

Ein Telefon und mehr – Starthilfe für Existenzgründer

Gründerzentren unterstützen Jung-Unternehmer bei den ersten Schritten

in die Selbstständigkeit / Beratung inklusive

Berlin. Das Telefon klingelt. Der Computer-Bildschirm zeigt der Mitarbeiterin an, für wen der Anruf bestimmt ist: Müller AG, Schulze GmbH oder Schneider GbR – je nachdem. Nach Entgegennahme des Gespräches benachrichtigt sie die jeweiligen Geschäftsführer per SMS. Es handelt sich um Unternehmensgründer, die noch ganz am Anfang ihrer Karriere stehen. In einem Existenzgründerzentrum können sie ihre Adresse und Telefonnummer anmelden, auch und gerade, wenn sie noch keine eigenen Büroräume haben. Künftige Kunden und Geschäftspartner haben dadurch schon früh eine Anlaufstelle.

1983 wurde das erste deutsche Gründerzentrum in Berlin-Wedding eröffnet. Ziel war es, Service-Leistungen für Jung-Unternehmer in einem Pool zu bündeln. Inzwischen sind die Einrichtungen bundesweit



verbreitet, allein in Berlin hat mittlerweile jeder Bezirk sein eigenes Gründerzentrum. Guido Baranowski, Vorstandsvorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Technologie- und Gründerzentren (ADT), sagt auf die Frage, was Einrichtungen dieser Art leisten wollen, kurz und knapp: „Neugründungen unterstützen.“ Ein Besuch im Gründerzentrum Pankow macht deutlich, was das heißt: Auf einem Flur des weitläufigen Neubaus befinden sich die Büros von zehn Unternehmen. Rechts ein Entsorger von Speiseabfällen und Papier, im nächsten Raum ein Entwickler für animierte multimediale Internet-Präsentationen, weiter hinten ein kleiner Bauunternehmer sowie ein Vermögensberater. Sie alle haben Büroflächen im Gründerzentrum Pankow angemietet. Zu Preisen, die mit 18 Mark pro Quadratmeter weit unter den üblichen Mieten liegen. Die Verträge beinhalten auch keine langen Kündigungsfristen. „Das ist alles sehr unbürokratisch“, sagt Björn Kowalski vom Multimedia-Unternehmen Loopo. „Und außerdem bekommt man hier den Background

von Dingen, von denen man vorher keine Ahnung hatte.“ Kowalski denkt dabei vor allem an Förderprogramme. Jürgen Stepputat, Geschäftsführer des Bauunternehmens „Rund um's Haus“ schätzt neben dem Service-Angebot vor allem das repräsentative Umfeld hinter den neuen Backsteinfassaden des Gewerbegebietes Pankow.

Bodenständige Gründer bevorzugt

Unternehmen, die sich hier ansiedeln wollen, dürfen nicht älter als drei Jahre sein und höchstens 20 Mitarbeiter beschäftigen. „Wir verstehen uns nicht als Trüffelschweine“, sagt der Geschäftsführer des Pankower Gründerzentrums, Karl Schmitt. Er meint damit, dass er nicht denjenigen Gründern hinterherlaufen will, die auf der Suche nach Venture-Capital-Gebern nur noch das große Geld vor Augen haben. Schmitt will lieber bodenständige kleine Gründer unterstützen. „Die dürfen gerne auch schon älter als 35 sein. Das sind sowieso die aussichtsreichsten Kandidaten.“ Und gleichzeitig diejenigen, die am meisten vernachlässigt werden. Denn unter einem Gründer stellen sich die meisten im Zeitalter der New Economy hauptsächlich 20-jährige Computer-Freaks vor.

Die Zusammenarbeit von Zentrum und Unternehmer beginnt mit einem Service-Vertrag. Der Gründer zahlt dafür 100 Mark im Monat. Im Gegenzug bekommt er eine Adresse, eine Telefon- und Faxnummer im Gründerzentrum, er wird an das PC-Netzwerk angeschlossen und kann außerdem die Seminar- und Besprechungsräume nutzen. Auch allgemeine Beratung durch Schmitt und seine Mitarbeiter ist im Service-Paket inbegriffen, spezielle Leistungen wie die Beratung bei der Aufstellung und Weiterentwicklung des Geschäftskonzeptes kosten jedoch extra.

„Alte Hasen“ beraten

Guido Baranowski unterteilt die Aufgaben der Zentren in drei Hauptbereiche: „Wir beraten, wir stellen Infrastruktur und Dienstleistungen bereit, und wir führen Schulungen durch.“ Viele Zentren haben sich aber spezialisiert. Das „Berliner Existenzgründerinstitut“ versteht sich zum Beispiel als reines Netzwerk, vor allem für studentische Gründer, die sich noch in der Planungsphase befinden. Regelmäßig veranstaltet das Institut „Existenzgründerwerkstätten“ in den Berliner Hochschulen. Alle ein bis zwei Monate finden außerdem „Entrepreneurship-Runden“ statt, bei denen junge Gründer den Kontakt zu „alten Hasen“ des Wirtschaftslebens zwecks Erfahrungsaustausch suchen und finden.

Auch die Technologiezentren besetzen spezielle Nischen. In ihrem Angebot unter-

scheiden sie sich zwar kaum von Gründerzentren, wenden sich jedoch an bestimmte, technologie-orientierte Berufsgruppen. Die Gründer können hier ganze Labors anmieten. Zum Beispiel in Berlin-Buch. Von den 40 im Technologiezentrum angesiedelten Betrieben sind 34 im biomedizinischen Bereich tätig.

Die Wahl des Standortes ist kein Zufall, denn in der Nähe befinden sich Krankenhäuser und ein Forschungscampus. Grundlagenforschung, klinische Forschung und klinische Anwendung gehen hier ineinander über. „Das ist eine gegenseitige Befruchtung“, sagt Andreas Mätzold, Projektmanager im Technologiezentrum. Der klare fachliche Bezug und die enge personelle Zusammenarbeit sind für ihn der Hauptvorteil einer Branchen-Spezialisierung. Die jungen Betriebe können untereinander Netzwerke gründen und sich auch gegenseitig Aufträge zuschanzen. Das ist besonders wichtig, denn die Suche nach Kunden ist eine der Hauptschwierigkeiten für Existenzgründer. Die Unternehmer denken oft nur ans Geld. Kunden zu suchen sei aber mindestens genauso wichtig wie Geldgeber zu suchen, sagt Karl Schmitt.

Mit der Finanzierung von Unternehmensgründungen haben die Zentren üblicherweise nichts zu tun. Sie vermitteln lediglich Kontakte zu potenziellen Kreditgebern. Ausnahmen bestätigen die Regel: Auch die Dresdner Bank betreibt ein Existenzgründerzentrum. Ihr Angebot beschränkt sich allerdings auf Finanzberatungen. Büroräume zur billigen Miete wird der Gründer hier vergeblich suchen. BRITTA RASMUSSEN