit einem passenden „Ask“ zu schließen (z. B. Termin, Kontakt, Pilotkund*innengespräch, Weiterleitung). Am Ende liegt ein einprägsamer Pitch vor, ergänzt um Varianten für unterschiedliche Gesprächspartner und ein persönlicher Trainingsplan für die nächsten Iterationen.

Inhaltliche Schwerpunkte:

- Pitch-Logik und Qualitätskriterien: Wirkung, Klarheit, Relevanz, rote Linie; typische Fehler (zu komplex, unklarer Nutzen, fehlende Differenzierung).
- Struktur entwickeln und Storyline schärfen: Problem – Zielgruppe – Nutzen – Lösung – Differenzierung – Umsetzung / Proof of Concept; Übergänge und Kernbotschaft.
- Sprache, Auftreten und Visualisierung: Präzise Formulierungen, verständliche Sprache, glaubwürdige Präsentation; optional Grundprinzipien für Pitch-Decks.
- Training, Feedback und Iteration: Mehrfaches Üben, strukturiertes Feedback entlang fester Kriterien, Feinschliff und nächste Schritte.

Methoden

Der Workshop arbeitet mit einem klaren Pitch-Framework und konsequenter Iteration. Nach einem kompakten Input entwickeln die Teilnehmenden ihren Pitch entlang einer festen Logik und testen ihn in kurzen Übungsrunden.

Dozent

Vasili Schewelow