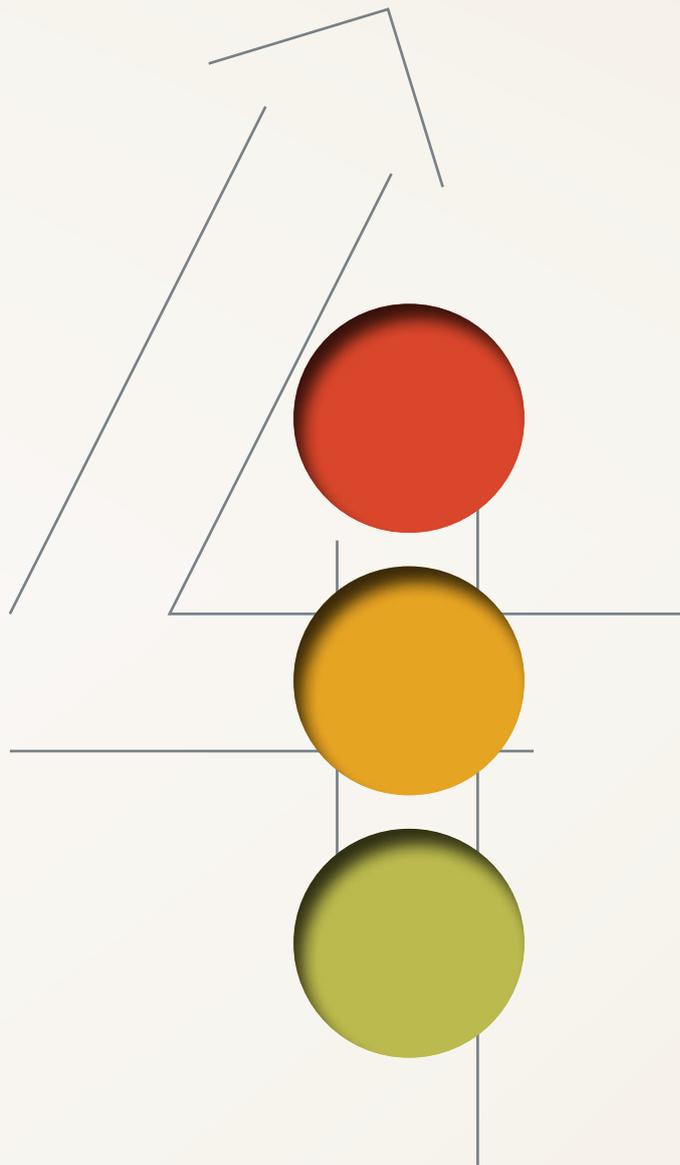


**build!**

Gründerzentrum Kärnten GmbH

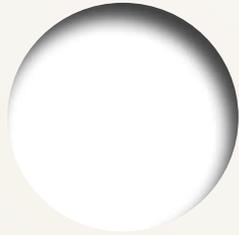
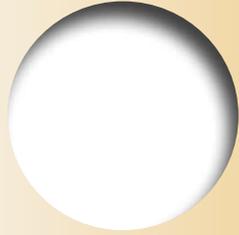
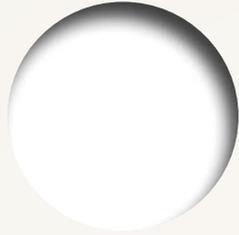
TEIL VON

**AplusB**



## Schritt für Schritt zum innovativen Geschäftsmodell

Das 4-Ampeln-Modell

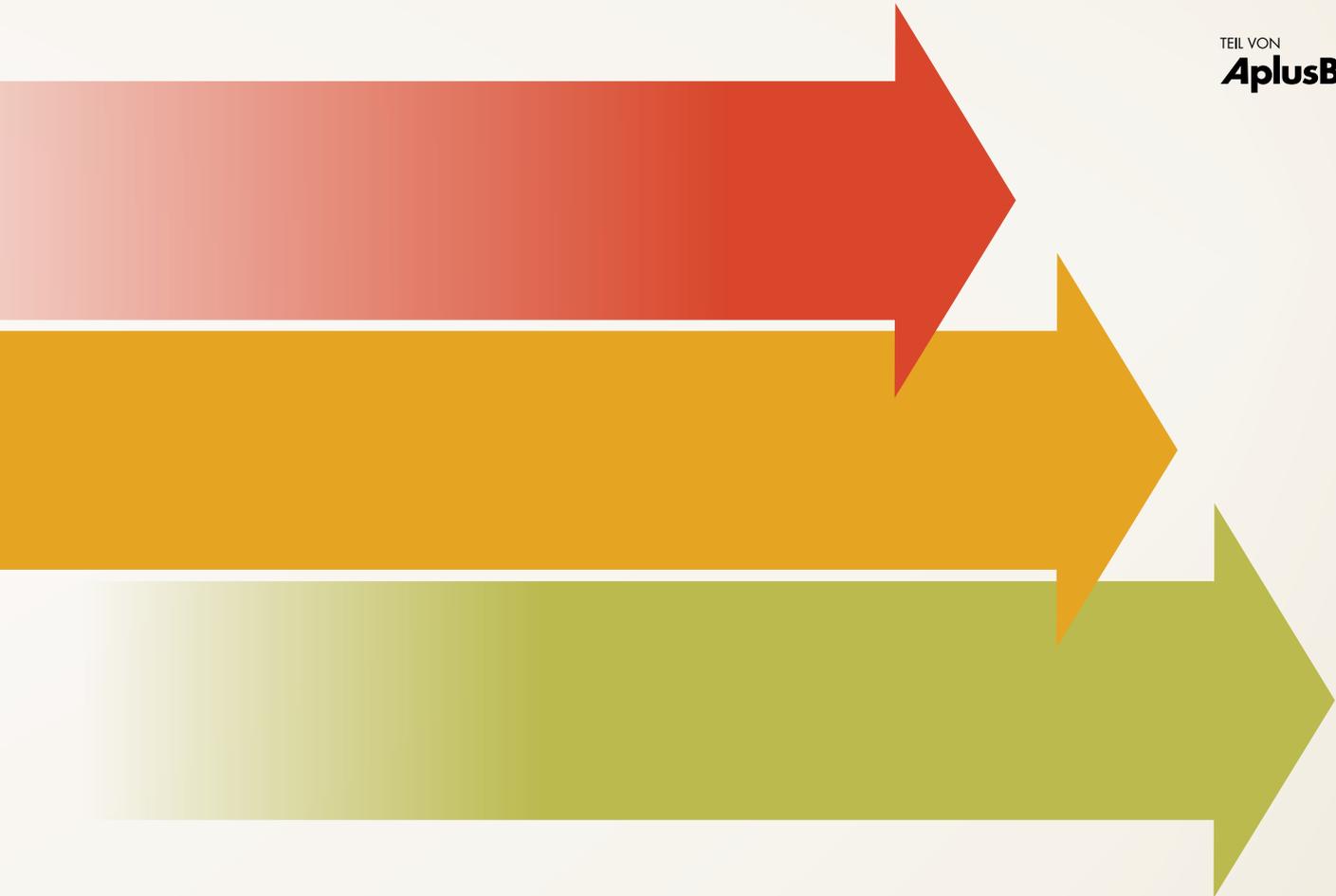


**build!**

Gründerzentrum Kärnten GmbH

TEIL VON

**AplusB**



## Schritt für Schritt zum innovativen Geschäftsmodell

Das 4-Ampeln-Modell

**06**

AM RICHTIGEN WEG!

**34**

ALLE AMPELN STEHEN AUF GRÜN?

**41**

WIR SIND FÜR SIE DA!

#### IMPRESSUM

**build! Jahresbericht über das Geschäftsjahr 2015/2016** der build! Gründerzentrum Kärnten GmbH.

**Herausgeber:** build! Gründerzentrum Kärnten GmbH, Lakeside B01, 9020 Klagenfurt, office@build.or.at, www.build.or.at, Tel.: +43 (0) 463/2700-8740, Fax.: +43 (0) 463/2700-8749.

**Für den Inhalt verantwortlich:** build! Mag.<sup>a</sup> Karin Ibovnik, Mag.<sup>a</sup> Nina Zesar | IUG: Dr.<sup>in</sup> Ines Krajger, Univ.-Prof. Dr. Erich Schwarz

**Idee, Design, Layout & Satz:** Tom Ogris, MAJORTOM.at, Klagenfurt | **Druck:** Kreiner Druck, Villach

**Fotos:** Eigenmaterial build! und build! Unternehmen, Daniel Gollner, AAU/Maier

Zur besseren Lesbarkeit werden teilweise im Bericht personenbezogene Bezeichnungen, die sich zugleich auf Frauen und Männer beziehen, nur in der im Deutschen üblichen männlichen Form angeführt.

Alle Rechte vorbehalten. Keine Haftung für Druck- oder Satzfehler. Copyright 2016.

Copyright des 4-Ampeln-Modells: E. Schwarz; I. Krajger; R. Dummer

## Schritt für Schritt Der Weg von der Idee zum innovativen Geschäftsmodell!



„Bei ROT sollst du stehen, bei GRÜN kannst du gehen!“, ein Leitsatz, den man bereits aus frühester Kindheit kennt. Das Prinzip einer Verkehrsampel ist simpel, allgegenwärtig und für unsere Sicherheit besonders wichtig. Um auch als Gründerin oder Gründer sicher unterwegs zu sein, ist es sinnvoll, sich bei zahlreichen „Entscheidungs-Kreuzungen“ das Ampelsystem vor Augen zu führen.

Der Weg von der Ideenfindung bis hin zum erfolgreichen Unternehmen ist ein weiter, oft auch beschwerlicher, aber jedenfalls ein spannender und lehrreicher. Man durchläuft unzählige Phasen und stellt sich wohl auch immer wieder die Frage: „Bin ich auf dem richtigen Weg?“. Stehen zu bleiben und nach dem Ampelsystem zu entscheiden, ob man seinen Weg fortführen sollte/möchte, oder ob es besser wäre gewisse Entscheidungen nochmals zu überdenken und gegebenenfalls abzuändern, gehört zum Startup-Leben dazu. Der Weg zum erfolgreichen Unternehmertum ist nicht immer geradlinig, daher ist es wichtig, stets den Blick auch nach links und

rechts zu wenden, um mögliche Chancen und Gelegenheiten nicht zu verpassen.

Bildlich gesprochen: einen Fuß vor den anderen zu setzen und Schritt für Schritt den Traum vom eigenen Unternehmen zu verwirklichen ist mutig! Gründerinnen und Gründer in Kärnten schreiben Erfolgsgeschichten und beleben somit die Startup-Community in der Region. Der Beweis, dass wirtschaftlich nachhaltiger Erfolg möglich und erstrebenswert ist, inspiriert junge Menschen und motiviert sie den (ersten) Schritt in die Selbständigkeit zu wagen.

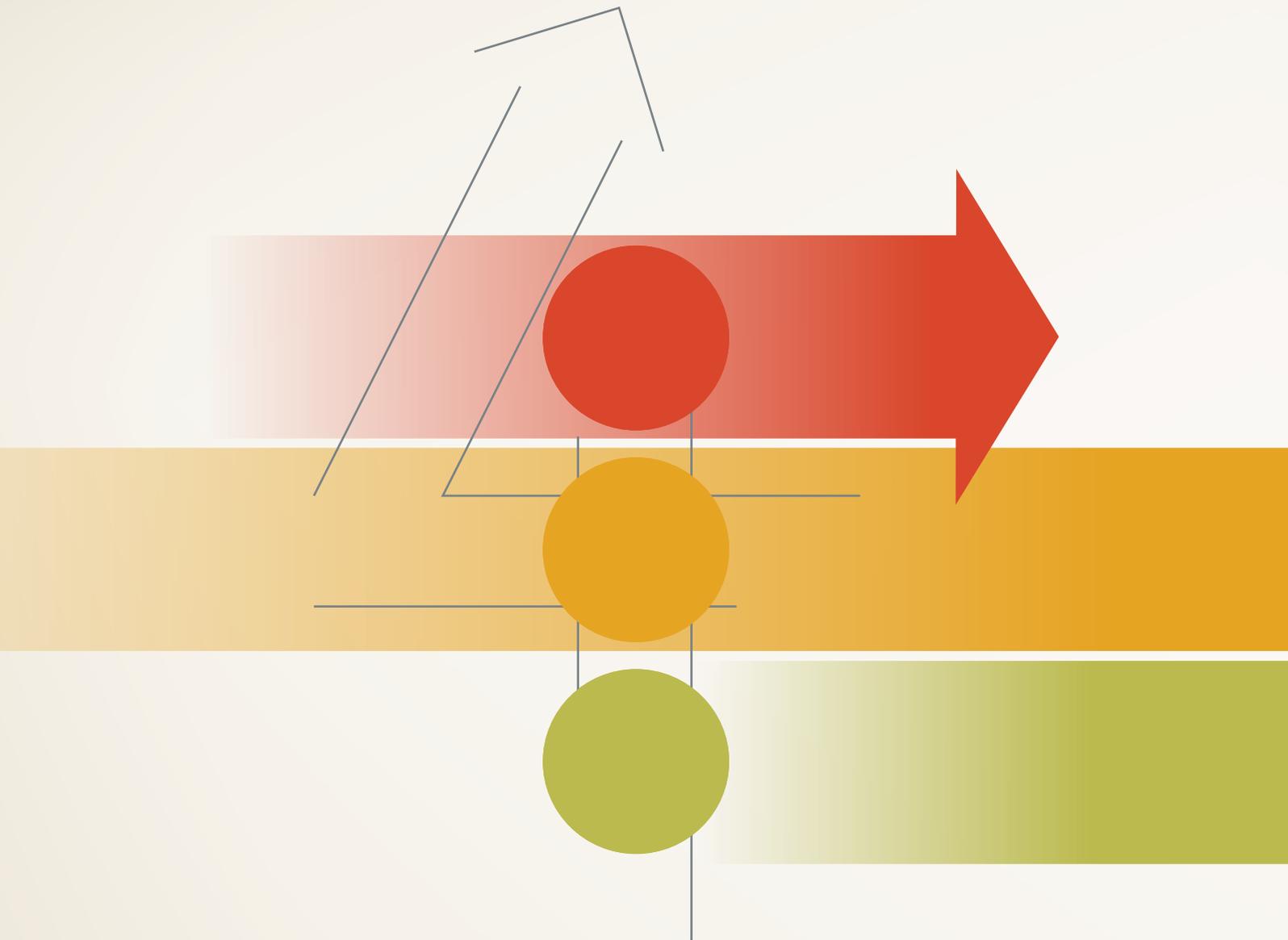
Seit der Gründung von build! im Jahr 2002 haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, kreative Menschen auf ihrem Weg von der Idee zum innovativen Geschäftsmodell Schritt für Schritt zu fördern. Dabei setzen wir vor allem auf individuelle Beratung und Betreuung. Als erweiterte Team-Mitglieder stehen wir den Gründerinnen und Gründern zur Seite und begleiten sie auf ihrem Weg. Rund 130 Unternehmen wurden bereits von uns unterstützt und schafften fast 500 zum Großteil hochqualifizierte Arbeitsplätze für die Region

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Karin Ibovnik', is written in a cursive style.

Mag.<sup>a</sup> Karin Ibovnik  
Geschäftsführerin  
build! Gründerzentrum Kärnten

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Erich Schwarz', is written in a cursive style.

Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Erich Schwarz  
Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften  
an der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt



TIPP: Im dazugehörigen Buch **„Von der Geschäftsidee zum Markterfolg“** finden Sie geeignete Methoden, praxisnahe Tipps und Literaturempfehlungen, die Sie bei der Entwicklung von Geschäftsideen unterstützen.

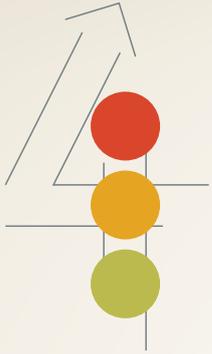
**build!**

Gründerzentrum Kärnten GmbH



# Am richtigen Weg!

Das 4-Ampeln-Modell am  
Beispiel aktueller build! Projekte



# Das 4-Ampeln-Modell



IDEE



## OPPORTUNITY IDENTIFIKATION

Ist die Geschäftsidee plausibel?



MODIFIKATION

FREUNDE

FAMILIE

POTENZIELLE KUNDEN



## POTENZIAL-ÜBERPRÜFUNG

Ist die Attraktivität des Marktes und der Technologie(n) gegeben?



MODIFIKATION

TRENDS

KUNDEN

TECHNOLOGIE

KONKURRENZ

Der empfohlene **Open Innovation Prozess** unterstützt Sie, um Schritt für Schritt von einer Geschäftsidee zu einem innovativen, markt-reifen Geschäftsmodell zu gelangen.

Der Weg zum innovativen Geschäftsmodell besteht aus vier Phasen mit jeweils drei Schritten: **CREATE, TEST, IMPROVE**. Die einzelnen Phasen sind durch Ampeln voneinander getrennt. Bei den Ampeln entscheiden Sie, ob die Geschäftsidee weiterverfolgt, modifiziert oder verworfen wird. Der Prozess unterstützt Sie, durch externes Feedback frühzeitig Chancen und Risiken zu erkennen und Fehler zu korrigieren. Die einzelnen Phasen sind iterativ, d.h. jede Phase kann wiederholt werden, bei Bedarf ist ein Kurswechsel einzuschlagen. Für jede Phase werden geeignete Methoden und Instrumente empfohlen. Der vorgeschlagene Prozess ist für die Entwicklung von Produkten als auch Dienstleistungen anwendbar. Jede Phase besteht aus drei Schritten:



## AUSARBEITUNG DES GESCHÄFTSMODELLS

Ist das Geschäftsmodell schlüssig?



MODIFIKATION

F&E PARTNER

LIEFERANTEN

INVESTOREN

INKUBATOREN

TESTKUNDEN

BANKEN



## UMSETZUNG DES GESCHÄFTSMODELLS

Soll das Geschäftsmodell am Markt ausgerollt werden?



MODIFIKATION

BRANCHEN

STEUERN

RECHT



START

Im ersten Schritt **»CREATE«** werden Probleme analysiert und Lösungen entwickelt. Es gilt, die richtigen Kunden und Technologien zu identifizieren, ein innovatives Geschäftsmodell zu erarbeiten und Prototypen zu entwickeln.

Im nächsten Schritt **»TEST«** werden die zuvor entwickelten Annahmen und Ideen kritisch überprüft. Ziel ist es, den eigenen Schreibtisch zu verlassen und externes Feedback einzuholen. Es geht darum, mit potenziellen Kunden direkt in Kontakt zu treten, sich mit Partnern, Experten und potenziellen Stakeholdern auszutauschen, sowie die entwickelten Prototypen zu testen.

Im letzten Schritt **»IMPROVE«** werden Feedback und Testergebnisse beurteilt. Es geht darum, zu lernen und diese Lessons Learned für die Geschäftsmodellentwicklung zu nutzen.

**ALLE ARBEITSBLÄTTER FINDEN SIE AUCH ALS DOWNLOAD UNTER:**  
[www.aau.at/4ampeln](http://www.aau.at/4ampeln)

## Harmony & Care

WWW.HARMONYANDCARE.COM | OFFICE@HARMONYANDCARE.COM

GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:

HERWIG NEUMANN, BA | DR. NIKOLA DOBRIĆ

Harmony & Care ist ein vierköpfiges Klagenfurter Startup, das es sich zum Ziel gesetzt hat, Pflegebedürftige mit der passenden Betreuungskraft in der 24-Stundenbetreuung zusammenzubringen.

Erreicht werden soll dies mit einer eigens entwickelten Software-Plattform für Pflegeagenturen. Im Zentrum steht ein wissenschaftlich fundiertes

Matching-Verfahren, das soziale Kompetenzen, Interessen und Neigungen sowohl von den Pflegern als auch von den Betroffenen abfragt und abgleicht.

**HARMONY  
& CARE**

Harmonische Pflege für alle.



Bei der **Trendanalyse** für unsere Geschäftsidee war es wichtig unterschiedlichste Schwerpunkte zu beachten. Wir wollten aber auf Zukunftstrends wie der zunehmenden Alterung der Bevölkerung, der Digitalisierung, der Partizipation und die immer präziser werdenden Dokumentationen aufspringen. Politik, Gesellschaft und die Pflegebranche waren für unsere Analyse essenziell. Politik deshalb, da diese die Rahmenbedingungen für die 24-Stundenbetreuung

vorgibt und aufgrund zukünftiger Qualitätssicherung unser Produkt noch gefragter werden lässt. Gesellschaft, weil sie stark altert und pro Dekade 30 bis 40% mehr Menschen 24-Stundenbetreuung benötigen werden. Die Pflegebranche, da sie je nach Innovationsgrad auf unser Produkt annehmend oder abwartend reagieren wird. Die Pflegeagenturen von der Notwendigkeit eines modernen, online-basierten Systems zu überzeugen, war schwer, ist aber mit steigenden Learnings schaffbar. Wichtig ist: „Nicht aufgeben!“. Wir haben ein Produkt entwickelt, das der alternden Bevölkerung hilft digital die passende Betreuungskraft zu finden. Zusätzlich kann durch unser System die gesetzlich vorgeschriebene Dokumentation des Pflegeprozesses garantiert werden.



*„Wichtig ist:  
Nicht aufgeben!“*



# Trendanalyse

Startpunkt des Prozesses ist die Entwicklung einer oder mehrerer interessanter Geschäftsideen. Diese können etwa aus der Beobachtung von Trends, Problemen oder Veränderungen des privaten und beruflichen Umfeldes resultieren.

## I. Identifizieren und beobachten Sie Trends.

Welche Trends oder Veränderungen in Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Ökologie oder Technologie zeichnen sich ab?

*Tipp: Sammeln Sie Beiträge aus Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Blogs. Abonnieren Sie Online News-Dienste und recherchieren Sie nach aktuellen Trends im Internet.*

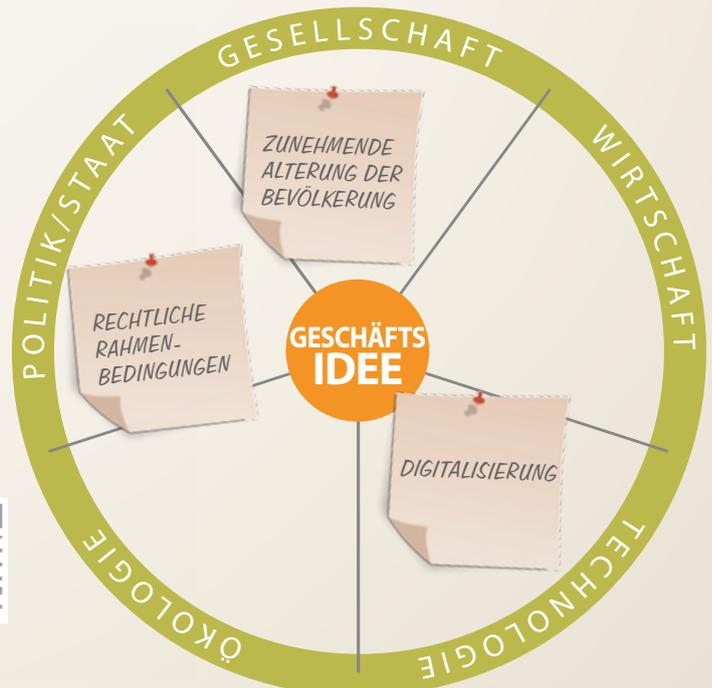
## II. Analysieren Sie die für Sie relevanten Trends. Verwenden Sie zur Trendanalyse die „W-Fragen“.

- Weshalb ist dieser Trend von Bedeutung?
- Seit wann wird dieser Trend verstärkt öffentlich diskutiert?
- Wer ist von diesem Trend primär betroffen?
- Welche Merkmale zeichnen diesen Trend aus?
- Welche Produkte oder Dienstleistungen setzen bereits auf den Trend?

## III. Sammeln Sie im nächsten Schritt Produkt- oder Dienstleistungsideen zu den für Sie relevanten Trends.

- Visualisieren Sie Ihre Ideen. Schreiben Sie Ihre Ideen auf OHNE diese zu bewerten.
- Verwenden Sie den Ideenpool, um auf neue Ideen zu kommen.

## IV. Ordnen und bewerten Sie die generierten Ideen. Entwickeln Sie interessante Ideen anschließend weiter.



ARBEITSBLATT  
HIER



## Time Control

GW@TC-GMBH.AT

GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:

FLORIAN HASLINGLEHNER, MA | GERALD WINTER

Die TC Software & Service GmbH entwickelt TIME CONTROL - ein System zur mobilen Erfassung von Arbeitszeiten.

Speziell konzipiert für den Einsatz an Orten mit schwierigen Arbeitsbedingungen – z.B. auf Baustellen. Time Control kombiniert einfache Bedienung und Reduktion administrativer Arbeiten mit Arbeitserleichterung und Prozessverbesserung, Informationsgewinnung sowie Produktivitätssteigerung.



*„Was macht die Idee zu einem am Markt erfolgreichen Produkt?“*

### **Am Anfang jedes Startups steht eine Frage:**

Was macht die Idee zu einem am Markt erfolgreichen Produkt?

Wie viele Ideen der letzten Jahre setzt Time Control auf Digitalisierung und Technisierung von etablierten Vorgängen. Durch den Einsatz der Technik sollen neue Möglichkeiten geschaffen und Abläufe geändert bzw. verbessert werden. Somit musste zuerst geklärt sein, ob der Stand der Technik die Realisierung der Idee zu vertretbaren Kosten zulässt. Die weitere - und noch wichtigere - Komponente ist, ob das Produkt von den Kunden angenommen wird? Hier ist es nicht nur notwendig den Markt zu kennen (Volumen, Potenzial, etc. ...), sondern vor allem wirklich zu WISSEN, dass es tatsächlich ein Problem gibt, das es zu lösen gilt.



Im Falle von Time Control war es vor allem wichtig, die Prozesse der potenziellen KundInnen zu kennen - und nicht nur von einem oder ein paar, sondern von vielen Unternehmen, um einen verlässlichen Eindruck über gemeinsame Abläufe und auch gemeinsame Bedürfnisse am Markt zu bekommen. Erst dieses Wissen gibt uns die Klarheit, dass Time Control ein tatsächliches und auch wahrgenommenes Problem löst.



# Problem/Solution Fit

Es ist zu überprüfen, ob die Geschäftsidee tatsächlich ein Kundenproblem löst, oder ein Kundenbedürfnis aufgreift.

## Erkennen und verstehen Sie das Problem/Bedürfnis Ihres Kunden.

*Tipp: Hilfreich ist es, wenn Sie mit einer ausreichend großen Anzahl an „betroffenen“ Personen sprechen, um einerseits die Plausibilität der Geschäftsidee zu überprüfen und andererseits neue Ideen und Anregungen zu erhalten.*

1. Welches Kundenproblem/Kundenbedürfnis oder welchen Kundenwunsch will ich mit meiner Geschäftsidee lösen?

*REDUKTION ADMINISTRATIVER ARBEITEN*

2. Wer ist vom Problem/Bedürfnis betroffen?

*SOWOHL ARBEITERINNEN AM BAU ALS AUCH ADMINISTRATIVES PERSONAL*

3. Weshalb ist das Kundenproblem/Kundenbedürfnis von Bedeutung/wichtig?

*FEHLERANFÄLLIGKEIT UND KOSTENFAKTOR*

4. Warum haben Kunden dieses Problem/Bedürfnis?

*DERZEITIGE HANDSCHRIFTLICHE ERFASSUNG IST IN VIELEN FÄLLEN UNZUREICHEND*

5. Habe ich ein Problem oder Bedürfnis gefunden, das viele Menschen gelöst haben wollen?

*JA*

6. Was wählen Kunden momentan, um ihr Problem zu lösen?

*HANDSCHRIFTLICH AUSZUFÜLLENDE FORMULARE*

7. Welchen Nutzen und welche Vorteile bietet meine Leistung im Vergleich zu den vorhandenen Produkten?

*DIGITALE ABWICKLUNG UND VEREINFACHUNG DER ZEITERFASSUNG*

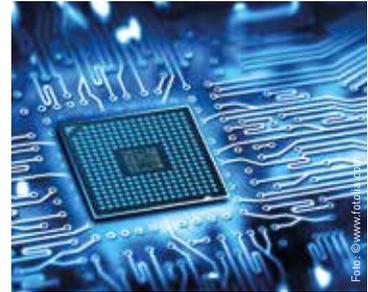


ARBEITSBLATT  
HIER



## P.SYS

WWW.PSYSENGINEERING.COM | INFO@PSYSENGINEERING.COM  
GRÜNDER/INNEN, GESCHÄFTSFÜHRER/INNEN:  
IR BART G. SCHOLTE VAN MAST, MSC | ELISE VAN HAXEN, MSC



P.SYS system creation hat über 25 Jahre internationale F&E Erfahrung mit komplexen Systemen und Prozessen aus der Halbleiterindustrie. Diese Erfahrung möchten wir zur Lösung von sozialen Problemen einsetzen.

Unser erstes Ziel ist es, eine nicht invasive Technologie zu entwickeln, die es alleinlebenden, meist älteren Menschen erlaubt, länger in ihrer vertrauten Umgebung, oder selbständig in betreuten Wohnungen, geschützt und sicher zu leben.



**Die Idee** des „caring systems“ kam durch ein Ereignis im persönlichen Umfeld auf: während einer lebensbedrohlichen Situation war ein installiertes Notrufsystem wirkungslos. Gespräche mit anderen BenutzerInnen (alleinlebende Ältere, deren Umfeld und Pflegeranbietern) bestätigten dieses Problem.

Unsere Geschäftsidee war somit geboren: die Entwicklung von einem Situations- und Unfallerkennungs-System, das preiswert

*„Unsere Technologie könnte die entstandene Pflegelücke füllen.“*

und schnell überall integriert werden kann, keinerlei Interaktion mit den NutzerInnen voraussetzt, Privatsphäre gewährt und bei Bedarf in Echtzeit Unterstützung aktiviert.

Bei der FFG-Basisprogrammentwicklung dieser KI-Technologie werden wir durch die FH Kärnten, die Alpen-Adria-Universität Klagenfurt und mehrere Organisationen im Pflegebereich unterstützt.

Unsere Technologie könnte die durch die demografische Entwicklung entstandene Pflegelücke füllen: medizinische, soziale und praktische Bedürfnisse erkennen und mittels innovativer „Social Networking“-Ansätze mit einem erweiterten Hilfesteller-Pool Probleme bewältigen. Durch diese erkenntnis- und bedarfsgesteuerte Unterstützung können Menschen bald länger ein selbständiges Leben genießen!





# Opportunitycheck

Um zu überprüfen, ob eine Idee weiterverfolgt werden soll, sollten Sie folgende Fragen beantworten:

## CHECKPOINT 1: Grobprüfung der Geschäftsidee

Löst meine Geschäftsidee ein bedeutendes Kundenproblem oder befriedigt sie ein bedeutendes Kundenbedürfnis?

Bietet die Geschäftsidee Vorteile im Vergleich zu bereits vorhandenen Lösungen?

Kann ich mit der Geschäftsidee Erträge erwirtschaften?

Bin ich / ist mein Team für die Umsetzung der Geschäftsidee geeignet?

Kann ich die Geschäftsidee anderen verständlich vermitteln?



CHECKPOINT 1  
HIER ←



PHASE I  
OPPORTUNITY IDENTIFIKATION

## CHECKPOINT 1: Ist meine Geschäftsidee plausibel?



## reliefgoods

WWW.RELIEFGOODS.ORG | REINHARD.SCHARNER@RELIEFGOODS.ORG  
GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:  
REINHARD SCHARNER, MSC

Reliefgoods.org betreibt einen digitalen 24/7 One-Stop-Shop der Informationen (Angebote) von global verteilten Medikamenten-Lagerbeständen mit der Nachfrage der Hilfsorganisationen matcht und konsolidiert, um sie dann optimiert zur Verfügung zu stellen.

Relief-Chain Partner können sich über unsere kollaborative Plattform verbinden und Echtzeit-Informationen austauschen.

Reliefgoods.org leistet einen essentiellen Beitrag, damit Menschen in Not mit wichtigen Hilfsgütern versorgt werden.



Bilder: © Österreichisches Rotes Kreuz (ORX) / Markus Hechenberger, IFRC



Der digitale One-Stop-Shop [www.reliefgoods.org](http://www.reliefgoods.org) erhält durchgängig sehr positives Feedback. Eine sogenannte Multi-Sided Plattform hat per Definition sehr viele **Stakeholder**, die es zu erreichen gilt. Unser Marketing-Modell sieht vor, zuerst die Nachfrageseite an Bord zu holen, um den Anreiz für die Anbieterseite zu steigern. Sehr erfreulich ist, dass die Hilfsorganisationen es gar nicht erwarten können bis wir online gehen. Mit einem der marktbestimmenden Pharmakonzerne gibt es Verhandlungen auf HQ Niveau. IT-Hilfsorganisationen, Unternehmen, Universitäten und große Forschungsinstitute sowie ein Top-Konzern aus dem Geldtransferbereich sind bereits Partner von uns oder haben mit uns kooperiert und Projektabschnitte erfolgreich abgeschlossen.

Mit InvestorInnen wurden Verhandlungen aufgenommen und sobald erste Umsätze erzielt werden, gibt es die Zusage für weitere Entwicklungsschritte.

Mittlerweile entsteht eine Eigendynamik aus dem Netzwerk. Einladungen zu großen Kongressen und Summits ergeben wiederum viele neue Kontakte und Möglichkeiten das Unternehmen zu promoten.

*„Wir erhalten durchgängig sehr positives Feedback.“*





# Stakeholderanalyse

Die Phase der Potenzialabschätzung beginnt mit einer Visualisierung des unternehmerischen Umfeldes.

Die Stakeholderanalyse ist eine besondere Form der Umfeldanalyse. Durch die Identifikation und Analyse relevanter Stakeholder können Sie diese frühzeitig adressieren und gezielt ansprechen.

## I. Identifizieren und sammeln Sie relevante Stakeholder, die auf die Geschäftsidee einwirken.

→ Wer im Umfeld kann wesentlich zum Gelingen oder Scheitern der Geschäftsidee beitragen?

## II. Unterteilen Sie die Stakeholder in Befürworter und Gegner Ihrer Geschäftsidee.

## III. Positionieren Sie die identifizierten Stakeholder anhand der Dimensionen Wichtigkeit und Einfluss im Stakeholderportfolio.

ARBEITSBLATT  
HIER



## IV. Entwickeln Sie Maßnahmen zum Umgang mit potenziellen Stakeholdern.

- Stakeholder mit großem Einfluss auf Ihre Geschäftsidee und negativer Einstellung sind jedenfalls im Rahmen der Risikoanalyse genauer zu betrachten.
- Holen Sie positiv gestimmte Stakeholder ins Boot, insbesondere wenn sie einen großen Einfluss haben. Wie können diese Ihnen helfen, Ihre Geschäftsidee umzusetzen?



## Snorkel Dive Innovations

WWW.SNORKELDIVEINNOVATIONS.COM  
TIEMEN.VAN.DILLEN@SNORKELDIVEINNOVATIONS.AT  
GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:  
TIEMEN VAN DILLEN, MSC

Wir von Snorkel Dive Innovations wollen den Tauchsport revolutionieren und mit unserem Produkt „StepDive“ familienfreundlich machen!



StepDive ist das weltweit erste mehrstufige Tauchsysteem, das die Lücke zwischen Schnorcheln und Tauchen schließt. Es ähnelt dem Hookah-Tauchsysteem, bietet aber zusätzlich die Möglichkeit der Tiefen- und Reichweitenbegrenzung, um speziell auf die Bedürfnisse eines Tauchneulings (schrittweises Annähern an eine Tiefe von 5m) einzugehen. Es bietet den Komfort einer oberflächenbasierten Luftversorgung (Tauchflasche ist über Wasser



auf einem Raft angebracht) und ermöglicht es, dass bis zu drei Personen gleichzeitig mit einer Flasche tauchen.

Sommer, Sonne, Strand und Meer – das ist es, was unsere „**typischen**“ KundInnen jedenfalls lieben sollten! Bei unserem Tauchsysteem handelt es sich weltweit um das erste, das für Familien, Kinder und Gruppen gleichermaßen gut geeignet ist. Gleichzeitig ist es für Tauchsulen sowie Tourveranstalter und Verleihservices interessant. Jede/r kann sofort erste Taucherfahrungen im offenen Wasser sammeln, ohne sich mit der komplizierten Handhabung von Tauchequipment auskennen zu müssen. Die Tiefe ist begrenzt und bietet

so maximale Sicherheit – auch für Kinder. Sobald erste positive Unterwassererfahrungen gemacht wurden, bekommt der Tauchneuling Lust auf mehr – und darauf, die Unterwasserwelt mit StepDive „tiefer“ zu erkunden. Learning by doing – step by step – anstatt fades Pooltauchen! Damit wird die Zeit unter Wasser ebenso zum GEMEINSAMEN Erlebnis, wie bei anderen Sportarten an Land – wie beim Ski- oder Radfahren.



*„Sommer, Sonne, Strand und Meer – das ist es, was unsere „typischen“ KundInnen jedenfalls lieben sollten!“*



# Kundenportraits

Das Erstellen eines Kundenportraits hilft die Kundenperspektive zu verstehen.

**Entwickeln Sie Hypothesen über Ihren potenziellen Kunden.**



PHASE II  
POTENZIALABSCHÄTZUNG

B2B

Name:  
 Branche:  
 Unternehmensstandort:  
 Standort:  
 Alter der r

B2C

Name: *GEORG*  
 Alter: *36*  
 Geschlecht: *MÄNNLICH*  
 Ausbildung: *AKADEMIKER*  
 Job: *ANGESTELLTER*  
 Einkommen: *3.000 EUR NETTO/MONAT*

Welche Freizeitbeschäftigung hat *GEORG* ?  
*AKTIVITÄTEN FINDEN MEISTENS IM FREIEN UND IN DER NATUR STATT. ER HAT SPASS AN UNTERSCHIEDLICHSTEN SPORTARTEN UND LIEBT ES NEUES AUSZUPROBIEREN.*

Was ist für *GEORG* wichtig? Welche Bedürfnisse hat *GEORG*?  
*ZEIT MIT SEINER FAMILIE UND DIE SICHERHEIT SEINER KINDER STEHEN FÜR IHN AN ERSTER STELLE. AUCH DAS ERKUNDEN NEUER ORTE/LÄNDER UND AKTIVITÄTEN IST IHM SEHR WICHTIG. DAS GEFÜHL DER NATUR-VERBUNDENHEIT MÖCHTE ER AN SEINE KINDER WEITER VERMITTELN.*

Wie sieht ein typischer Tag von *GEORG* aus?  
*MORGENS EIN GEMÜTLICHES FRÜHSTÜCK MIT DER GANZEN FAMILIE. DANN FÄHRT ER IN DIE ARBEIT. AM NACHMITTAG FINDET JEDENFALLS NOCH EINE OUTDOOR-AKTIVITÄT MIT SEINEN KINDERN STATT. OB EINE KLEINE WANDERUNG, EIN AUSFLUG MIT DEM RAD ODER EINE RUNDE MIT DEM TRETBOOT – BEWEGUNG IST ANGESAGT.*

Wie informiert sich *GEORG* über neue Produkte?  
*MEISTENS ÜBER DAS INTERNET. HIER LIEST ER GERNE BLOGS VON SPORTMAGAZINEN, ER LÄSST SICH ABER AUCH GERNE ÜBER FACEBOOK VON SEINEN FREUNDEN INSPIRIEREN. SOLLTE ER IM INTERNET EINMAL NICHT FÜNDIG WERDEN, LÄSST ER SICH AUCH GERNE IM SPORTGESCHÄFT BERATEN.*

Lifestyle (modebewusst, aktiv, gesund, krank)  
*AKTIV, GESUND, SPORTLICH, FAMILIENORIENTIERT, LIEBEVOLL UND ÜBERAUS BEGEISTERUNGSFÄHIG.*

VORLAGEN  
HIER



## BlackPilot

WWW.BLACKPILOT.COM | INFO@BLACKPILOT.COM

GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:

DI ANDREAS WUTTEI, BSC | RALF SPENDIER

MARTIN WADL | IVAN LAN



Wir bieten cloudbasierte Softwarelösungen für branchenunabhängige Manufacturing Execution Systeme sowie Quality Management Systeme.

Unsere Mission ist es, für Unternehmen nutzerorientierte und flexible Softwarelösungen zu kreieren, die sich perfekt mit der Organisationsstruktur des Unternehmens vereinen und keine fun-

dierten Programmierfähigkeiten benötigen. Der modulare Aufbau der Software ermöglicht neben ganzheitlichen Implementierungen auch eine partielle Integration einzelner Funktionen.



Insbesondere bei der konzeptionellen Ausgestaltung von BlackPilot war es wichtig, den Markt dahingehend zu prüfen, ob die Geschäftsidee für einen ausreichend großen **Markt** applikabel ist und aktuelle **Trends der Industrie** unterstützt werden können. Durch die langjährige Erfahrung der Gründer im industriellen Sektor konnten Schwachstellen und Lücken in den aktuellen

Softwarelösungen identifiziert werden. Am derzeitigen Markt verfügbare Lösungen sind meist starr programmiert und erlauben keine selbst durchführbaren Anpassungen und Prozessänderungen. Dies wurde durch eine benutzerfreundliche und zweckorientierte Lösung mit BlackPilot ermöglicht. BlackPilot kann sich durch das modulare „Click und Design Konzept“ an alle strukturellen und prozessorientierten Einzelfälle von Unternehmen anpassen, ohne deren Abläufe und Strukturen zu verändern und ohne kostenintensive Programmierarbeiten zur Anpassung zu benötigen. Mit BlackPilot können so Geschäftsprozesse vom Prozessverantwortlichen im Unternehmen einfach und zeitnah an aktuelle Anforderungen oder Veränderungen angepasst werden.

*Eine benutzerfreundliche und zweckorientierte Lösung ist uns wichtig."*





# Markt- und Technologiecheck

Um zu überprüfen, ob der gewählte Markt und die verwendeten Technologien attraktiv sind, sollten Sie folgende Fragen beantworten:

## CHECKPOINT 2: Beurteilung der Markt- und Technologieattraktivität

Unterstützen Trends meine Geschäftsidee?

Unterstützen die Ergebnisse der Kundenanalyse und Konkurrenzanalyse meine Geschäftsidee?

Ist ein klares Kundenprofil vorhanden?

Warum haben Kunden dieses Problem/Bedürfnis?

Ist der Markt für meine Geschäftsidee ausreichend groß?

Sind die zur Umsetzung der Geschäftsidee benötigten Technologien verfügbar?

Werden die verwendeten Technologien in Zukunft an Bedeutung gewinnen?

CHECKPOINT 2  
HIER



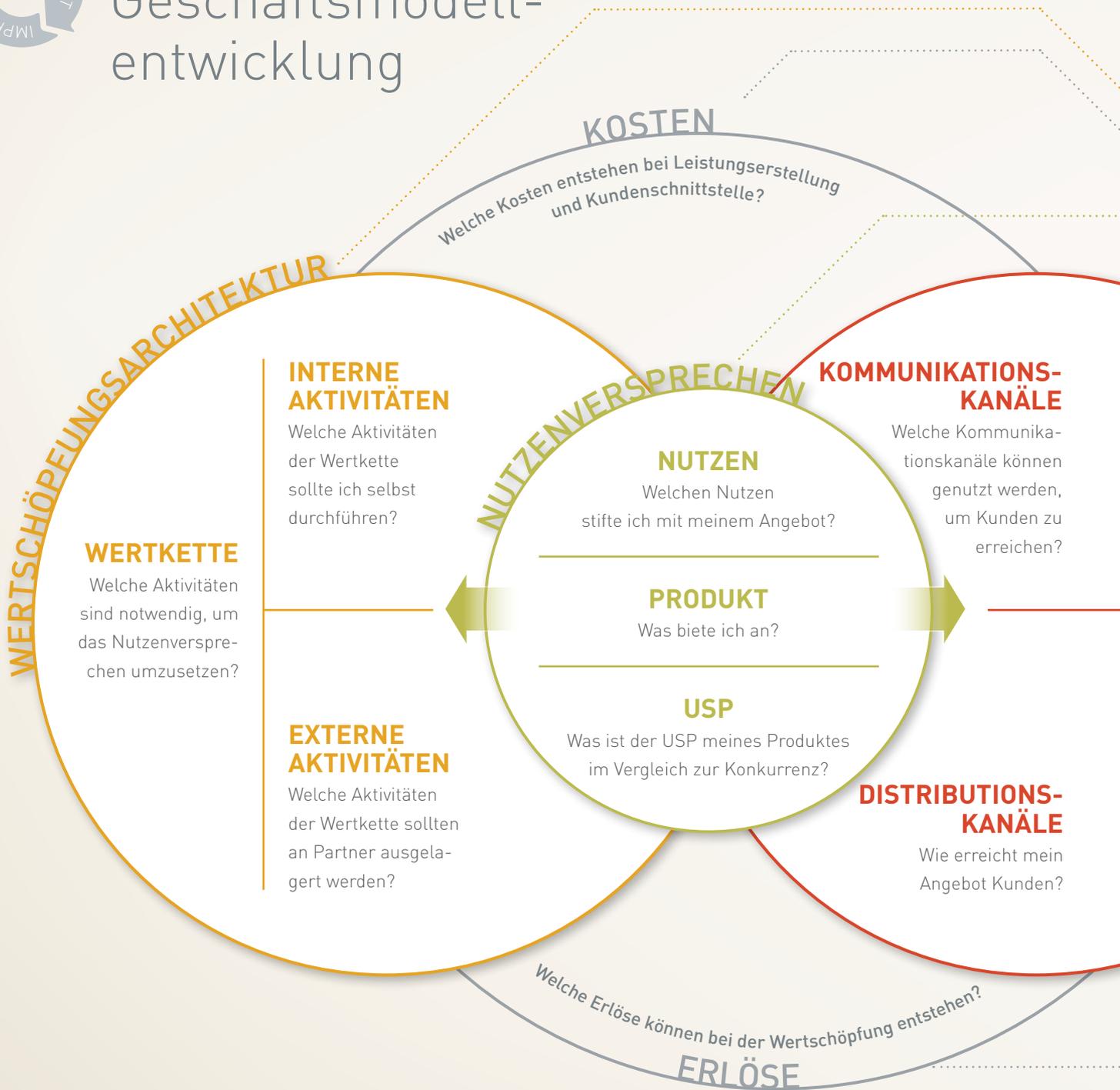
CHECKPOINT 2:  
**Sind der Markt und die Technologie attraktiv?**



PHASE II  
POTENZIALABSCHÄTZUNG



# Geschäftsmodell-entwicklung





## ZIELGRUPPE

Wer ist die Zielgruppe?  
Welche Probleme/Bedürfnisse hat sie?

## KUNDENSCHNITTSTELLE

### NUTZENVERSPRECHEN ALS AUSGANGSPUNKT

Beschreiben und konkretisieren Sie Ihr Leistungsangebot und den damit verbundenen Kundennutzen. Um Kunden zu begeistern und einen Wettbewerbsvorteil zu schaffen, muss der Kundennutzen eine Unique Selling Proposition (USP), ein einzigartiges Verkaufsversprechen, aufweisen!

### WERTSCHÖPFUNGSARCHITEKTUR

Analysieren und beschreiben Sie darauf aufbauend die Aktivitäten, die zur Umsetzung des Nutzenversprechens notwendig sind. Welche Aktivitäten sollen aufgrund der Kernkompetenzen des Unternehmens selbst erbracht werden und welche sollen von Partnern übernommen werden?

### KUNDENSCHNITTSTELLE

Prüfen Sie, ob die bereits in Phase II identifizierten Kunden die attraktivste Zielgruppe darstellen. Überlegen Sie, wie Sie mit den Kunden in Kontakt treten können, d.h. welche Kommunikations- und Distributionskanäle genutzt werden sollen.

### ERTRAGSMECHANIK

Ermitteln Sie die **KOSTEN**, die mit der Umsetzung der Geschäftsidee verbunden sind. Denken Sie dabei an die Kosten, die durch die einzelnen Aktivitäten der Wertkette und Kundenschnittstelle entstehen. Notieren Sie alle Möglichkeiten, wie Sie mit Ihrer Geschäftsidee **ERLÖSE** erzielen wollen. Lassen Sie Ihrer Phantasie freien Lauf!

## Optomotive

WWW.OPTOMOTIVE.EU | PETER.KUNSTIC@OPTOMOTIVE.COM  
GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:  
MAG. PETER KUNSTIC | DR. ALES GORKIC | BARBARA RAKOVEC GORKIC



Wir bieten Machine-Vision-Lösungen in industrieller Anwendung.

Unsere Mission ist es, die Lücken in der Bildverarbeitung hinsichtlich

der Geschwindigkeit zu schließen und gleichzeitig die Notwendigkeit für die Datenspeicherung zu reduzieren. Unser Branchen-Fokus ist: Prüf- und Messtechnik, intelligente Verkehrssysteme, Überwachung

und Sicherheit. Wir engagieren uns in der Forschung, wobei wir neu entwickelte Konzepte in industriellen Pilotprojekten mit eigener Produktion von Geräten, die bewährten Konzepten folgen, prüfen.

OPTOMOTIVE



Unsere wichtigste Innovation – HML SmartCam (Hoch-Geschwindigkeit, Multi-Firmware, Lean, Smart Camera) – bezeichnet eine klein-dimensionale optische Inspektions- und Aufzeichnungslösung, die eine Echtzeit-Aktivierung von Streaming-Videos mit Datenverarbeitung ermöglicht. Sie dient somit als idealer

Baustein für Distributed System-Netzwerke. Unser **USP**

ist eine kostengünstige schnelle Lieferung von Lösungen mit offener Architektur-Software.

Wir bieten erstens eine innovative Integration der neuesten state-of-the-art-Komponenten (die Super-Computer-Ebene Mikrochips - FPGAs) und zweitens eine Lösung zur Lückenfüllung in der Mechatronik und Firmware-Programmierung.

Unsere Lösung stellt eine offene Plattform dar, welche mit technischem Können und fairen Preisen ein unwiderstehliches Angebot für industrielle Integratoren bietet.

Unser Ansatz ist, die bestehenden Lösungen in einer noch nie dagewesenen Art und Weise zu ersetzen, sowohl wirtschaftlich als auch technisch. Wir bieten etwa 10-mal schnellere Lösungen mit wettbewerbsfähigen Preisen.



*„Wir bieten etwa 10-mal schnellere Lösungen mit wettbewerbsfähigen Preisen.“*



# Ermittlung des Kundennutzens

Um Kunden einen optimalen Nutzen zu bieten, muss man die Kundenanforderungen ermitteln und verstehen. Eine besondere Bedeutung hat die Erfüllung der Begeisterungsanforderungen, hier liegen die Chancen sich vom Wettbewerb abzuheben und Kunden für das eigene Angebot zu begeistern.

Ermitteln Sie die Kundenanforderungen an Ihr Produkt.

- I. Bestimmen Sie die Basisanforderungen, die Kunden an das Produkt stellen.
- II. Befragen Sie die potenziellen Kunden über die Leistungsanforderungen.
- III. Überlegen Sie, wie Sie die Kunden überraschen und begeistern können.



## Innovative Sails

INNOVATIVE.SAILS@OUTLOOK.COM

GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:

GIANPAOLO CENTUORI, MA | ROBERTO DOGANI

IS - Innovative Sails operate in the field of sailing boats, based on a patent for an innovative system to significantly enhance the quality of sails in terms of performance and usability.



The new system represents a radical innovation compared to the technical solutions currently used on the market.

The company's vision is to realize a product, the PBS (Pneumatic Battens System), which will substantially change the market for sails by introducing innovations concerning materials and structures of sails.

The company bases its development on a strong research and development component which makes use of partnerships with

research institutes and universities, as well as with some of the leading industry players.

The team makes use of young expertise and is technically well prepared to address a major challenge related to innovations within the market of sails builders.

The target market is global and is represented by the major manufacturers of sails, to which the PBS solution will give the possibility to produce innovative and high performance sails.



The great advantage of the PBS solution is its great flexibility combined with a lightness not attainable with conventional systems, especially the possibility to obtain higher performance from the sails of vessels. The-

re aren't any comparable products on the market and direct competitors are manufacturers of rigid battens for sails that hitherto have been used. The greatest difficulties related to the implementation of the PBS solution are the selection of the correct materials and surface bonding systems.

*„We will change the market for sails!“*



# USP des Geschäftsmodells

Ihre Aufgabe ist es, die Einzigartigkeit und Stimmigkeit des Geschäftsmodells herauszuarbeiten und dieses potenziellen Kunden und Stakeholdern zu präsentieren.

Jedes dieser vier Elemente kann ein Ansatzpunkt dafür sein, das neue Unternehmen vom Wettbewerb abzuheben und den Kunden einen besonderen Nutzen zu bieten. Besonders wichtig ist, dass die Elemente zusammenpassen und einander unterstützen, sodass das Ergebnis ein einzigartiges, innovatives Geschäftsmodell ist – ein Geschäftsmodell mit einer Unique Selling Proposition.



ARBEITSBLATT  
HIER



## meisterwork

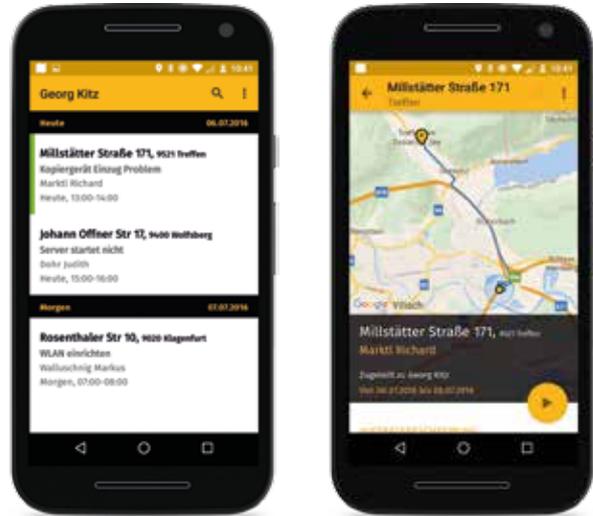
WWW.MEISTERWORK.AT | SALES@MEISTERWORK.AT  
GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:  
DARRAN MORRIS | GEORG KITZ, MSC  
MARKUS WALLUSCHNIG, BSC | RICHARD MARKTL

Die meisterwork GmbH ist ein Startup, welches im Frühjahr 2016 von vier jungen Unternehmern gegründet wurde.

Unser erstes Produkt, meisterwork.log, fokussiert sich auf KMUs, welche im Dienstleistungsbereich tätig sind und ihre Arbeit vorwiegend mit Hilfe von AußendienstmitarbeiterInnen

abwickeln. Für diese Unternehmen bieten wir ein Tool, das einerseits die Auftragsfassung abdeckt

und andererseits eine lückenlose, automatische Zeiterfassung der Außendienstarbeit erlaubt.



## meisterwork

Die Idee zur modernen Auftrags- und Zeiterfassung für Außendienstleistungen ging aus Gesprächen mit einem Unternehmer, der schon 40 Jahre lang erfolgreich im D-A-CH Bereich tätig ist, hervor. Um zu prüfen, ob das Produkt ausreichend Marktpotential hat, wurden vorab detaillierte Marktanalysen und Gespräche mit potenziellen KundInnen, welche reges Interesse zeigten, durchgeführt. Die Idee und das **Geschäftsmodell** selbst basieren also auf realen Bedürfnissen von Unternehmen und widmen sich den bestehenden Defiziten. Für die Abrechnung war uns schnell klar, dass diese über eine monatliche Servicegebühr erfolgen sollte. Eine angemessene Höhe der monatlichen Gebühr zu identifizieren,

gestaltete sich aber schwieriger als gedacht. Letztlich wurde ein monatlicher Betrag festgelegt, welcher auf den durch meisterwork.log zusätzlich erworbenen Gewinn, unter Berücksichtigung des durchschnittlichen Stundenlohns der MitarbeiterInnen im Außendienst, basiert. Erste Erfahrungen mit diesem Modell zeigen, dass unsere Preisgestaltung für die KundInnen nachvollziehbar und logisch ist.



*„Die Idee und das Geschäftsmodell selbst basieren auf realen Bedürfnissen.“*



# Geschäftsmodellcheck

Um zu überprüfen, ob das Geschäftsmodell innovativ und schlüssig ist, sollten Sie folgende Fragen beantworten:

## CHECKPOINT 3: Beurteilung des Geschäftsmodells

Verfügt mein Produkt über einen einzigartigen, den Konkurrenzprodukten überlegenen Kundennutzen?

Kann ich die zur Umsetzung der Geschäftsidee benötigten Ressourcen beschaffen?

Baut mein Geschäftsmodell auf meinen Kernkompetenzen auf?

Kann ich mein Produkt an potenzielle Kunden vertreiben und kommunizieren?

Kann ich mit der Geschäftsidee Gewinne erzielen?

CHECKPOINT 3  
HIER



CHECKPOINT 3:

Sind die einzelnen Komponenten oder das Geschäftsmodell innovativ und in sich schlüssig?



NEIN



ÜBERARBEITEN



JA



PHASE III  
GESCHÄFTSMODELLENTWICKLUNG

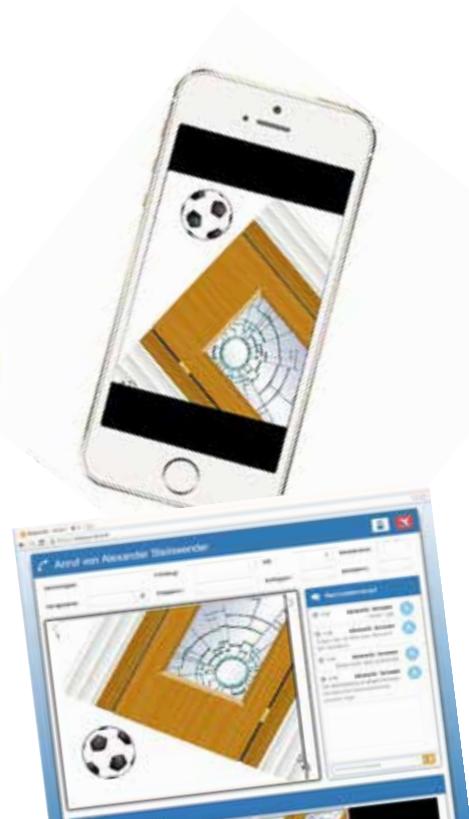
## Savvata

WWW.SAVVATA.AT | ALEXANDER.STEINWENDER@SAVVATA.AT  
GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:  
DI ALEXANDER STEINWENDER

Nicht in der Garage, sondern in einem Gästezimmer wurde die Firma Savvata IT Services gegründet.

Ziel ist es, den KundInnen durch Datenanalysen und Entwicklung intelligenter Softwaresysteme bei der Effizienz- und Qualitätssteigerung zu helfen. Spezialisiert ist das Unternehmen auf Handy-Apps, welche Bild, Ton und Daten live übertragen und so die Anfahrt von ExpertInnen überflüssig macht. Versicherungen optimieren so z.B. den Einsatz ihrer Sachverständigen.

SAVVATA



**Die Erstellung eines Businessplans** ist ein wichtiger Schritt bei der Firmengründung. Sagt man, aber stimmt das auch?

Ich kann die Frage uneingeschränkt mit „Ja“ beantworten und das, obwohl der Aufwand für die Erstellung einzelner Kapitel durchaus einiges an Zeit benötigt und mich vor besondere Herausforderungen gestellt hat. Im Geschäftsfeld der Videobesichtigung von Versicherungsschäden gibt es wenige Erfahrungswerte und diese werden kaum publiziert. Neben den (wenigen) Publikationen musste ich mich somit auf mein Netzwerk und meine eigene Erfahrung verlassen. Da das



Wissen über die Mitbewerber direkten Einfluss auf die strategische Ausrichtung der eigenen Firma hat, war konstruktives Feedback besonders hilfreich. Der Businessplan für die Firmengründung darf niemals nur eine Formsache sein, die man erfüllen muss. Er ist vielmehr die Chance, die Gründungsidee in all ihren Facetten darstellen zu können und jedes Detail kritisch zu hinterfragen.

*„Die Erstellung eines Businessplans ist ein wichtiger Schritt bei der Firmengründung.“*



## Zentrale Elemente für den Businessplan

Ein Businessplan zeigt, ob das Geschäftsmodell realisierbar und wirtschaftlich tragfähig ist.

Das Feedback und die Reaktionen von Investoren helfen Ihnen, das Geschäftsmodell zu verbessern und weiterzuentwickeln.

Bevor Sie das Geschäftsmodell am Markt einführen, ist es sinnvoll, einen Businessplan zu erstellen und einen Prototypen zu entwickeln. Mit Hilfe des Prototyps können Sie überprüfen, ob das Produkt funktionsfähig ist und den Kundenanforderungen entspricht.



ARBEITSBLATT  
HIER



## Klaxon

WWW.KLAXON-MOBILITY.COM | INFO@KLAXON-KLICK.COM

GRÜNDER/GESCHÄFTSFÜHRER:

DOCT. ENRICO BOARETTO | ANDREA STELLA

KLAXON MOBILITY GmbH started with the idea in mind to apply the latest standards in technology and design of electric bikes to the field of mobility.

We design, develop, manufacture and market high-quality mobility products designed for manual wheelchair users. We believe that innovation and outstanding functionality of medical devices should follow aesthetic stan-



dards and design principles. Together with a group of designers and R&D engineers we keep working on innovative projects and ideas.



The company was founded by two entrepreneurs with disabilities. Both possess own excellent business skills and market knowledge. To verify the coherence of the business plan and the **actual possibility** of its execution, they tested some pre-prototypes with a small panel of potential users. After this early product testing phase, they developed the business model (costs of production - price - sales network - marke-

ting strategy). Anyway, business plans and feasibility plans are basic instruments to build the startup development, define strategies and actions, verify and tune the key factors of a new business idea, but the market is the real judge.

*„The startupper must be brave, persevering and mustn't give up at the first obstacles.“*

For this reason, the launch of a new business is always a risky undertaking. The startupper must be brave, persevering and mustn't give up in the face of obstacles.



# Umsetzungcheck

Um zu überprüfen, ob das Geschäftsmodell umgesetzt werden soll, sollten Sie folgende Fragen beantworten:

## CHECKPOINT 4: Umsetzung des Geschäftsmodells

Ist mein Businessplan vollständig und schlüssig?

Ist mein Businessplan überzeugend?

War der Prototypen- und Markttest erfolgreich?

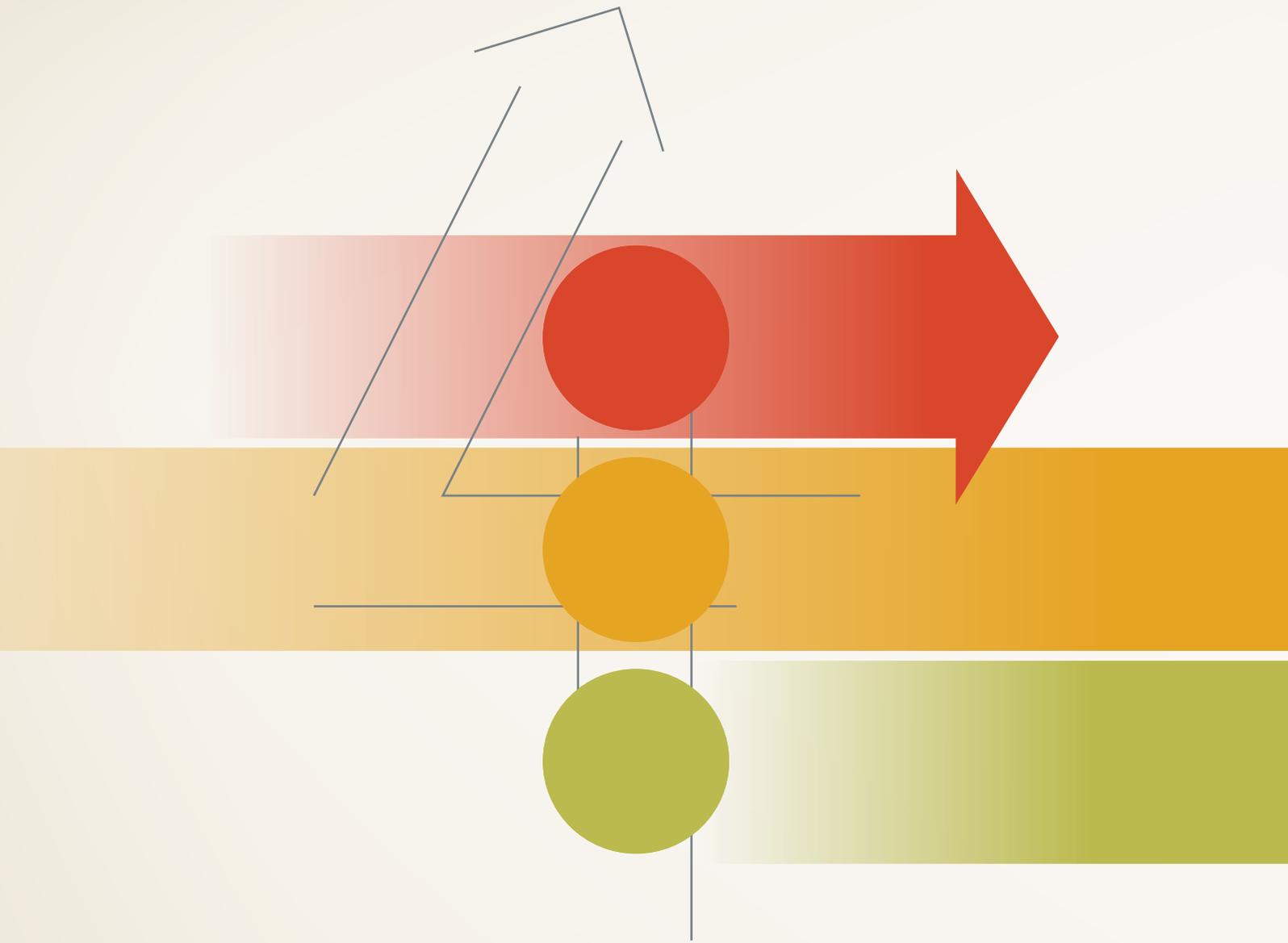
CHECKPOINT 4  
HIER



PHASE IV  
GESCHÄFTSMODELLUMSETZUNG

CHECKPOINT 4:  
**Soll das Geschäftsmodell  
umgesetzt werden?**







# Alle Ampeln auf Grün?

Machen Sie sich auf den Weg in die Selbständigkeit. Mit einer innovativen Geschäftsidee im Gepäck kann es gleich losgehen. Vielfältige Möglichkeiten zur Umsetzung warten auf Sie!

## Volle Fahrt voraus!

Die Ideen-Ampeln in Kärnten stehen auf GRÜN. Viele kreative Kärntnerinnen und Kärntner beweisen Jahr für Jahr, welches Potenzial an Geschäftsideen in der Region vorhanden ist. Einen Fuß vor den anderen, den Weg nach vorne im Blick und mit einer gehörigen Portion Mut und Ausdauer gehen sie erste Schritte in die Selbständigkeit.

Unter dem Motto „Von der Garage zum Weltmarktführer!“ war der **build!IMPULS Ideenwettbewerb** auch heuer wieder ein voller Erfolg. 65 kreative Köpfe wagten den ersten Schritt und reichten ihre Ideen ein. Im Rahmen der großen Abschlussveranstaltung am 09. März 2016 wurden die Besten der Besten mit den begehrten build!IMPULS Trophäen sowie attraktiven Geldpreisen ausgezeichnet.



Kreative Geschäftsideen, das ist das Stichwort des Wettbewerbs. Es wurden Menschen mit guten Ideen gesucht, die diese auch in Kärnten umsetzen und in Zukunft selbstständig arbeiten wollen. „Man muss keinen ausgefeilten Businessplan abgeben, sondern eine Idee haben und diese auch realisieren wollen“, erklärt Geschäftsführerin Karin Ibovnik. Seit dem Jahr 2007 wurden über 450 Ideen eingereicht und über 20 davon haben es ins build! Gründerzentrum geschafft. Die GründerInnen profitieren dann von den umfangreichen Förderleistungen und der Unterstützung, die build! bietet.



Schirmherr der Veranstaltung war Robert Kanduth, CEO der GREENoneTEC Solarindustrie GmbH. Er motivierte und inspirierte die TeilnehmerInnen mit seinen Geschichten (von der kleinen Garage zum eigenen erfolgreichen Unternehmen) und berichtete ausführlich über seine ersten Schritte.



Um den Weg von der Idee zum erfolgreichen Geschäftsmodell zu ebnen, bieten wir mit dem **build!ING LEAN Startup Accelerator** bereits den nächsten Schritt. Das viermonatige Programm, basierend auf der Lean Startup Methode, erfordert schnelles und strukturiertes Handeln der TeilnehmerInnen. Bei der Entwicklung eines skalierbaren Geschäftsmodells tun sich viele Wege auf. Ganz nach dem Motto „get out of the building!“ (dt. Raus aus dem Büro!) machten sich acht Projekte auf den Weg, Schritt für Schritt herauszufinden und zu testen, was die KundInnen wirklich wollen.

Geteiltes Büro, Raum für Feedback und Austausch von Erfahrungen und Sorgen unterstützten die motivierten TeilnehmerInnen in ihrem Prozess. Vier Monate lang nahmen sie an intensiven ExpertInnen-Workshops und Coachings teil und verbrachten zusammen über 500 Stunden im Gespräch mit potenziellen KundInnen.



*„Es war einfach super. Für mich, in meiner frühen Phase der Geschäftsmodellentwicklung mit einem mehr oder weniger vorhandenen Produkt, passte das Programm wie die Faust aufs Auge.“*

ALEXANDER ELBE, CRANK-E

*„Vielen Dank für diese einmalige Chance! Es war ein riesiger Schritt in meinem Leben und hat mich und meine Persönlichkeit extrem geprägt! Es fällt mir nun leichter mit Kunden zu sprechen [...].“*

MARSIJA KAMPUS, OUTFITANGEL

*„Es war sehr hilfreich und wir sind froh, dass wir dabei waren. Wir hätten sonst vieles falsch/gar nicht gemacht. Haben mehr Sinnvolles als irgendwo sonst gelernt.“*

TAMARA & BERNHARD BACHMANN, SLED



Der nächste Durchgang startet im Frühjahr 2017. Alle Infos finden Sie unter <http://build.or.at/projekte-und-initiativen/accelerator-programm/>. Wir freuen uns schon jetzt auf Ihre Bewerbung!



Partnerschaften und Kooperationen mit akademischen Einrichtungen sind ein unverzichtbarer Bestandteil vieler unserer Maßnahmen, um unternehmerisches Denken und Handeln gezielt zu fördern.

**BizKick – Enter the real Market** ist eine solche gemeinsame Initiative mit dem Ziel, Studierenden der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt sowie der FH Kärnten die Möglichkeit zu geben, dem Thema Selbständigkeit in der Praxis zu begegnen und das „Abenteuer Wirtschaft“ unter realen Bedingungen zu erspüren. Mit zehn Euro Startkapital stehen Teams vor der Herausforderung, in nur sechs Wochen ein eigenes Unternehmen aufzubauen.

Weiters wurde die **Initiative StartUP** als langfristiges Programm an der FH Kärnten etabliert. Ziel dieser Initiative ist ebenfalls, Unternehmerpersönlichkeiten



aus dem FH-Umfeld „aufzuspüren“, in Kontakt mit Gleichgesinnten zu bringen, und Selbständigkeit als eine mögliche Karriereoption aufzuzeigen.

Da eine nachhaltige Bewusstseinsbildung im Bereich Selbständigkeit ohne die Alpen-Adria-Universität Klagenfurt undenkbar wäre, besteht auch hier seit Jahren eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Seit 2004 wird, gemeinsam mit dem Institut für Innovationsmanagement und Unternehmensgründung, das **build! Entrepreneurship-Zertifikat** angeboten, welches Studierenden aller Studienrichtungen wesentliche Aspekte unternehmerischen Denkens und Handelns vermitteln, sowie Selbständigkeit als mögliche Erwerbsspektive eröffnen soll.

Die dazugehörige **Ringveranstaltung „Erfolgreich selbständig werden“**, die jeweils im Sommersemester angeboten wird und durchschnittlich 14 Vorlesungen umfasst, kann auch von Nicht-Studierenden besucht werden und erfreut sich jedes Jahr großer Beliebtheit.

**Die Lange Nacht der Forschung** wurde auch heuer wieder zu einem Highlight im build!-Kalender: ob Superhelden frisch aus dem 3D-Drucker, Pools aus Holz, oder ein neuartiges Computerlernspiel für Kinder – geboten wurde jede Menge Innovation zum Anfassen. Kompliziertere Fragen wie „Wie stellt man eine Diagnose bei Maschinen?“ oder „Wie verbindet man die echte Welt mit dem Internet?“ wurden für Groß und Klein verständlich aufbereitet und erklärt. Viele BesucherInnen konnten sich vor Ort ein Bild von bereits erfolgreichen Innovationen machen.



# Auf Erfolgskurs!

Preise und Auszeichnungen erfolgreicher build! Unternehmen

Trotz knapper Ressourcen wie Zeit und Geld ist es für junge Unternehmen mit innovativen Lösungen immens wichtig, dem Markt hin und wieder Kostproben der eigenen Entwicklungen zukommen zu lassen, um einerseits den eigenen Bekanntheitsgrad zu steigern und andererseits möglichst früh wertvolle Rückmeldungen zu Geschäftsmodell, Produkt, etc. zu erhalten. Wettbewerbe und För-

derausschreibungen bieten hier tolle Möglichkeiten, um Öffentlichkeitswirksamkeit zu erzielen, sich dem Markt vorzustellen und essentielles Feedback über Stärken und Schwächen des eigenen Geschäftskonzeptes, sowie zukünftige Entwicklungen und Möglichkeiten zu erhalten.

**Dass eine Teilnahme an Wettbewerben und Ausschreibungen sich oft lohnen kann, wissen unsere GründerInnen nur zu gut und holen mit ihren Projekten regelmäßig nationale und internationale Preise nach Kärnten!**



© ABC Accelerator



© A1, Michael Bösendorfer



© Fritz Press GmbH

## INTERNATIONAL

### add-e

Erfolgreiche Durchführung zweier Crowdfunding Kampagnen

### Airborne Motion Pictures

„Goldene Victoria“ bei den 27. Internationalen Wirtschaftsfilmtagen

### Sportly

Aufnahme in den slowenischen „ABC Accelerator“

### xamoom

InvestorStar2015 beim Business Angel Day 2015

## NATIONAL

### IWICE

Erfolgreiche Teilnahme bei der PULS4 Show „2 Minuten 2 Millionen“

### Holidays on Wheels

Austria's Next Top Startup (futurezone.at & A1)

### Augmensys

2. Platz beim Constantinus Award 2016

### Progressio

2. Platz beim Constantinus Award 2015

### Augmensys

„Born Global Champion“- WKO

### xamoom

„Born Global Champion“- WKO

## REGIONAL

### Der Wasserwirt

1. Platz beim Innovations- und Forschungspreis des Landes Kärnten

### xamoom

3. Platz beim Innovations- und Forschungspreis des Landes Kärnten

### reliefgoods

2. Platz beim build!IMPULS Ideenwettbewerb in der Kategorie „Dienstleistung“

### Holidays on Wheels

3. Platz beim build!IMPULS Ideenwettbewerb in der Kategorie „Dienstleistung“

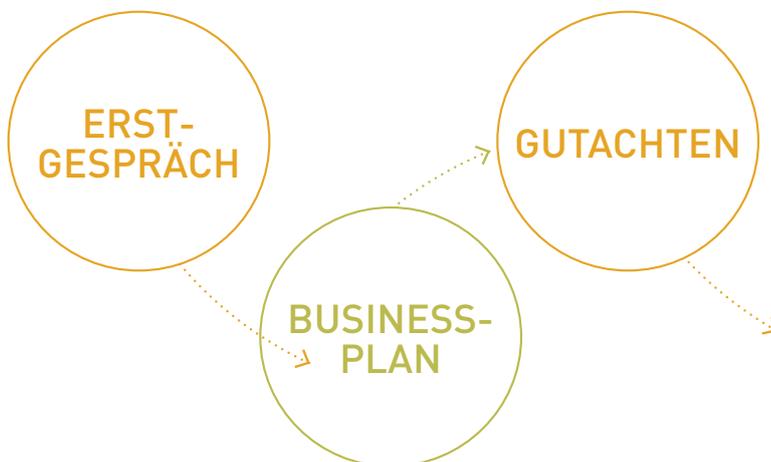
# Schritt für Schritt!

## Das build! Förderprogramm

Sie haben eine spannende, innovative Geschäftsidee? Diese Idee verfügt über Marktpotenzial? Sie haben einen akademischen Hintergrund oder ihre Idee ist in akademische Forschung eingebettet? Dann starten Sie doch gleich mit der Umsetzung!

Wir begleiten Sie Schritt für Schritt auf Ihrem Weg von der Idee zum innovativen Geschäftsmodell – von der Erstellung des Businessplans, der Präsentation vor unserem Förderbeirat, bis hin zum nachhaltigen Unternehmenserfolg.

**Melden Sie sich noch heute bei uns und lassen Sie sich in einem kostenlosen Erstgespräch über die weitere Umsetzung und eine mögliche Aufnahme in das Förderprogramm von build! informieren.**



## BEIRATSMITGLIEDER

### **Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Erich Schwarz (Beiratsvorsitzender)**

Vorstand des Instituts für Innovationsmanagement und Unternehmensgründung / Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

### **Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Dr. Hermann Hellwagner**

Institut für Informationstechnologie, Alpen-Adria-Universität Klagenfurt / Vizepräsident (Naturwissenschaft und Technik) des FWF Wissenschaftsfonds

### **Dipl.-Ing. Dr. Erich Alois Hartlieb**

Stv. Studienbereichsleitung Engineering & IT, Studiengangleitung Wirtschaftsingenieurwesen, Industrial Engineering & Management, Fachhochschule Kärnten

### **FH-Prof. Dr. Joachim Werner**

Studiengang Engineering & IT, Fachhochschule Kärnten

### **Mag. Jürgen Kopeinig, MBA**

BABEG Kärntner Betriebsansiedlungs- und Beteiligungsgesellschaft m.b.H.

### **Andreas Fritz**

Wirtschaftskoordinator, Landeshauptstadt Klagenfurt am Wörthersee

### **Mag.<sup>a</sup> Dr.<sup>in</sup> Petra Oberrauner**

1. Vizebürgermeisterin, Stadt Villach

### **Mag.<sup>a</sup> Maria-Luise Hadwiger**

Wirtschaftsförderung und Betriebsansiedlung, Stadt Villach

### **Prof. Dr. Christoph Hiennerth**

Leitung des Lehrstuhls für Unternehmertum und Existenzgründung, WHU Otto Beisheim School of Management

### **Ing. Mag. (FH) Thomas Bluth, MSc**

CEO, tiramizoo GmbH / Consultant und virtueller CFO, Guardian Business Services / Lektor, Fachhochschule Kufstein

BEIRAT

# Bereit für den ersten Schritt? Wir sind für Sie da!

Ob Sie eine erste Einschätzung Ihrer Geschäftsidee benötigen, Unterstützung bei der Erstellung eines Businessplans brauchen, oder sich über Förderungen und Finanzierungsmöglichkeiten informieren wollen - wir stehen Ihnen gerne mit Rat und Tat zur Seite. Wagen Sie den ersten Schritt in Ihre Selbständigkeit und vereinbaren Sie ein kostenloses Beratungsgespräch!

## build!

Gründerzentrum Kärnten GmbH

### Mag.<sup>a</sup> (FH) Tanja Scheliessnig

Controlling, fachliche Beratung und Coaching von GründerInnenteams  
Tel.: 0463 2700-8748  
e-mail: scheliessnig@build.or.at

### Mag.<sup>a</sup> Nina Zesar

Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen  
Tel.: 0463 2700-8741  
e-mail: zesar@build.or.at

### Mag. Markus Setschnagg

Business Development, fachliche Beratung und Coaching von GründerInnenteams, Netzwerk- und Kooperationsaufbau  
Tel.: 0463 2700-8753  
e-mail: setschnagg@build.or.at

### Mag.<sup>a</sup> Karin Ibovnik

Geschäftsführung, strategische Ausrichtung, Netzwerk- und Kooperationsaufbau, fachliche Beratung und Coaching von GründerInnenteams  
Tel.: 0463 2700-8742  
e-mail: ibovnik@bild.or.at

### Carina Jellitsch

Administration und Office Management, Medien- und Pressearbeit  
Tel.: 0463 2700-8740  
e-mail: office@build.or.at

### Mag.<sup>a</sup> Marissa Florian

Fachliche Beratung und Coaching von GründerInnenteams  
Tel.: 0463 2700-8756  
e-mail: florian@build.or.at



Alle Informationen zum build!

Gründerzentrum unter: [www.build.or.at](http://www.build.or.at)

oder folgen Sie uns auf Facebook

[www.facebook.com/gruenderzentrum](https://www.facebook.com/gruenderzentrum)

# DANKE!

Ein herzliches Dankeschön an unsere FördergeberInnen,  
GesellschafterInnen und PartnerInnen für die erfolgreiche  
Zusammenarbeit und langjährige Unterstützung!

## FÖRDERGEBERINNEN



## GESELLSCHAFTERINNEN



## PARTNERINNEN

KWF – Kärntner Wirtschaftsförderungsfonds  
FFG – Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft  
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, Institut für Innovationsmanagement und Unternehmensgründung  
Fachhochschule Kärnten  
Lakeside Science & Technology Park  
Wirtschaftsprüfer und Steuerberater Mag. Walter Zenkl  
Wirtschaftskammer Kärnten  
Austria Wirtschaftsservice GmbH  
bfc Business Frauen Center  
Die Kärntner Sparkasse



**build!**

Gründerzentrum Kärnten GmbH