

Öko-orientierte Existenzgründungen aus der Hochschule: Motivation und Herausforderungen

Biewer, S.¹, Froharth, J.² und Möller, D.¹

Keywords: Existenzgründung, Inhaltsanalyse, Öko-Branche

Abstract

This empirical study analyzed the entrepreneurial efforts and motivation of organic agricultural scientists from the University of Kassel. Ten interviews with start-ups and facilitators were conducted. Our study showed that start-ups were inspired and supported through various factors at the university, which they actively used to develop their own entrepreneurial ideas. Start-up teams used several financial strategies with a tendency to having slow growth rates and needing relatively little financial aid. Moreover, market entry with new technical products for farmers and agribusiness needed greater efforts than that for food products.

Einleitung und Zielsetzung

Ziel ist es, spezifische Herausforderungen und Ansätze von Existenzgründungen am Beispiel der ökologischen Agrarwissenschaften der Universität Kassel herauszuarbeiten: Aus welcher Motivation heraus gründen ökologisch orientierte AgrarwissenschaftlerInnen? Wie gehen sie vor und welche Herausforderungen sehen sie? Es soll der Bedarf für eine zielgerichtete Gründungsförderung seitens einer wissenschaftlichen Einrichtung wie der der Universität eruiert werden.

Methoden

Die empirische Untersuchung basiert auf leitfadengestützten Interviews, in denen Aussagen zur Motivation, sozialem Umfeld, förderlichen und hinderlichen Faktoren, Auseinandersetzung mit dem Markt sowie zu der Rolle der Uni im Gründungsprozess erhoben wurden. Es wurden zehn Interviews, telefonisch oder im direkten Gespräch geführt, sie dauerten 20 bis 110 Minuten. Anschließend wurden sie transkribiert und mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring und Gläser-Zikuda 2008) thematisch geordnet und vergleichend analysiert. Um ein möglichst breites Bild vom Gründungsgeschehen zu bekommen, wurden unterschiedliche Akteure befragt. Interviewt wurden sieben Absolventen der ökologischen Agrarwissenschaften, die sich in der Vorgründungsphase befinden oder bereits bis zu zehn Jahre lang einen Betrieb geführt haben. Zwei davon produzieren ökologische Lebensmittel, einer arbeitet in der IT-Branche, die anderen beliefern landwirtschaftliche Betriebe und Agribusiness mit technischen Produkten. Darüber hinaus wurden zwei Mitarbeiter der Universität Kassel, die den Gründungsprozess unterstützen sowie eine Mitarbeiterin der GLS-Bank (Frankfurt) interviewt.

¹ Universität Kassel, Ökol. Agrarwissenschaften, Betriebswirtschaft, Steinstr. 19, 37213 Witzenhausen, Deutschland, biewer@uni-kassel.de, www.uni-kassel.de/fb11agr

² Universität Kassel, UniKasselTransfer, Inkubator, Mönchebergstr. 7, 34102 Kassel, Deutschland, froharth@uni-kassel.de, www.uni-kassel.de/inkubator

Ergebnisse und Diskussion

Grundsätzlich wurden die Kategorien „Gründe“, „Umfeld“, „Wege der Gründung“ sowie „Hemmnisse“ identifiziert.

Die Gründe sich selbstständig zu machen, werden - neben dem Drang zu Selbstverwirklichung und wirtschaftlicher Unabhängigkeit - vor allem im Wunsch gesehen, eigene Überzeugungen zu leben. Oft sind sie an ein gemeinschaftliches Arbeits- und Lebenskonzept gebunden. Darüber hinaus besteht der Wunsch eigene Produktentwicklungen an den Markt zu bringen sowie unternehmerisch in der Landwirtschaft tätig zu sein. Keiner der GründerInnen kam aus einer Unternehmerfamilie. Das Umfeld der Universität, der Austausch mit anderen Studierenden, sowie die Offenheit vieler DozentInnen inspirieren und unterstützen GründerInnen eigene Ideen zu entwickeln und unternehmerisch voranzutreiben. Häufig werden sie in Studien-, Abschlussarbeiten oder Forschungsprojekten wissenschaftlich weiter bearbeitet. Die unternehmerische Umsetzung wird bei innovativen technischen Ideen durch die EXIST-Förderung über die Universität begünstigt bzw. erst realisierbar. Die GründerInnen haben den Markt und die KundInnen für ihre Produkte gut im Blick. Für den Markteinstieg nutzen sie verschiedene Netzwerke, die sie während ihrer Studienzeit, praktischen Ausbildung und Praktika geknüpft oder kennengelernt haben. Im Gegensatz zum Markteinstieg mit ökologischen Nahrungsmitteln ist er für neuartige technologische Produkte, die an landwirtschaftliche Betriebe oder das Agribusiness vertrieben werden, schwer. Diese Branche wird als wenig offen beschrieben. Die favorisierte Strategie, um in diesen Markt hineinzukommen, ist die Zusammenarbeit mit öffentlichkeitswirksamen PilotkundInnen oder Netzwerken. Trotzdem muss hier mit einem langsameren Markteinstieg gerechnet werden. Diese Zeit wird unterschiedlich überbrückt: z.B. durch nebenberufliche Tätigkeit, durch Vereinfachung des eigenen Lebensstandards, private Darlehen, Aufnahme von Krediten, Kooperationen mit wichtigen HandelspartnerInnen oder durch öffentliche Zuschüsse. In keinem der Interviews wurde eine Finanzierung durch Business Angels oder Venture Capital erwähnt. Als Hemmnisse für die Existenzgründung wurden mangelnde unternehmerische Erfahrungen genannt. Weitere Punkte sind der schwierige Marktzugang für neuartige technologische Produkte, sich ändernde äußere Rahmenbedingungen sowie fehlende verbindliche Regelungen innerhalb des Gründerteams und mit GeschäftspartnerInnen. Ähnliche Schwierigkeiten werden auch bei anderen Ausgründungen aus dem Wissenschaftsbereich beobachtet (Kulicke & Schleinkofer 2008).

Für den weiteren Auf- und Ausbau der Unterstützungsleistungen für GründerInnen in der Öko-Branche ergeben sich daraus folgende Ansatzpunkte: Vermittlung unternehmerischer Kompetenzen durch Angebote neben der Lehre, die das Sammeln eigener Erfahrungen und Kontakte in die Unternehmenswelt ermöglichen; Finanzierungs- und Beratungsangebote sowie Netzwerke für den Markteinstieg mit neuartigen technologischen Produkten; professionelle Unterstützung bei der Teamentwicklung.

Literatur

- Mayring, P., Gläser-Zikuda, M. (2008): Die Praxis der qualitativen Inhaltsanalyse. Beltz, Weinheim [u.a.], 243-244 S.
- Kulicke, M., Schleinkofer, M. (2008): Wirkungen von EXIST-SEED aus Sicht von Geförderten. Fraunhofer Institut für System- und Innovationsforschung. Kurzfassung. <http://www2.exist.de/imperia/md/content/exist-news/nachrichten/exist-seed-befragung-kurz.pdf>. (Abruf 03.12.2014)