

Gründungsleitfaden Macromedia University of Applied Sciences

startup@macromedia.de

für zukünftige
Gründerinnen
und Gründer
der Hochschule
Macromedia



you change

macromedia university
of applied sciences

Gründungsleitfaden Macromedia University of Applied Sciences

Leitfaden für zukünftige Gründerinnen und Gründer
der Hochschule Macromedia



Herausgeber: Macromedia University of Applied Sciences
Sandstraße 9 | 80335 München

mit Unterstützung des Fördervereins Macromedia Community e.V.
Freunde und Förderer der Hochschule Macromedia

Redaktion:

Prof. Dr. Arthur Hofer | Prof. Dr. Ralf Spiller | Ellen Martin M.A. | David Wiestner M.A.

Layout: Constantia Rosendorfer

Titelbild: ©Adobe Stock Mariia Reimche

Änderungen und Irrtümer vorbehalten | ©Macromedia GmbH 2025

*„Just try new things. Don't be afraid.
Step out of your comfort zones and soar,
all right?“*
Michelle Obama

*„The best way to predict the future
is to invent it.“*
Alan Kay

*Amerikanischer Informatiker und Pionier
in den Bereichen der objektorientierten Programmierung,
Smalltalk, Squeak und Gestaltung grafischer Benutzeroberflächen.*

Inhalt

1 Vorwort	4
2 Gründungsprozess	5
3 Checklist Gründungsidee	8
4 Unterstützung in allen Gründungsphasen	10
5 Studieren und Gründen	12
5.1 Gründung mit Freisemester – Raum für Unternehmerische Entwicklung	13
5.2 Kooperationsmöglichkeiten mit Coding-Studierenden	13
6 Finanzierung	15
6.1 Bootstrapping / Eigenkapital	15
6.2 Fördermittel	16
6.2.1 Exist-Gründungsstipendium: Starthilfe für innovative Geschäftsideen	17
6.2.2 Exist Woman – Förderung für weibliche Gründerinnen	18
6.2.3 Exist-Forschungstransfer: Förderung für Forschungsbasierte Hightech-Gründungen	19
6.2.4 EU-Förderprogramme: Finanzierung für Visionäre Innovationen auf internationaler Ebene	20
6.2.5 Regionale Förderprogramme	22
6.3 Awards und Wettbewerbe	24
6.4 Fremdkapital	26
6.4.1 Business Angels	27
6.4.2 Venture Capital (VC)	27
6.4.3 Fundraising	28
7 Förderprogramme der Hochschule	30
8 Netzwerk und Inkubator	33
9 Hochschul-Infrastruktur	36
10 Intellectual Property	39
10.1 Rechtliche Grundlagen	40
10.2 IP der Hochschule Macromedia	41
10.3 IP-Nutzung	42
10.4 Patente	42
11 FAQ	44
12 Ansprechpartner vor Ort	49
13 Ansprechpartner bundesweit	50
14 Linksammlung	51
15 Autoren + Impressum	52

Vorwort

Wir leben in Zeiten tiefgreifender Veränderungen. Globale Krisen, technologische Disruptionen und gesellschaftliche Spannungen stellen uns vor enorme Herausforderungen – ökonomisch, ökologisch, sozial. Doch inmitten dieser Umbrüche liegt auch eine große Chance: die Zukunft nicht nur zu gestalten, sondern neu zu erfinden. Entrepreneurship steht genau dafür – für Initiative, Mut, Kreativität und weltoffene Verantwortung. Es beschreibt die Fähigkeit, Ideen in Wirkung zu übersetzen, Probleme in Chancen zu verwandeln und Zukunft aktiv mitzugestalten.

An der Hochschule Macromedia ist diese Haltung kein Randthema, sondern ein zentraler Wert. Wir verstehen unternehmerisches Denken als Grundhaltung, die sich durch alle unsere Fachbereiche zieht – sei es in Management, Design, Medien, Psychologie oder Technologie. In unseren Studiengängen fördern wir systematisch die Fähigkeit, Wandel nicht nur zu analysieren, sondern selbst anzustoßen. Zahlreiche erfolgreiche Gründungen von Studierenden und Alumni zeugen davon, wie inspirierend und wirksam diese Kultur ist – vom Social Start-up bis zur Tech-Innovation.

Mit der jüngsten Reform unserer Studiengangsarchitekturen haben wir diesen Anspruch weiter geschärft: Entrepreneurship ist integraler Bestandteil unserer Curricula und Praxisformate. Wir schaffen Räume für Eigeninitiative, Reflexion und Verantwortung. Dabei profitieren unsere Studierenden von einer Infrastruktur, die in dieser Form einzigartig ist: interdisziplinäre Teams, praxisnahe Lehre, ein wachsendes Netzwerk aus Förderpartnern, Alumni und Unternehmen – und nicht zuletzt unser Virtual Start-up-Incubator, der Gründungsvorhaben über alle Standorte hinweg begleitet.

Der vorliegende Leitfaden bündelt unser Wissen, unsere Erfahrungen und unsere Angebote rund um das Thema Gründen – von der ersten Idee über Finanzierungsmöglichkeiten und Förderprogramme bis hin zur strategischen Skalierung. Dabei geht es nicht nur um formale Schritte, sondern auch um Haltung: Wie entwickle ich eine Idee mit gesellschaftlichem Mehrwert? Wie finde ich das richtige Team? Welche Ressourcen helfen mir konkret weiter? Wie bleibe ich auch in schwierigen Phasen handlungsfähig?

Wir sehen es als unsere Aufgabe – und als unser Privileg –, unternehmerische Talente zu fördern. Der vorliegende Leitfaden ist dabei mehr als ein Nachschlagewerk: Er ist ein Kompass für alle, die sich auf den Weg machen wollen, mit Ideen die Welt ein Stück besser zu machen. Nutzen Sie ihn. Fragen Sie uns. Und vor allem: Trauen Sie sich.

Prof. Dr. Dr. Castulus Kolo

Präsident Hochschule Macromedia

Marc Irmisch-Petit

CEO Macromedia GmbH



2

Gründungsprozess

Die Gründung eines Start-ups ist ein vielschichtiger Prozess, der nicht nur Mut und Durchhaltevermögen erfordert, sondern auch eine strukturierte Herangehensweise. Um ihre Studierende auf diesem Weg bestmöglich zu unterstützen, bietet die Hochschule Macromedia ein umfassendes und phasenübergreifendes Unterstützungsangebot, das gründungsinteressierte Studierende von der ersten Idee bis zur Wachstumsphase eines jungen Unternehmens begleitet. Dieser eigens entwickelte Leitfaden dient als praxisnaher Ratgeber und lässt sich flexibel in jeder Gründungsphase einsetzen. Er beleuchtet alle wesentlichen Aspekte, die für den erfolgreichen Aufbau eines Start-ups notwendig sind und spannt den Bogen von der ersten Inspiration bis zur Skalierung des Geschäftsmodells.

1. Ideenfindung

In der Anfangsphase stehen die Identifikation innovativer Ansätze, die Analyse von Problemstellungen und die Formulierung erster Lösungsansätze im Mittelpunkt. Die Hochschule Macromedia unterstützt Studierende dabei unter anderem durch kreative Workshop-Einheiten in klassischen Kursen, Ideation-Sessions und Netzwerkformate, die den interdisziplinären Austausch fördern. Das Ziel besteht darin, vage Gedanken in erste greifbare Ideen zu transformieren.

2. Konzeption

Sobald eine Idee gefunden ist, beginnt die Phase der Konkretisierung. In diesem Schritt werden Geschäftsmodelle entwickelt, Marktanalysen durchgeführt und erste Konzepte auf ihre Machbarkeit geprüft. Mithilfe von Methoden wie dem Business Model Canvas erhalten die Studierenden Unterstützung durch Expert:innen sowie Zugang zu Coachings, um ihr Vorhaben systematisch weiterzuentwickeln.

3. Entwicklung

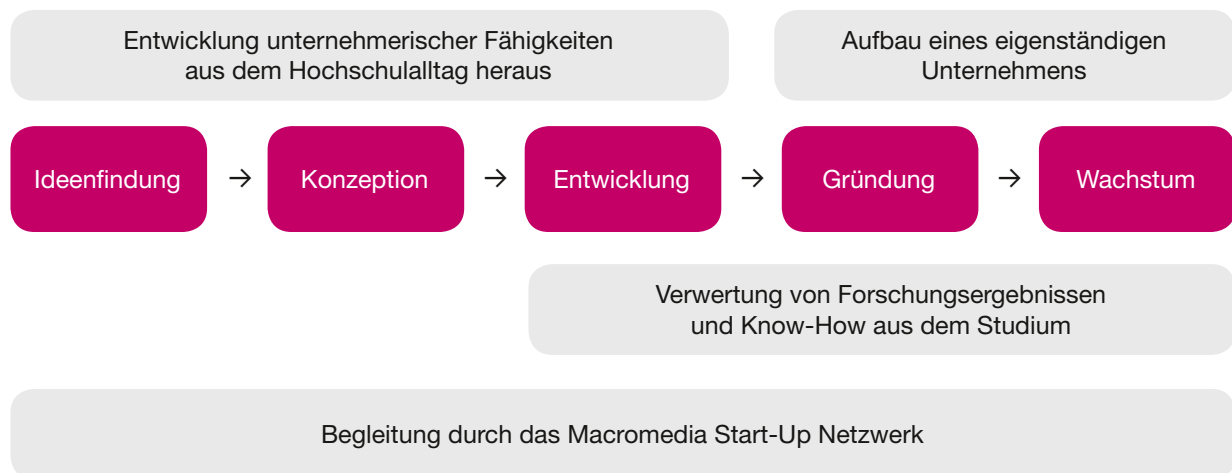
In dieser Phase wird die Theorie zunehmend in die Praxis umgesetzt. Der Fokus liegt auf Prototyping, der ersten Validierung am Markt und der Vorbereitung auf die eigentliche Gründung. Die Hochschule stellt dafür Arbeitsräume, Mentoring und spezielle Förderprogramme zur Verfügung, um die Studierenden bestmöglich zu unterstützen.

4. Gründung

Die tatsächliche Gründung eines Unternehmens markiert einen entscheidenden Meilenstein. In dieser Phase stehen rechtliche Fragestellungen, Finanzierungsoptionen und die formelle Anmeldung im Vordergrund. Studierende werden dabei durch gezielte Workshops, individuelle Beratungsangebote und Förderinstrumente unterstützt. Der Fokus liegt nun auf der praktischen Umsetzung, wobei die Hochschule weiterhin mit ihrem Know-how und einem umfangreichen Netzwerk wertvolle Hilfestellung leistet.

5. Wachstum

Auch nach der Gründung bleibt die Unterstützung bestehen. Dabei richtet sich das Angebot auf eine nachhaltige Etablierung des Unternehmens am Markt. Im Mittelpunkt stehen nun Themen wie Skalierung, Internationalisierung, Teamaufbau und strategische Weiterentwicklung. Die Hochschule unterstützt diesen Prozess durch den Zugang zu Inkubatoren, Netzwerk-Events sowie weiteren Transfer- und Innovationsprogrammen.



Quelle: Eigene Darstellung

Der Leitfaden und das umfassende Unterstützungsangebot der Hochschule Macromedia sind darauf ausgerichtet, Studierende in jeder Phase des Gründungsprozesses gezielt zu begleiten. Das übergeordnete Ziel besteht darin, innovative Ideen in erfolgreiche und zukunftsfähige Unternehmen zu verwandeln. Das folgende Kapitel bietet einen detaillierten Überblick über die einzelnen Angebote und zeigt auf, wie diese im konkreten Verlauf der Gründung optimal genutzt werden können.



**Überblick
behalten**

3

Checklist Gründungsidee

Die folgende Checkliste dient als Orientierungshilfe im Gründungsprozess.

Sie unterstützt dabei, wichtige Schritte im Blick zu behalten, den Überblick zu wahren und mit Selbstbewusstsein den Weg von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung zu gestalten.

☐ **Selbstreflexion und Motivation klären**

→ Überlege dir, warum du gründen willst und welche persönlichen Ziele du damit verfolgst.

☐ **Kompetenzen und Ressourcen einschätzen**

→ Analysiere deine fachlichen Stärken, Erfahrungen sowie vorhandene Mittel und Kontakte.

☐ **Marktinteresse prüfen**

→ Recherchiere, ob es für deine Idee eine reale Nachfrage am Markt gibt.

☐ **Ideenfindung und Brainstorming**

→ Entwickle kreative Ansätze und sammle verschiedene Ideen, bevor du dich festlegst.

☐ **Informieren und lernen**

→ Eigne dir Wissen über Gründung, Markt, rechtliche Rahmenbedingungen und Trends an.

☐ **Netzwerk aufbauen**

→ Knüpfe Kontakte zu anderen Gründer:innen, Mentor:innen und potenziellen Partnern.

☐ **Gründungsteam zusammenstellen**

→ Finde Mitgründer:innen mit passenden Kompetenzen und einer ähnlichen Vision.

☐ **Geschäftsidee validieren**

→ Teste deine Idee frühzeitig mit potenziellen Kundinnen und Kunden, um Feedback zu bekommen.

☐ **Geschäftsmodell entwickeln**

→ Definiere, wie dein Unternehmen konkret Werte schafft, Kunden gewinnt und Einnahmen erzielt.

☐ **Businessplan erstellen**

→ Schreibe ein strukturiertes Dokument, das Idee, Marktanalyse, Strategie und Finanzen darstellt.

☐ **Finanzierungsbedarf und Budget planen**

→ Kalkuliere, wie viel Kapital du brauchst und wie du deine Ausgaben sinnvoll planst.

A hand is shown from the bottom right, holding a LEGO Technic rocket. The rocket is white with a red nose cone and orange boosters. It is launching upwards, creating a large, billowing cloud of white smoke and a bright orange and yellow flame at its base. The background is a solid teal color, peppered with small, glowing orange and yellow particles that look like sparks or dust. The overall scene conveys a sense of excitement and achievement.

**Ready
for liftoff**

Unterstützung in allen Gründungsphasen

Die Hochschule Macromedia bietet Studierenden vielfältige Möglichkeiten, sich frühzeitig mit dem Thema Unternehmertum auseinanderzusetzen. Regelmäßige Informationsveranstaltungen in jedem Bachelor- und Masterstudiengang vermitteln grundlegende Einblicke in die Themen Gründung und Innovation. Zudem enthält mindestens ein Kurs pro Studienprogramm konkrete Bezüge zu Entrepreneurship und fördert unternehmerisches Denken im jeweiligen fachlichen Kontext. Dieses Angebot wird durch praxisorientierte Events ergänzt. Diese Veranstaltungen schaffen Raum für Inspiration, Austausch und die Entwicklung erster eigener Ideen. Ein regelmäßig erscheinender **Newsletter der Macromedia Community** → www.macromedia-community.de informiert darüber hinaus über aktuelle Veranstaltungen, Fördermöglichkeiten und Erfahrungsberichte aus der Gründungsszene.

Der Einstieg in das Start-up-Ökosystem der Hochschule Macromedia erfolgt in der Regel durch die direkte Kontaktaufnahme mit einer Professorin oder einem Professor. Diese kann auch über die E-Mail startup@macromedia.de erfolgen. Eine Kontaktaufnahme ermöglicht den Zugang zu einer ersten Beratung und ist ein erster Schritt zum virtuellen Start-up-Inkubator unserer Hochschule als zentrale Anlaufstelle für gründungsinteressierte Studierende. Von dort aus wird die weitere Unterstützung über ein interdisziplinäres Netzwerk koordiniert. Dazu stehen engagierte Professor:innen verschiedener Fachrichtungen mit ihrer Expertise beratend zur Seite, ebenso wie Alumni, die bereits eigene Gründungserfahrungen gesammelt haben. Eine unverbindliche Erstberatung wird sowohl persönlich an jedem Campus als auch online angeboten, um Studierenden ortsunabhängig und niedrigschwellig Zugang zu Unterstützung zu ermöglichen. Anschließend begleiten und fördern engagierte Lehrende die Studierenden individuell bei der Weiterentwicklung ihrer Geschäftsidee.

Für Studierende mit einer konkreten Gründungsidee bietet die Hochschule zudem spezielle Programme zur Vertiefung und Professionalisierung an. So ermöglicht beispielsweise das **LEXIE-Programm (Learning Expedition for International Entrepreneurs)** eine intensive Auseinandersetzung mit dem eigenen Gründungsvorhaben von der Marktanalyse bis hin zur Ausarbeitung eines tragfähigen Businessplans. Internationale Perspektiven eröffnet **SETA (Start-up Experience Tel Aviv)**, bei dem Studierende die Start-up-Szene in Israel kennenlernen und gleichzeitig ihr Netzwerk auf internationaler Ebene erweitern können.

Darüber hinaus fördert die Hochschule Macromedia die Vernetzung mit lokalen Gründungsnetzwerken wie z.B. in Köln mit dem Gateway Exzellenz Start-up Center. Durch diese Zusammenarbeit erhalten Studierende Zugang zu zusätzlichen Ressourcen, Mentoring-Angeboten und Innovationspartnern innerhalb der regionalen und lokalen Start-up-Landschaft.



Start-up an der Uni



Studieren und Gründen

Ein Start-up zu gründen und gleichzeitig zu studieren ist kein Widerspruch, sondern eine wertvolle Chance. Die Hochschule Macromedia ermutigt Studierende ausdrücklich dazu, ihre unternehmerischen Ideen bereits während des Studiums (weiter) zu entwickeln und umzusetzen. Dabei lässt sich ein Gründungsvorhaben häufig sinnvoll in den Studienalltag integrieren.

Ein effizientes Zeitmanagement spielt dabei eine zentrale Rolle. Gründer:innen sollten frühzeitig Prioritäten setzen und gezielt Zeitfenster im Studium für ihr Projekt nutzen. Viele Module und Formate, wie Praxisprojekte, Wahlfächer, Praktika oder Abschlussarbeiten, können inhaltlich auf das Gründungsthema ausgerichtet werden. Dies schafft einen unmittelbaren Mehrwert, indem Theorie und Praxis miteinander verknüpft werden und das eigene Vorhaben an Tiefe und Struktur gewinnt. Besonders für zeitintensive Abschlussarbeiten (Bachelor- und / oder Masterarbeit) kann die Integration des Gründungsvorhabens eine sinnvolle Option sein.

Zudem lassen sich Inkubator, Start-up-Events, Workshops oder Coachings oft gut mit dem Studium kombinieren, insbesondere wenn diese am Wochenende oder online angeboten werden. So können Studierende flexibel von den Unterstützungsangeboten profitieren und gleichzeitig ihr Studium erfolgreich vorantreiben.

5.1 Gründung mit Freisemester – Raum für unternehmerische Entwicklung

Neben der Möglichkeit, parallel zum Studium ein Start-up zu gründen, bietet die Hochschule Macromedia Studierenden die Option, ein Freisemester zur Unternehmensgründung zu nutzen. Während dieser Zeit können sich Studierende vollständig auf ihr Start-up-Vorhaben konzentrieren – ohne Prüfungs- oder Anwesenheitspflichten, aber weiterhin mit Zugang zur Hochschul-Infrastruktur, wie Räumen, Netzwerken und Beratungsangeboten. Für die Genehmigung eines Freisemesters ist ein Nachweis der Gründungsabsicht erforderlich. Dieser kann auf verschiedene Weise erbracht werden, beispielsweise durch:

- einen aussagekräftigen Businessplan,
- einen bereits entwickelten Prototyp,
- die Zusage eines Gründungsstipendiums,
- die Teilnahme an Start-up-Pitches oder Wettbewerben, oder
- eine Bestätigung durch den Macromedia-Inkubator oder betreuende Professor:innen.

Dieses Modell ermöglicht es Studierenden, ihre unternehmerischen Ziele voranzutreiben, ohne den Anschluss an ihr Studium zu verlieren.

Die Beurlaubung für ein Freisemester muss in der Regel vor Beginn des jeweiligen Semesters beantragt werden – bis zum 1. April für das Sommersemester und bis zum 1. Oktober für das Wintersemester. Das Freisemester bietet Studierenden wertvolle Freiräume, um ihr Gründungsvorhaben strukturiert und fokussiert voranzutreiben – stets mit dem vollen Rückhalt der Hochschule Macromedia.

5.2 Kooperationsmöglichkeiten mit Coding-Studierenden

Die Entwicklung und Umsetzung technischer Ideen erfordert oft fundiertes Know-how im Bereich Coding, das nicht immer im Kernteam eines Start-ups vorhanden ist, jedoch entscheidend für den Erfolg sein kann. An der Hochschule Macromedia besteht die Möglichkeit, gezielt die Zusammenarbeit mit Coding-Studierenden zu suchen. Solche Kooperationen schaffen eine Win-win-Situation:

- Für die Coding-Studierenden: Wertvolle Praxiserfahrungen, Erweiterung der Fähigkeiten in realen Projekten und Aufbau von Kontakten in die Gründerszene.
- Für das Start-up-Team: Essenzielle technische Unterstützung, ohne zusätzliche interne Ressourcen aufbauen zu müssen.

Die Zusammenarbeit kann informell durch direkte Kontaktaufnahme oder über offizielle Hochschulprojekte entstehen, die speziell auf die Verbindung von Gründungsteams und Coding-Talenten ausgerichtet sind. Diese Synergien stärken die Innovationskraft und fördern die Entwicklung erfolgversprechender Technologien.



**Reach
for the
stars**

6

Finanzierung

Die Wahl der passenden Finanzierungsstrategie ist ein essenzieller Bestandteil auf dem Weg zur erfolgreichen Unternehmensgründung. Abhängig von der Gründungsphase, den Zielsetzungen und dem individuellen Risikoempfinden stehen unterschiedliche Finanzierungsoptionen zur Verfügung – von Eigenkapital bis hin zu externen Investor:innen. Im Folgenden wird eine Übersicht der gängigsten Finanzierungswege präsentiert, ergänzt durch praktische Hinweise zu deren Anwendung und Bedeutung in den verschiedenen Phasen der Gründung.

6.1 Bootstrapping / Eigenkapital

Bootstrapping ist eine beliebte Finanzierungsstrategie für Gründer:innen, die ihr Unternehmen eigenständig und ohne fremde Kapitalgeber aufbauen möchten.

Was ist Bootstrapping?

Bootstrapping beschreibt eine Finanzierungsstrategie, bei der die Gründung vollständig aus eigenen Mitteln erfolgt – ohne externe Investoren, Kredite oder Fördergelder. Zu diesen Mitteln gehören Ersparnisse, private Rücklagen oder kleine finanzielle Beiträge aus dem Freundes- und Familienkreis („Family & Friends“).

Wie funktioniert Bootstrapping?

Beim Bootstrapping liegt der Fokus auf einem schlanken und effizienten Start. Gründer:innen achten darauf, Fixkosten so gering wie möglich zu halten, nutzen digitale Tools in kostenlosen oder günstigen Basisversionen und arbeiten oft allein oder in kleinen Teams. Priorisiert werden eine schnelle Umsetzung, erste Marktvalidierung und ein möglichst früher Umsatz.

Für welche Phase eignet sich Bootstrapping?

Bootstrapping ist vor allem in der Frühphase einer Gründung sinnvoll – insbesondere während der Ideenfindung und Entwicklung. In diesen Phasen ist der Kapitalbedarf meist gering, während Flexibilität eine hohe Bedeutung hat.

6.2 Fördermittel

Fördermittel sind eine wichtige finanzielle Unterstützung für Gründer:innen, die innovative Projekte und Unternehmensgründungen durch Zuschüsse von öffentlichen Institutionen ermöglichen.

Was sind Fördermittel?

Fördermittel sind finanzielle Unterstützungen, die von öffentlichen Institutionen wie der EU, dem Bund, den einzelnen Bundesländern oder auch der Kommune des Hochschulstandortes bereitgestellt werden. Sie werden meist in Form von Zuschüssen vergeben, die nicht zurückgezahlt werden müssen. Ihr Ziel ist es, innovative Ideen, Forschungstransfers und junge Unternehmen zu fördern. So soll ein positiver wirtschaftlicher Impuls für die Region bzw. das Land ausgelöst werden. Die Hoffnung ist, dass Start-ups in naher Zukunft Arbeitsplätze schaffen und Unternehmenssteuern zahlen.

Wie nutzt man Fördermittel?

Fördermittel müssen beantragt werden, in der Regel mit einem detaillierten Projektplan, einem Zeitrahmen und einer klaren Darstellung des Finanzierungsbedarfs. Eine sorgfältige Vorbereitung ist entscheidend, da der Antragsprozess oft mit bürokratischem Aufwand verbunden ist. Typische Fördergeber sind das EXIST-Gründerstipendium des Bundeswirtschaftsministeriums oder regionale Wirtschaftsinitiativen.

Für welche Phase eignen sich Fördermittel?

Fördermittel sind besonders in der frühen Entwicklungs- und Gründungsphase geeignet. Sie helfen, Prototypen zu entwickeln oder erste Schritte in den Markt zu finanzieren – insbesondere dann, wenn noch keine Umsätze erzielt werden, aber Ressourcen benötigt werden.

Zu den am häufigsten genutzten Förderprogrammen für Start-ups im Hochschulumfeld zählen das EXIST-Gründungsstipendium, der EXIST-Forschungstransfer sowie regionale Förderungen wie das Gründerstipendium NRW. Diese Programme sind fachbereichsunabhängig und bieten Unterstützung für Gründer:innen in unterschiedlichen Phasen der Unternehmensgründung. Dazu gehören unter anderem monatliche finanzielle Zuschüsse und die Übernahme von Sachkosten. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl weiterer Förderprogramme, die regelmäßig über verschiedene Projektträger wie den VDI / VDE oder den Projektträger Jülich (PtJ) ausgeschrieben werden. Diese Programme zeichnen sich durch hohe Fördersummen aus und bieten eine zusätzliche Möglichkeit, innovative Gründungsvorhaben zu finanzieren.

6.2.1 EXIST-Gründungsstipendium: Starthilfe für innovative Geschäftsideen

Das EXIST-Gründungsstipendium richtet sich an Studierende, Absolvent:innen sowie wissenschaftliche Mitarbeitende von Hochschulen und bietet eine ideale Möglichkeit, innovative und wissensbasierte Geschäftsideen systematisch zur Marktreife zu entwickeln. Über einen Förderzeitraum von bis zu zwölf Monaten können ein bis drei Gründungsmitglieder finanziell unterstützt werden. Dabei liegt die monatliche Förderung zwischen 1.000 und 3.000 Euro pro Person. Zusätzlich werden Sachmittel- und Coachingleistungen im Wert von bis zu 35.000 Euro bereitgestellt.

Voraussetzungen

Gefördert werden technologieorientierte oder wissensbasierte Produkte und Dienstleistungen, die sich durch ein deutliches Alleinstellungsmerkmal auszeichnen und realistische wirtschaftliche Erfolgsaussichten bieten. Voraussetzung für die Antragstellung ist, dass zum Zeitpunkt der Bewerbung noch keine Unternehmensgründung erfolgt ist und keine Umsätze erzielt wurden.

Rahmenbedingungen und Antragstellung

Die Antragstellung für das EXIST-Gründungsstipendium kann jederzeit erfolgen. Sie erfolgt in der Regel über die Hochschule, die auch als betreuende Institution fungiert. Wichtig ist, dass während der Förderphase kein aktives Beschäftigungsverhältnis mit der Hochschule notwendig ist. Zudem unterliegt das Programm nicht den Regelungen des Arbeitnehmererfindungsgesetzes (ArbnErfG). Die Förderung wird als nicht rückzahlbarer Zuschuss gewährt, was Gründer:innen finanzielle Flexibilität und Sicherheit bei der Umsetzung ihrer Geschäftsidee bietet.

Unterstützung an der Hochschule Macromedia

Gründungsinteressierte an der Hochschule Macromedia profitieren von einer umfassenden Unterstützung durch erfahrene Ansprechpartner:innen, die den Antragstellungsprozess begleiten und den Weg zur Förderung erleichtern. Die Unterstützungsleistungen umfassen die Ideenschärfung, bei der Geschäftsideen weiterentwickelt und präzisiert werden, die Erstellung eines überzeugenden Businessplans durch gezielte Beratung und Hilfestellung sowie die Vorbereitung auf die Gutachterrunde durch zielgerichtetes Coaching und individuelles Feedback. Durch diese Angebote wird sichergestellt, dass Studierende und Absolvent:innen optimal vorbereitet in den Förderprozess starten können. Die Chancen auf eine Förderung durch ein EXIST-Gründerstipendium sind in der Regel gut. In der Vergangenheit wurden zwei von drei Anträgen positiv beschieden.

6.2.2 EXIST Woman – Förderung für weibliche Gründerinnen

Mit EXIST Woman unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) gezielt Gründerinnen mit innovativen, technologieorientierten Geschäftsideen. Das Programm ergänzt das EXIST-Gründerstipendium und legt den Fokus auf die Förderung von Frauen in der Start-up-Szene, um die Gründungsaktivitäten von Frauen nachhaltig zu stärken und Sichtbarkeit zu schaffen.

Förderumfang und Laufzeit

- Monatliches Stipendium: 1.000 bis 3.000 Euro, abhängig von Qualifikation und Lebenssituation
- Zusätzlich: Bis zu 30.000 Euro für Sachausgaben und Coaching-Maßnahmen
- Förderzeitraum: bis zu 12 Monate
- Ergänzend: Zugang zu einem deutschlandweiten Netzwerk aus Mentorinnen, Expertinnen und Gründerinnen

Voraussetzungen und Antragstellung

- Voraussetzung: Mindestens eine Gründerin im Team (bei Einzelgründungen die Gründerin selbst)
- Innovative, technologie- oder wissensbasierte Geschäftsidee mit hohem Wachstumspotenzial
- Antragstellung erfolgt über die Hochschule oder Forschungseinrichtung, die die Gründerin betreut
- Erforderlich: Businessplan, Machbarkeitsnachweis sowie eine Betreuungsvereinbarung mit der Hochschule

EXIST Woman bietet Gründerinnen neben finanzieller Absicherung auch intensive Beratung, Mentoring und einen starken Community-Support, um die Chancengleichheit in der deutschen Gründerszene zu verbessern und erfolgreiche Start-ups von Frauen zu fördern.

6.2.3 EXIST-Forschungstransfer: Förderung für forschungsbasierte Hightech-Gründungen

Die EXIST-Forschungstransfer-Förderung richtet sich an herausragende, forschungsbasierte Gründungsvorhaben, die auf technologisch anspruchsvollen und risikoreichen Entwicklungsarbeiten basieren. Das Programm bietet umfassende Unterstützung in den Bereichen technische Umsetzung, Patentsicherung und Unternehmensgründung. Ziel ist es, aus innovativer Forschung ein marktfähiges Produkt und ein tragfähiges Unternehmen zu entwickeln.

Voraussetzungen

Förderphase I (18 Monate):

- Finanzierung von bis zu vier Personalstellen
- Sachmittel bis zu 250.000 Euro
- Fokus: Technische Machbarkeitsstudien, Schutzrechtsstrategie, Gründungsvorbereitung

Förderphase II (weitere 18 Monate):

- Zusätzliche Sachmittel bis zu 180.000 Euro
- Fokus: Produktentwicklung, Markteintritt und Unternehmensfinanzierung

Rahmenbedingungen und Antragstellung

- Die Antragstellung erfolgt über die Hochschule Macromedia.
- Für Phase I ist ein aktives Beschäftigungsverhältnis mit der Hochschule erforderlich.
- Das Arbeitnehmererfindungsgesetz (ArbnErfG) kommt zur Anwendung.
- Die Förderung ist ein nicht rückzahlbarer Zuschuss.
- Sozialabgaben müssen eigenverantwortlich abgeführt werden.
- Einreichungsfristen: jährlich zum 31. März, 31. August und 30. November

Zielgruppe und Inhalte

Der EXIST-Forschungstransfer richtet sich an wissenschaftliche Mitarbeiter:innen und forschungsnahe Gründerteams, die ihre Ideen aus einem akademischen Kontext heraus realisieren möchten. Die Förderung fokussiert sich auf Projekte mit hohem technologischem Innovationsgrad und ausgeprägtem wirtschaftlichem Potenzial.

Unterstützung durch die Hochschule Macromedia

Die Hochschule Macromedia bietet interessierten Teams individuelle Beratung und Begleitung bei der Antragstellung und Projektumsetzung – von der Entwicklung einer Schutzrechtsstrategie bis hin zur Finanzplanung. Auch bei der Kommunikation mit Projektträgern und bei der Auswahl geeigneter Coaches steht die Hochschule unterstützend zur Seite.

Weitere Informationen sind unter exist.de verfügbar.

6.2.4 EU-Förderprogramme: Finanzierung für visionäre Innovationen auf internationaler Ebene

Die Europäische Union stellt ein breites Spektrum an Fördermöglichkeiten für innovative Unternehmen und Gründungsvorhaben zur Verfügung. Besonders bedeutend sind die Programme des European Innovation Council (EIC), die speziell darauf ausgerichtet sind, Start-ups und technologieorientierte Projekte auf dem Weg zur Marktreife zu begleiten. Die zwei zentralen Förderlinien des Europäischen Innovationsrates (EIC) sind der EIC Accelerator und der EIC Pathfinder. Diese Programme fördern bahnbrechende Ideen, die sowohl einen hohen Innovationsgrad als auch ein internationales Marktpotenzial aufweisen.

EIC Accelerator: Für Start-ups mit marktreifen Hightech-Innovationen

Der EIC Accelerator richtet sich an Start-ups und kleine Unternehmen, die bahnbrechende Innovationen zur Marktreife führen wollen.

Rahmenbedingungen und Antragstellung

- Zuschüsse von bis zu 2,5 Millionen Euro
- Förderquote: bis zu 70 % der förderfähigen Ausgaben
- Optionale Beteiligung durch den EIC Fund in Form von Beteiligungskapital bis zu 15 Millionen Euro („Blended Finance“-Option)

Der Bewerbungsprozess ist dreistufig aufgebaut:

- Kurzantrag (laufende Einreichung möglich)
- Vollantrag (nach positiver Bewertung)
- Pitch-Präsentation vor einer Expert:innenjury

Der EIC Accelerator eignet sich besonders für Start-ups mit skalierbaren Geschäftsmodellen und internationalem Wachstumspotenzial.

EIC Pathfinder: Für radikale technologische Visionen im Frühstadium

Der EIC Pathfinder richtet sich an Projekte, die sich mit zukunftsweisenden Schlüsseltechnologien im frühen Forschungsstadium befassen. Ziel ist die technologische Validierung disruptiver Ansätze, oft noch vor der Gründung eines Unternehmens.

Rahmenbedingungen und Antragstellung

- Fördersummen von bis zu 4 Millionen Euro pro Projekt
- Bewerben können sich Einzelpersonen oder Konsortien (mindestens drei Partner aus drei verschiedenen Ländern)
- Förderung erfolgt entweder thematisch offen (EIC Pathfinder Open) oder im Rahmen spezifischer Technologie-Challenges (EIC Pathfinder Challenges)

Antragsfristen:

- EIC Pathfinder Open: Frühjahr jeden Jahres
- EIC Pathfinder Challenges: Herbst jeden Jahres

Voraussetzung für die Antragstellung ist eine ausführliche Beschreibung der Technologieidee sowie ein detaillierter Finanzierungsplan.

Unterstützung an der Hochschule Macromedia

Studierende, Forschende und Alumni der Hochschule Macromedia, die sich für europäische Innovationsförderung interessieren, werden bei der Auswahl geeigneter Programme, der Antragstellung und der Projektkonzeption umfassend beraten und begleitet. Besonders bei komplexen EU-Anträgen bietet die Hochschule eine gezielte Vernetzung mit Expert:innen sowie Unterstützung bei der Formulierung überzeugender Förderanträge.

Weitere Informationen sind unter eic.ec.europa.eu verfügbar.

6.2.5 Regionale Förderprogramme

Start-up- und Gründungsförderung in Brandenburg

Zentrale Förderinstrumente und Anlaufstellen:

Sechs Start-up-Zentren (u. a. in Potsdam, Cottbus, Wildau):

Bis 2028 werden mehr als 17 Mio. Euro in Infrastruktur, Coaching, technische Ausstattung, Büroräume und Labore investiert. Start-ups erhalten intensive Betreuung, Zugang zu Netzwerken, Schulungen und Unterstützung bei Finanzierung, Internationalisierung und Kundenakquise. Die Aufnahme erfolgt in „Start-up-Kohorten“ für 6–12 Monate.

Förderprogramme der Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB):

- Gründung innovativ: Zuschüsse von bis zu 100.000 Euro (maximal 50 % der förderbaren Ausgaben) für Investitionen, Personal und technische Leistungen in den ersten drei Jahren nach Gründung.
- Frühphasenfinanzierung: Offene Beteiligung und Nachrangdarlehen für Start-ups.

Weitere Infos unter

https://mwaek.brandenburg.de/de/sechs-start-up-zentren-in-brandenburg-machen-junge-unternehmen-fit-für-den-weltmarkt/brandenburg_06.c.865716.de

Gründerstipendium NRW: Einstiegshilfe für junge Start-ups in Nordrhein-Westfalen

Mit dem Gründerstipendium NRW unterstützt das Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen Menschen mit innovativen Geschäftsideen auf dem Weg in die Selbstständigkeit. Das Programm richtet sich an Gründer:innen in der frühen Phase ihrer Unternehmung, unabhängig davon, ob sie sich noch in der Vorgründungsphase befinden oder bereits gegründet haben.

Förderumfang und Laufzeit

- Monatliches Stipendium von 1.200 Euro pro Person
- Förderzeitraum: bis zu 12 Monate
- Förderfähig: ein bis drei Personen pro Gründungsteam
- Zusätzlich: Individuelles Coaching durch akkreditierte Netzwerke

Voraussetzungen und Antragstellung

- Bewerbung jederzeit möglich
- Der Antrag kann vor oder bis zu 12 Monate nach der Gründung gestellt werden

- Die Antragstellung erfolgt nicht über die Hochschule, sondern über eines der akkreditierten Gründungsnetzwerke in NRW

Bestandteil der Bewerbung ist ein kurzes Konzeptpapier zur Geschäftsidee sowie ein persönliches Auswahlgespräch im Netzwerk.

Das Gründerstipendium NRW bietet nicht nur finanzielle Sicherheit, sondern auch Zugang zu einem unternehmerischen Netzwerk, Mentoring und strukturierter Feedbackbegleitung – ideale Rahmenbedingungen für einen erfolgreichen Start in die Selbstständigkeit.

Weitere Informationen sind unter www.gruenderstipendium.nrw verfügbar.

Start-up BW Pre-Seed

Mit Start-up BW Pre-Seed unterstützt das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg technologieorientierte und innovative Startups in einer frühen Gründungsphase, in der sie oft noch keine anderen Finanzierungsmöglichkeiten erhalten. Das Programm wird in Kooperation mit akkreditierten Partnern durchgeführt.

Förderumfang und Laufzeit

- Frühphasenkapital bis zu 200.000 Euro (bestehend aus 80 % Landesmitteln und 20 % Partneranteil)
- Förderzeitraum: bis zu 18 Monate
- Förderfähig: technologieorientierte oder wissensbasierte Startups

Voraussetzungen und Antragstellung

- Voraussetzung: innovative Geschäftsidee mit Skalierungspotenzial
- Antragstellung über einen akkreditierten Partner (z. B. Inkubatoren, Acceleratoren oder Wirtschaftsfördergesellschaften)
- Persönliche Vorstellung des Konzepts und Due-Diligence-Prüfung

Start-up BW Pre-Seed bietet jungen Unternehmen eine entscheidende Finanzierungsgrundlage und Zugang zu einem erfahrenen Partnernetzwerk in der Region.

Weitere Informationen sind unter www.startupbw.de verfügbar.

Flügge – Förderprogramm für junge Unternehmen (Bayern)

Das Förderprogramm „Flügge“ (Förderung des leichteren Übergangs in eine Gründerexistenz) wird vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie angeboten. Es richtet sich an Hochschulabsolventen und wissenschaftliches Personal mit innovativen Geschäftsideen.

Förderumfang und Laufzeit

- Monatliche Förderung: bis zu 2.500 Euro
- Zusätzlich: bis zu 25.000 Euro für Sachmittel und Coachings
- Förderzeitraum: bis zu 12 Monate

Voraussetzungen und Antragstellung

- Voraussetzung: Bezug zur Forschung oder Hochschule

- Antragstellung über die betreuende Hochschule
- Erforderlich: Innovationsnachweis und detaillierter Projektplan

Flügge bietet eine ideale Starthilfe für technologieorientierte Ausgründungen aus bayerischen Hochschulen.

Weitere Informationen sind unter www.bayern-innovativ.de verfügbar.

Hamburg Innovation Starter Fonds

Der Hamburg Innovation Starter Fonds wird von der IFB Innovationsstarter GmbH, einer Tochtergesellschaft der Hamburgischen Investitions- und Förderbank (IFB), angeboten. Das Programm richtet sich an innovative Startups aus Hamburg, die sich in der Frühphase ihrer Entwicklung befinden.

Förderumfang und Laufzeit

- Frühphasenkapital: bis zu 1 Million Euro als stille Beteiligung oder offenes Investment
- Förderfähig: technologieorientierte oder innovative Startups mit Sitz in Hamburg
- Laufzeit: keine feste Begrenzung; abhängig von den Entwicklungszielen

Voraussetzungen und Antragstellung

- Voraussetzung: Sitz oder wesentliche operative Tätigkeit in Hamburg
- Antragstellung erfolgt direkt bei der IFB Innovationsstarter GmbH
- Erforderlich: detaillierter Businessplan und Innovationsnachweis

Der Hamburg Innovation Starter Fonds bietet nicht nur Kapital, sondern auch Zugang zu einem Netzwerk aus Investoren und Mentoren, um den Startups in der Hansestadt entscheidende Wachstumsimpulse zu geben.

Weitere Informationen sind unter innovationsstarter.com verfügbar.

InnoStartBonus (Sachsen)

Mit dem InnoStartBonus unterstützt der Freistaat Sachsen Gründer:innen mit innovativen Geschäftsideen in der Vorgründungs- und frühen Gründungsphase. Das Programm wird von der Sächsischen Aufbaubank (SAB) durchgeführt und soll die finanzielle Grundlage für einen erfolgreichen Start schaffen.

Förderumfang und Laufzeit

- Monatliches Stipendium: 1.000 Euro pro Person
- Zusätzlich: 100 Euro pro Kind für Eltern in Gründung
- Förderzeitraum: bis zu 12 Monate
- Ergänzend: kostenfreies Coaching und Netzwerkzugang

Voraussetzungen und Antragstellung

- Voraussetzung: innovative Geschäftsidee mit klarem Alleinstellungsmerkmal
- Teilnahme an einem Auswahlverfahren (inkl. Pitch und Businessplanbewertung)
- Antragstellung bei der Sächsischen Aufbaubank (SAB)

Der InnoStartBonus kombiniert finanzielle Unterstützung mit professioneller Begleitung und

schafft so ideale Voraussetzungen, um innovative Projekte in Sachsen nachhaltig auf den Weg zu bringen. Weitere Informationen sind unter sab.sachsen.de/innostartbonus verfügbar.

Berliner Startup Stipendium (BSS)

Das Berliner Startup Stipendium unterstützt innovative, technologieorientierte Gründungsteams in der frühen Phase ihrer Unternehmensentwicklung. Ziel ist es, die Entwicklung marktfähiger Produkte und Dienstleistungen zu fördern und die Gründung erfolgreicher Startups in Berlin zu unterstützen.

Förderumfang und Laufzeit

- Monatliches Stipendium von bis zu 2.200 Euro pro Person (brutto)
- Förderzeitraum: 6 bis 12 Monate, je nach Projektfortschritt und Bedarf
- Förderfähig: Teams von 2 bis 4 Personen
- Zusätzlich: Zugang zu Co-Working-Spaces, Laboren, Prototypen-Werkstätten und technischer Infrastruktur
- Individuelles Coaching, Mentoring durch Expert:innen aus Wissenschaft und Wirtschaft sowie Teilnahme an Workshops und Netzwerkveranstaltungen

Voraussetzungen und Antragstellung

- Innovative, technologie- oder wissensbasierte Geschäftsidee mit hohem Marktpotenzial
- Wohnsitz in Berlin und Gründungsabsicht in Berlin
- Antragstellung über einen der beteiligten Projektträger, z. B. Hochschulen oder Inkubatoren
- Erforderlich: aussagekräftiger Businessplan, Pitch-Deck und Teilnahme an einem Auswahlverfahren

Das Berliner Startup Stipendium bietet nicht nur finanzielle Unterstützung, sondern auch umfassende Begleitung durch erfahrene Mentor:innen und Zugang zu einem starken Netzwerk in der Berliner Startup-Szene.

Weitere Informationen sind unter www.startup-incubator.berlin/stipendium verfügbar.

6.3 Awards und Wettbewerbe

Wettbewerbe und Awards bieten nicht nur die Chance auf Preisgelder, sondern auch wertvolle Sichtbarkeit, Zugang zu Netzwerken, Feedback von Expert:innen und Medienpräsenz. Sie können als Türöffner für weitere Fördermöglichkeiten oder Investitionen dienen. Ein Beispiel ist der **Macromedia Start-up Contest**, ein hochschulinterner Wettbewerb, der innovative Gründungsideen auszeichnet. Neben finanzieller Unterstützung profitieren Teilnehmende von Mentoring, Coaching und Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus gibt es zahlreiche regionale und bundesweite Wettbewerbe, wie den **Gründerpreis NRW**, **den KfW Award Gründen** oder den **StartGreen Award für nachhaltige Gründungen**. Auch viele Städte und Landkreise schreiben eigene Innovationspreise aus. Wettbewerbe eignen sich besonders für die Entwicklungs- und Gründungsphase, wenn ein Konzept oder Prototyp vorliegt, das öffentlich präsentiert werden kann.

Drei Tipps, um Gründerwettbewerbe zu gewinnen:

#1 Nur an passenden Wettbewerben teilnehmen!

Gründer:innen sollten ihre Unterlagen nicht unüberlegt bei einer Vielzahl von Wettbewerben einreichen, da ‚viel‘ nicht immer ‚viel hilft‘. Stattdessen ist es entscheidend, vorab sorgfältig zu prüfen, ob der Wettbewerb zur eigenen Gründungsidee passt und welche Unterlagen tatsächlich (!) verlangt werden. Ein Food-Start-up, das an einem technologieorientierten Wettbewerb teilnimmt, riskiert Misserfolge, da die Anforderungen und Zielsetzungen nicht übereinstimmen. Ebenso verärgert ein ausführlicher Businessplan die Veranstalter, wenn lediglich ein One-Pager gefordert wird. Eine gezielte und gut vorbereitete Teilnahme erhöht die Chancen auf Erfolg deutlich.

#2 Klein anfangen, groß aufhören!

Von den über 180 nationalen und internationalen Gründerwettbewerben reicht die Bandbreite von kleineren Formaten mit überschaubarer Konkurrenz bis hin zu großen Wettbewerben mit starker Konkurrenz. Für Anfänger:innen empfiehlt es sich, zunächst an lokalen oder hochschuleigenen Wettbewerben teilzunehmen, um erste Erfahrungen zu sammeln und ihre Idee unter realen Bedingungen zu präsentieren. Auf diese Weise können sie sich schrittweise auf größere und anspruchsvollere Wettbewerbe vorbereiten.

#3 Qualität statt Quantität!

Die Gutachter:innen von Gründerwettbewerben haben selten die Zeit, einen umfangreichen, hundertseitigen Businessplan im Detail zu prüfen. Gründer:innen, die ihre Geschäftsidee, ihre Innovation oder ihren einzigartigen Verkaufsvorteil (USP) kurz und prägnant präsentieren, verschaffen sich dadurch einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Folgende Auswahlkriterien haben sich als nützlich erwiesen:

- die Unternehmensphase
- die Region
- die Branche
- etwaige Sonderpreise

Eine praktische Empfehlung für Gründer:innen ist, eine Liste von Wettbewerben zu erstellen, die gut zum eigenen Profil passen. So könnte sich ein Biotechnik-Start-up aus München beispielsweise beim Münchner Businessplan-Wettbewerb, dem KfW Award Gründen, Science4Life oder dem Bio-Gründer-Wettbewerb bewerben.

Ein Bonus-Tipp: Es lohnt sich, die Preisträgerinnen und Preisträger der Vorjahre anzuschauen. Dies kann helfen, ein besseres Verständnis der Anforderungen zu gewinnen und die Passgenauigkeit der Bewerbung noch weiter zu erhöhen.

6.4 Fremdkapital

Zusätzlich zu klassischen Fördermitteln können Gründer:innen auf sogenannte Fremdkapitalinstrumente zurückgreifen. Diese umfassen finanzielle Mittel, die mit Rückzahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten verbunden sind, wie beispielsweise Darlehen oder Wandeldarlehen. Im Gegensatz zu Eigenkapital beeinflusst Fremdkapital in der Regel nicht die gesellschaftsrechtliche Beteiligung an einem Unternehmen. Eine Ausnahme bilden Wandeldarlehen, die unter bestimmten vertraglich geregelten Bedingungen in Gesellschaftsanteile umgewandelt werden können und dadurch eigenkapitalähnliche Instrumente darstellen.

Darlehen können von verschiedenen Akteuren bereitgestellt werden, darunter private Geldgeber wie Familie und Freunde („Family and Friends“), institutionelle Kreditgeber wie Banken oder öffentliche Einrichtungen. Ein Beispiel ist die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), die Gründer:innen insbesondere bei digitalen Transformationsvorhaben unterstützt. Um die Kreditvergabe zu erleichtern, können notwendige Bürgschaften durch öffentliche Stellen, wie etwa die Bürgschaftsbank NRW, abgesichert werden. Dies verschafft Gründungsvorhaben zusätzliche finanzielle Spielräume und erhöht ihre Realisierungschancen.

Ein Beispiel für eine Fördermöglichkeit ist der High-Tech Gründerfonds (HTGF).

Fördersumme: Variable Beteiligungsbeträge

Webseite: www.htgf.de

Der High-Tech Gründerfonds richtet sich an technologieorientierte Start-ups sowie kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), die nicht älter als ein Jahr sind und ihren Sitz in Deutschland haben. Die Zielgruppe umfasst insbesondere Gründungsvorhaben mit einem klaren Fokus auf Forschung und Entwicklung.

Durch die Bereitstellung von Beteiligungskapital unterstützt der HTGF zentrale Schritte auf dem Weg zur Marktreife, wie die Entwicklung erster Prototypen oder die Durchführung von Machbarkeitsstudien. Dies bietet technologieorientierten Gründer:innen eine solide Basis für den erfolgreichen Markteintritt.

6.4.1 Business Angels

Was ist das?

Business Angels sind erfahrene Unternehmer:innen oder Investor:innen, die ihr eigenes Kapital in Start-ups investieren. Häufig verbinden sie diese finanzielle Unterstützung mit Mentoring, ihrem Fachwissen und ihrem Netzwerk, um die Gründungsvorhaben aktiv zu fördern.

Wie geht man damit um?

Ein überzeugender Pitch oder ein fundierter Businessplan ist Grundvoraussetzung, um Business Angels zu gewinnen. Diese investieren nicht ausschließlich aus Renditegründen, sondern vor allem, weil sie von der Idee überzeugt sind und aktiv mitwirken möchten. Daher spielen der persönliche Kontakt sowie die Überzeugungskraft der Gründer:innen eine zentrale Rolle.

Für welche Phase?

Business Angels engagieren sich typischerweise in der frühen Gründungs- oder Seed-Phase. Diese Phase ist gekennzeichnet durch erste Markterfahrungen und den Bedarf an zusätzlichem Kapital, um weiteres Wachstum oder den Markteintritt zu finanzieren.

6.4.2 Venture Capital (VC)

Was ist das?

Venture Capital (Risikokapital) wird von professionellen Investmentfonds bereitgestellt, die gezielt in wachstumsstarke Start-ups investieren, häufig in Millionenhöhe. Im Gegenzug erhalten diese Fonds Anteile am Unternehmen und werden dadurch zu Miteigentümern.

Wie geht man damit um?

Venture-Capital-Geber erwarten einen klar skalierbaren Business Case, ein starkes Gründer:innen-Team und ein überzeugendes Marktpotenzial. Der erste Kontakt erfolgt oft über Pitch-Decks, Investoren-Events oder persönliche Netzwerke. Der gesamte Prozess ist formell und komplex, einschließlich Due-Diligence-Prüfungen und der Verhandlung von Beteiligungsverträgen. Eine gründliche Vorbereitung und professionelle Kommunikation sind essenziell.

Für welche Phase?

Venture Capital ist typisch für die Wachstumsphase eines Unternehmens. Dies ist der Zeitpunkt, an dem ein Produkt bereits am Markt etabliert ist, erste Umsätze generiert wurden und nun größere Investitionen in Bereiche wie Vertrieb, Internationalisierung oder den Ausbau der Technologie erforderlich sind.

6.4.3 Fundraising

Was ist das?

Fundraising bezeichnet den gezielten Prozess der Mittelbeschaffung, meist durch Spenden, Zuschüsse oder Fördergelder, um Projekte, Organisationen oder soziale Initiativen zu finanzieren. Dabei werden private Personen, Stiftungen, Unternehmen oder öffentliche Institutionen als Unterstützer:innen angesprochen.

Wie geht man damit um?

Erfolgreiches Fundraising erfordert eine klare Darstellung der Mission, ein überzeugendes Kommunikationskonzept und den Aufbau nachhaltiger Beziehungen zu potenziellen Förderern. Häufig kommen Mittelaufrufe, Kampagnen, Veranstaltungen oder persönliche Gespräche zum Einsatz. Transparenz, regelmäßige Berichterstattung und ein professionelles Auftreten sind entscheidend, um Vertrauen und langfristige Unterstützung zu sichern.

Für welche Phase?

Fundraising ist besonders relevant für Non-Profit-Organisationen, soziale Start-ups (Social Entrepreneurship) oder Projekte in der frühen und laufenden Phase, die auf finanzielle Unterstützung angewiesen sind, um ihre Aktivitäten zu starten, aufrechtzuerhalten oder auszubauen.



Starthilfe



Förderprogramme der Hochschule

Die Hochschule ist mehr als ein Ort des Lernens – sie ist ein lebendiger Raum für Kreativität, Austausch und Innovation. Ideen entstehen an den unterschiedlichsten Orten und in vielfältigen Kontexten: im Rahmen von Forschungsprojekten, während der Arbeit an Abschlussarbeiten oder in Seminaren – aber ebenso spontan beim Gespräch in der Cafeteria.

Damit aus einer ersten Idee ein tragfähiges Gründungsvorhaben werden kann, bedarf es nicht nur Mut und Motivation, sondern auch passender Unterstützung. Genau hier setzen die Förderangebote der Hochschule Macromedia an: Sie bieten Studierenden, Forschenden und Hochschulangehörigen zahlreiche Formate, um Ideen zu entwickeln, zu konkretisieren und in Richtung Geschäftsmodell weiterzudenken.

Zu den regelmäßig stattfindenden Programmen gehören unter anderem die Angebote des Fördervereins Macromedia Community e.V. → www.macromedia-community.de

LEXIE – Learning Expedition for International Entrepreneurs

Standorte: Paris / München

Phase: Ideenfindung und Konzeption (Fokus: Businessplan)

Diese internationale Lernreise richtet sich an gründungsinteressierte Studierende in einer frühen Phase einer Gründung. Ziel ist es, die eigene Geschäftsidee mit internationaler Perspektive systematisch zu erarbeiten – mit besonderem Fokus auf die Entwicklung eines fundierten Businessplans.

Start-up Experience Tel Aviv

Standort: Tel Aviv

Phase: Konzeption und Weiterentwicklung (Fokus: interkulturelle Perspektiven)

Diese Reise ermöglicht intensive Einblicke in eines der innovativsten Start-up-Ökosysteme weltweit. Neben der Weiterentwicklung der eigenen Idee stehen hier kultureller Austausch, internationale Inspiration und der Blick über den Tellerrand im Mittelpunkt.

Macromedia Start-up Community-Sessions

Format: Online, mehrmals im Jahr

Phase: offen für alle Projektphasen (Fokus: Austausch & Netzwerk)

In lockerer Atmosphäre treffen sich Gründungsinteressierte, Start-ups und Expert:innen, um sich zu vernetzen, Feedback zu erhalten und voneinander zu lernen. Die Community-Sessions bieten Raum für neue Impulse und den Aufbau eines tragfähigen Netzwerks.

Start-up Workshops

Format: München / weitere Standorte

Phase: Ideenfindung (Fokus: “How to Gründen”)

An einem intensiven Samstag tauchen Gründungsinteressierte tief in die Welt des Entrepreneurship ein. In kompakten, smarten Workshops werden alle wichtigen Grundlagen des Gründens verständlich und praxisnah vermittelt – vom ersten Impuls über den Gründungsprozess bis hin zu den entscheidenden Schritten für den Start. Die Workshops bieten nicht nur fundiertes Wissen, sondern auch Raum für offene Fragen und Austausch. Sie sind der perfekte erste Anlaufpunkt für alle, die Orientierung suchen und mutig den Weg in die Selbstständigkeit gehen möchten.

Veranstaltungen an den Standorten

Zudem gibt es viele verschiedene Veranstaltungen an den jeweiligen Standorten der Hochschule. Beispielsweise das “Digital Pioneer Network Goes Macromedia” in Berlin oder “Start It UP!” in Leipzig. Informationen dazu erhalten Sie über den **Newsletter** des Fördervereins Macromedia Community e.V. www.macromedia-community.de.



**500
Partners**

Netzwerk und Inkubator

Netzwerk

Das Gründungsnetzwerk der Hochschule Macromedia weist starke Verbindungen zu Unternehmen, Investoren und Alumni über die Kanäle des Virtual Start-up Incubators auf, da ein Inkubator nur so gut ist wie seine Einbindung in ein größeres Netzwerk. Der Macromedia Start-up-Incubator ist sowohl durch die Institution der Hochschule als auch durch die beteiligten Teammitglieder intensiv in die Realwirtschaft eingebunden. Dadurch können zahlreiche Unternehmenskontakte aktiviert und gezielt genutzt werden.

Die Hochschule verfügt über etwa 500 Partnerunternehmen, was auch für die zielgruppengerechte Suche nach Investoren von Bedeutung ist. Besonders wichtig ist jedoch die Alumni-Community der Macromedia für Gründer:innen. Diese bietet, unterstützt durch den Career Service, nicht nur Erfahrungsaustausch und fachlichen Rat, sondern ermöglicht auch, schnell Mitarbeitende oder potenzielle Mitgründerinnen und Mitgründer zu finden. Das Alumni-Netzwerk der Hochschule umfasst mittlerweile über 15.000 Absolvent:innen. Zudem bietet das Netzwerk die Möglichkeit, durch den Abgleich mit ähnlichen Gründungsvorhaben, eine Einstiegsmöglichkeit in bereits bestehende Projekte zu finden.

Zu den erfolgreichen Alumni, die dank der Expertise der Hochschule Macromedia den Schritt in die Start-up-Welt erfolgreich gemeistert haben, zählen unter anderem Alicia Faridi und Maximiliane Kugler (Gründerinnen von fabel), Robin Sho Moser (Gründer eyecandylab), Tim Kohlen (Gründer von Roamlike), Gülay Ulas (Co-Gründerin von Gobanyo), Alexander Müller (Gründer von CITYFRAMES), Pasquale Marino (Gründer Mae.Community), Michailidis Athanasios (Geschäftsführender Gründer von Cryhard Clothing GbR und der Medienagentur Farbstufen), Fabio Buccheri (Gründer von NOYS – VR MUSIC), Rebecca Göckel (Geschäftsführerin von NOMOO Eis / NRDS GmbH), Sarah Hillemann (Geschäftsführende Gründerin von Sister's Closet) und Anika Gruner (Co-Gründerin von Neuraforge).

Virtual Start-up Incubator

Um eine kompetente und bundesweite Beratung zu gewährleisten, wurde der Macromedia Virtual Start-up Incubator ins Leben gerufen. Dank der breiten Expertise der beteiligten Professor:innen sowie des einfachen Zugangs zu diesen, bietet das Gründungsnetzwerk einen idealen Raum für Start-up-Ideen in jeder Entwicklungsphase.

Bereits in frühen Phasen können die praktische und theoretische Einschätzung der Expert:innen den gründungsinteressierten Studierenden eine richtungsweisende Beurteilung ihrer Gründungsidee liefern – standortübergreifend und bundesweit. Durch diesen Ansatz stellt das Gründungsnetzwerk sicher, dass allen Studierenden die bestmögliche Expertise zur Verfügung steht.

Partnerschaften

Die Hochschule Macromedia arbeitet mit verschiedenen Gründungs- und Alumni-Netzwerken zusammen, darunter:

TUM Venture Labs: app.tum-venture-labs.de

Start Berlin www.start-berlin.com

Start Munich: www.startmunich.de

Start Stuttgart: www.startstuttgart.org

Start Hamburg: start-hamburg.com

Media Lab Bayern: www.media-lab.de



Our
support



Hochschul-Infrastruktur

Die Hochschule Macromedia sieht sich als Förderin unternehmerischer Innovationen und stellt gründungsinteressierten Studierenden, Wissenschaftler:innen und Alumni eine Vielzahl an Unterstützungsangeboten zur Verfügung – insbesondere dann, wenn aus einer akademischen Idee ein tragfähiges Geschäftsmodell entwickelt werden soll. Ein zentrales Element dieses Angebots ist der Zugang zur hochschulischen Infrastruktur.

Strukturierter Zugang zur Infrastruktur

Im Rahmen von Ausgründungsvorhaben kann unter bestimmten Voraussetzungen auf die Infrastruktur der Hochschule Macromedia zurückgegriffen werden. Dazu zählen beispielsweise Räume, IT-Ressourcen sowie ausgewählte Geräte und Arbeitsumgebungen, die zur Entwicklung, Erprobung und Validierung innovativer Produkte und Dienstleistungen genutzt werden können. Die Voraussetzung für die Nutzung ist ein formal bewilligter Antrag. Der Zugang wird stets im Einklang mit den geltenden hochschul- und förderrechtlichen Vorgaben gewährt.

Ob und in welchem Umfang eine Nutzung möglich ist, hängt insbesondere davon ab, ob das Vorhaben im Kontext eines staatlich geförderten Programms – wie etwa EXIST – realisiert wird und ob bereits eine formelle Unternehmensgründung erfolgt ist. Die Bereitstellung der Infrastruktur ist nicht automatisch kostenfrei, sondern orientiert sich an den Rahmenbedingungen des jeweiligen Projekts sowie den damit verbundenen rechtlichen und finanziellen Auflagen. Nach einer erfolgten Gründung können gegebenenfalls marktübliche Nutzungsentgelte anfallen.

Zusammenarbeit und Unterstützung

Vorausgesetzt es liegt eine relevante und vielversprechende Geschäftsidee vor, unterstützt die Hochschule Macromedia Gründungsteams aktiv bei der gezielten Vernetzung mit internen und externen Stakeholdern. Dazu zählen Professor:innen, Forschungsgruppen, Industriepartner und Förderinstitutionen. Darüber hinaus haben Gründer:innen bei Bedarf Zugang zu individuellen Beratungsangeboten, Mentoring-Formaten und Coaching-Programmen, die sie bei zentralen Fragen wie Geschäftsmodellentwicklung, Finanzierung oder Skalierung kompetent begleiten.

Nutzung als Geschäftsanschrift

Die Nutzung der Ressourcen der Hochschule Macromedia ist ausschließlich auf projektbezogene Entwicklungszwecke beschränkt. Die Hochschule darf weder dauerhaft noch vorübergehend als Geschäftsanschrift oder rechtlicher Firmensitz verwendet werden. Diese Regelung gilt unabhängig vom Status des Unternehmens oder einer möglichen staatlichen Förderung.

Beratung und Koordination

Die Koordination aller Anfragen zur Nutzung der Infrastruktur sowie die Betreuung von Gründungsvorhaben erfolgen über die zuständigen Stellen innerhalb der Hochschule, insbesondere durch das Team des Macromedia Virtual Start-up Incubator. Dieses prüft und bearbeitet nicht nur die eingehenden Anträge, sondern bietet auch Beratungsleistungen zu Förderprogrammen, rechtlichen Rahmenbedingungen und strategischer Planung an.

Hinweis für Gründer:innen

Eine frühzeitige Kontaktaufnahme mit dem Macromedia Virtual Start-up Incubator wird ausdrücklich empfohlen. Dadurch kann sichergestellt werden, dass die Nutzung der Infrastruktur und die Entwicklung des Gründungsvorhabens im Einklang mit den Regularien der Hochschule sowie den externen Förderrichtlinien erfolgen.

Übertragung von angeschafften Gegenständen

Die Übertragung von aus staatlichen Fördermitteln angeschafften Gegenständen an das Unternehmen ist grundsätzlich möglich, jedoch abhängig von den jeweiligen Förderbedingungen.

EXIST-Gründungsstipendium

Nach Abschluss der Förderung kann für die aus den Mitteln der jeweiligen Gründerförderung angeschafften Geräte eine unentgeltliche Abgabe oder kostenlose Nutzungsüberlassung an das gegründete Unternehmen erfolgen. Voraussetzung hierfür ist die Vorlage einer De-minimis-Erklärung durch das Gründungsteam.



ArbnErfg
???
IP!



Intellectual Property

Geistiges Eigentum (engl. „Intellectual Property“, IP) beschreibt die Regeln, die für die Erteilung der Nutzungsrechte an geistigem Eigentum erforderlich sind. Als Arbeitgeberin ihrer Beschäftigten ist die Hochschule Macromedia in der Regel auch Eigentümerin der im Beschäftigungsverhältnis entstandenen Arbeitsergebnisse. Dies ist im Gesetz über Arbeitnehmererfindungen (ArbnErfG von 2002) sowie im Urheberrechtsgesetz festgelegt. Wissenschaftler:innen, Mitarbeiter:innen oder Studierende, die planen, bei ihrer Gründung IP der Hochschule Macromedia zu nutzen, sollten sich frühzeitig mit der zuständigen Abteilung in Verbindung setzen.

Geistiges Eigentum bezieht sich auf geistige Schöpfungen wie Erfindungen, literarische und künstlerische Werke, Software und Datenbanken sowie Designs, Symbole, Namen und Bilder, wie sie im Handel verwendet werden. In diesem Zusammenhang umfasst der Begriff auch nicht patentierbare Materialien und vertrauliches Know-how. Zu den gewerblichen Schutzrechten zählen Patente und Gebrauchsmuster, die technische Erfindungen schützen, sowie das Sortenschutzrecht, das Pflanzenzüchtungen schützt. Marken und Designs dienen der Identifikation und Kennzeichnung der Herkunft eines Produktes durch spezifische Form- und Farbgestaltungen. Sie prägen die ästhetischen äußeren Gestaltungsformen eines Erzeugnisses und weisen eine charakteristische Eigenart auf.

Urheberrechtlich geschützt sind Texte, Softwarecodes, Layouts oder Bilder, die durch geistige Schöpfung entstanden sind. Die Rechte des/der Urheber:in sind im Urhebergesetz (UrhG) geregelt. Handelt es sich um eine Schöpfung im Rahmen eines dienstlichen Auftrags, liegt das alleinige Verwertungsrecht beim Arbeitgeber. Eine amtliche Eintragung, wie sie bei gewerblichen Schutzrechten üblich ist, erfolgt nicht. Der Urheberrechtsanspruch entsteht automatisch durch die Schöpfung und schützt im Wesentlichen vor unberechtigter Kopie oder Veröffentlichung von geschützten wissenschaftlichen Texten und anderen geistigen Schöpfungen wie Quellcodes von Computer-Software. Auch Know-how und Forschungsmaterialien, die nicht durch gewerbliche Schutzrechte oder das Urhebergesetz erfasst werden, gelten als geistiges Eigentum. Das aus wissenschaftlichen Studien hervorgegangene Know-how und Forschungsmaterial stellt ein wertvolles Ergebnis dar, dessen Nutzung durch Dritte zu kommerziellen Zwecken die Zustimmung der Hochschule Macromedia erfordern kann.

Die Übertragung von geistigem Eigentum (IP) an Start-ups stellt eine der wichtigsten Maßnahmen dar, um Forschungsergebnisse in innovative kommerzielle Anwendungen zu überführen und damit einen Beitrag zum wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fortschritt zu leisten. Um den Übergang bzw. die Nutzung von IP durch Start-ups möglichst effizient und reibungslos zu gestalten, hat die Hochschule Macromedia ein strukturiertes und transparentes Verfahren entwickelt, das in diesem Leitfaden beschrieben wird. Die Hochschule Macromedia verfolgt dabei das Ziel, Start-ups möglichst gründungsfreundliche Bedingungen zu bieten.

Abschließend sei hervorgehoben, dass die Hochschule Macromedia im Rahmen ihrer strategischen Ausrichtung zur Förderung von Unternehmertum und Innovation auf sämtliche Rechte an geistigem Eigentum verzichtet, das im Zusammenhang mit Gründungsprojekten von Start-ups entsteht. Die Rechte an der IP werden automatisch und vollständig auf die jeweiligen Start-ups übertragen. Diese Regelung unterstreicht das Engagement der Hochschule, jungen Unternehmen den größtmöglichen Freiraum zu bieten, um ihre Ideen erfolgreich am Markt zu etablieren. Gleichzeitig wird damit der Transfer von Forschungsergebnissen in die Praxis gestärkt.

10.1 Rechtliche Grundlagen

Wer im Zuge seiner Gründungsidee auf Entwicklungen, Forschungsergebnisse oder Schutzrechte zurückgreifen möchte, die an der Hochschule entstanden sind, kann dies unkompliziert tun, da die Hochschule Macromedia sämtliche Rechte an der IP, die im Rahmen von Gründungsprojekten entsteht, automatisch an die jeweiligen Start-ups abtritt. Diese klare Regelung beseitigt potenzielle Hürden wie unklare Eigentumsverhältnisse, Lizenzfragen oder Publikationskonflikte bereits im Vorfeld und ermöglicht Gründenden, sich voll auf die Umsetzung ihrer Ideen zu konzentrieren. Der Wissens- und Technologietransfer wird dadurch erheblich vereinfacht und ist ein wichtiger Baustein der gründungsfreundlichen Kultur der Hochschule. Grundlage dieser Praxis ist das Ziel, innovative Ideen möglichst effizient in die Anwendung zu bringen und den wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Fortschritt aktiv zu fördern.

10.2 IP der Hochschule Macromedia

Das geistige Eigentum (Intellectual Property, IP) der Hochschule Macromedia spielt eine zentrale Rolle bei IP-basierten und technologieorientierten Ausgründungen aus der Hochschule. Eine allgemein gültige Definition für IP existiert zwar nicht, jedoch wird der Begriff auch im deutschen Rechtsraum zunehmend als Oberbegriff für gewerbliche Schutzrechte und das Urheberrecht verwendet.

Im Bereich des Designs gibt es die Besonderheit der sogenannten Neuheitsschonfrist. Diese Regelung stellt eine Vergünstigung für die Designer:innen dar, um den Markterfolg ihres Designs vorab einschätzen zu können. Dadurch ist es den Entwerfer:innen möglich, ihr Design bis zu zwölf Monate vor der Anmeldung zu veröffentlichen, ohne dass das Kriterium der Neuheit verletzt wird.

Marke

Nach dem Markengesetz (MarkenG) werden neben Marken auch sonstige Kennzeichen wie Unternehmenskennzeichen und Werktitel geschützt. Als Marke können alle Zeichen eingetragen werden, die geeignet sind, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Dazu zählen insbesondere Wörter (einschließlich Personennamen), Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen (einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung) sowie sonstige Aufmachungen wie Farben und Farbzusammenstellungen.

Computerprogramm

Das Urheberrechtsgesetz (UrhG) enthält spezielle Regelungen für den Schutz von Computerprogrammen (Software). Ein Computerprogramm liegt erst dann vor, wenn es selbst oder zumindest die verwendete Programmiersprache eine Datenverarbeitung im eigentlichen Sinne ermöglicht. Dabei müssen Daten eingegeben und ausgegeben werden können – sei es über eine Benutzerschnittstelle oder durch die Interaktion mit anderen Programmen.

Know-how

Eine gesetzliche Definition von Know-how existiert nicht. Die Europäische Union fasst Know-how in ihrer Gruppenfreistellungsverordnung für Vereinbarungen über Forschung und Entwicklung als eine Gesamtheit nicht patentgeschützter praktischer Kenntnisse zusammen, die durch Erfahrung und Erprobung gewonnen wurden und zugleich geheim, wesentlich sowie identifiziert sind. Know-how umfasst demnach als Oberbegriff sowohl technisch geprägte Betriebsgeheimnisse als auch kaufmännisch geartete Geschäftsgeheimnisse sowie Erfahrungswissen.

10.3 IP-Nutzung

Die Hochschule Macromedia verpflichtet sich zu konsequenter Gründungsfreundlichkeit, wobei der Schutz und die vollständige Übertragung der geistigen Eigentumsrechte (IP) an die Gründer:innen im Mittelpunkt stehen. Im Gegensatz zu manchen anderen Hochschulen behält sich die Hochschule Macromedia keine Rechte oder Anteile am geistigen Eigentum vor, das im Rahmen von Gründungsvorhaben entsteht. Die Gründer:innen erhalten sämtliche IP-Rechte zu 100 % übertragen, sodass ihnen uneingeschränkte Freiheit für die weitere Entwicklung, Verwertung und Vermarktung ihrer Innovationen zukommt.

Die Hochschule gewährleistet einen transparenten und nachvollziehbaren Umgang mit allen Fragen rund um geistiges Eigentum und Gründungsvorhaben. Beratungsangebote und Unterstützungsleistungen sind so gestaltet, dass sie den Gründer:innen maximale Wahlfreiheit bieten. Durch enge Zusammenarbeit, individuelle Begleitung, Coaching und Expertise fördert die Hochschule die optimale Entwicklung der Geschäftsideen, ohne dabei Beteiligungen oder exklusive Lizenzmodelle zu fordern.

Im Rahmen der Gründungsförderung beachtet die Hochschule Macromedia selbstverständlich alle geltenden rechtlichen Vorgaben und ethischen Grundsätze. Ein klarer **Verhaltenskodex (Code of Conduct)** sichert Transparenz und Fairness in der Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Gründer:innen. Dieser Kodex gilt für alle Mitarbeitenden und Partner der Hochschule, die Gründungsprozesse unterstützen, und stellt sicher, dass die Interessen der Gründer:innen stets im Fokus stehen.

10.4 Patente

Patente werden für Erfindungen auf dem Gebiet der Technik erteilt. Dabei kann es sich sowohl um ein bestimmtes Erzeugnis als auch um ein Verfahren handeln. Ein Erzeugnispatent schützt Gegenstände wie Maschinen, chemische Stoffe, elektronische Schaltungen, Arzneimittel und vieles mehr. Um das patentierte Erzeugnis verwenden zu können – das heißt, es herzustellen, anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu diesen Zwecken einzuführen beziehungsweise zu besitzen – ist grundsätzlich die Zustimmung der Patentinhaber:in erforderlich. Ohne diese Zustimmung ist es Dritten untersagt, entsprechende Handlungen vorzunehmen.

Neben Erzeugnispatenten sind auch Verfahren patentierbar, beispielsweise Verfahren zur Herstellung eines Produkts, Arbeitsverfahren oder die Verwendung von Produkten für bestimmte Zwecke. Eine Erfindung kann nur dann zum Patent angemeldet werden und hat Aussicht auf Erteilung, wenn sie neu ist, gewerblich anwendbar und auf einer erfinderischen Tätigkeit basiert.



**wer
wie
was
warum**



FAQ

Warum gründen?

Für viele akademische Gründer:innen bedeutet die Umsetzung der eigenen Fähigkeiten, Erkenntnisse und Ideen in ein Produkt oder eine Dienstleistung eine enorme persönliche Erfüllung. Der Zugang zu spezialisiertem Wissen, geistigem Eigentum und Forschungsfördermitteln bietet dabei einen entscheidenden Vorteil bei der Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen.

Kann ich auch ohne Mitgründer:innen ein Start-up gründen?

Natürlich ist es möglich, ein Start-up auch ohne Mitgründer:innen zu gründen. Dennoch hat sich gezeigt, dass stabile und komplementäre Gründungsteams größere Erfolgchancen besitzen. Lokale Gründungsnetzwerke unterstützen deshalb bei der Suche nach passenden Mitgründer:innen und Partner:innen. Auch über die Onlineplattform www.founderio.com können Mitgründer gesucht werden.

Was ist ein Geschäftsmodell?

Ein Geschäftsmodell (Business Model) beschreibt die unternehmerische Zwecksetzung und bildet die Strategie und die operative Struktur eines Unternehmens ab. Es umfasst verschiedene Aspekte wie die Unternehmensorganisation, die Wertschöpfung, Wettbewerbsvorteile, die Entwicklung des Produktportfolios, den Aufbau von Vertriebskanälen zur Zielgruppe sowie die Kostenstrukturen.

Was ist ein Businessplan?

Der Businessplan erfüllt eine doppelte Funktion: Er dient nicht nur dazu, potenzielle Investoren zu überzeugen, sondern auch als strategische Leitlinie für dich selbst. Ein überzeugender Businessplan beschreibt die Geschäftsidee, das Marktumfeld, die Zielgruppen, die Marketingstrategie, die Finanzierung, die Umsatzplanung und die geplanten Meilensteine. Dabei sind Klarheit, eine logische Struktur und Realismus weitaus entscheidender als eine aufwändige Hochglanz-Präsentation.

Readdeck und Pitchdeck?

Pitchdeck, Readdeck und Businessplan sind Dokumente, mit denen Start-ups Investor:innen und andere Stakeholder informieren und für sich gewinnen. Diese Unterlagen werden kontinuierlich weiterentwickelt. Ein Pitchdeck umfasst etwa 10 bis 20 Folien und stellt die Kernidee der Gründung prägnant und vorwiegend mit visuellen Mitteln dar. Das Readdeck ist im Wesentlichen eine ausführlichere, schriftliche Version des Pitchdecks und wird beispielsweise von Investor:innen oder Fördermittelgebern im Prüfungsprozess von Finanzierungen häufig verlangt. Der Businessplan stellt die ausführlichste Form der unternehmerischen Präsentation dar und bildet alle Aspekte des Geschäfts umfassend ab.

Wann ist der richtige Zeitpunkt, um mich mit meinem Gründungsvorhaben an den Macromedia Virtual Start-up Incubator zu wenden?

Der Macromedia Virtual Start-up Incubator arbeitet individuell mit Gründer:innen zusammen und unterstützt sie von der Ideenentwicklung bis zur Skalierung des Geschäfts. Je früher der Kontakt hergestellt wird, desto größer ist der Mehrwert, den der Incubator einem Start-up-Projekt bieten kann.

Wie gründet man ein Start-up? Gibt es einen Fahrplan?

Viele Unternehmer:innen folgen bei der Gründung eines Start-ups einem groben Prozess, der allerdings nicht immer linear verläuft und je nach Branche, Geschäftsmodell sowie individuellen Umständen variieren kann. In der Gründungsberatung erarbeitet das der Macromedia Virtual Start-up Incubator gemeinsam mit potenziellen Gründer:innen in iterativen Schritten einen individuellen Fahrplan – von der Ideenentwicklung bis hin zur Exit-Strategie.

Kann ich als Studierende:r oder Mitarbeiter:in im Nebenerwerb gründen?

Ja, das ist grundsätzlich möglich. Dabei sind jedoch die entsprechenden Regularien der Hochschule zu beachten.

Woher bekomme ich Geld, um ein Unternehmen zu gründen?

Die Finanzierung eines Start-ups in der Frühphase erfolgt häufig über verschiedene Instrumente, zum Beispiel durch öffentliche Fördergelder sowie private Kapitalgeber. Der Macromedia Virtual Start-up Incubator bietet zu diesem Thema gezielte Beratung an.

Muss ich vor einem Kontakt mit dem Macromedia Virtual Start-up Incubator schon ein Unternehmen gegründet haben?

Nein.

Was ist ein Accelerator, was ist ein Inkubator?

Acceleratoren und Inkubatoren sind Programme, die Start-ups bei ihrer Entwicklung und ihrem Wachstum unterstützen, indem sie Ressourcen und Mentoring für Gründer:innen bereitstellen. Inkubatoren sind in der Regel frühphasig tätig und helfen bei der Entwicklung des Geschäftsmodells sowie bei der Etablierung des Start-ups. Im Gegensatz dazu setzen Acceleratoren später an. Sie arbeiten meist mit Start-ups, die bereits am Markt sind oder kurz davorstehen, und verfolgen das Ziel, die Marktentwicklung dieser Start-ups gezielt zu beschleunigen.

Wie lange dauert ein Erstgespräch?

Ein Erstgespräch dauert etwa eine halbe bis eine Stunde und dient dem ersten Kennenlernen sowie der Erstellung einer Ersteinschätzung zum aktuellen Stand des Gründungsprojekts und den damit verbundenen Unterstützungsmöglichkeiten.

Ist der Macromedia Virtual Start-up Incubator der Geheimhaltung verpflichtet?

Ja, die Mitarbeiter:innen des Macromedia Virtual Start-up Incubator sind im Rahmen ihrer Beschäftigung an der Hochschule Macromedia zur Geheimhaltung verpflichtet.

Wie viel Kapital benötige ich für die Gründung eines Start-ups?

Die Antwort auf diese Frage hängt stark von deinem Geschäftsmodell, deiner Branche und deinem Gründungsansatz ab. Wenn du digital und schlank gründest, beispielsweise mit einem Online-Service oder einer App, kannst du bereits mit wenigen tausend Euro starten, Stichwort Bootstrapping. Für technologie- oder produktbasierte Start-ups, bei denen etwa Prototypen oder Produktionsprozesse erforderlich sind, kann der Kapitalbedarf hingegen deutlich höher ausfallen. Eine detaillierte Kostenkalkulation im Businessplan ist dabei unerlässlich, um den tatsächlichen Bedarf realistisch einschätzen zu können.

Doch wie kommt man an das nötige Kapital?

Investoren für ein Start-up kannst du auf unterschiedlichen Wegen gewinnen: über persönliche Netzwerke, Pitch-Events, Accelerator-Programme, Online-Plattformen oder durch den Kontakt zu Business Angels und Venture-Capital-Fonds. Dabei ist es entscheidend, eine starke und authentische Vision zu präsentieren, den Zielmarkt klar zu definieren und mit einem überzeugenden Businessplan aufzuwarten. Frühphasige Investoren legen besonderen Wert auf das Team, das Potenzial der Geschäftsidee und die Chancen am Markt.

Welche Rechtsform?

Die Wahl der passenden Rechtsform stellt ebenfalls einen entscheidenden Schritt dar. In Deutschland zählen die GbR (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) für sehr kleine Vorhaben sowie die UG (haftungsbeschränkt) und die GmbH zu den häufigsten Gründungsformen. Für die meisten Start-ups ist die Gründung einer UG oder GmbH empfehlenswert, da diese eine Haftungsbegrenzung bieten und bei Investoren einen professionelleren Eindruck hinterlassen. Die Entscheidung für eine Rechtsform hängt dabei von Faktoren wie dem verfügbaren Kapital, dem Risiko sowie der Anzahl der Gesellschafter:innen ab. Eine rechtliche Beratung ist in diesem Zusammenhang dringend anzuraten.

Wie finde ich die richtige Zielgruppe für mein Produkt?

Der Schlüssel zum Erfolg liegt in einer gründlichen Marktanalyse und einer klaren Zielgruppendefinition. Wer sind deine potenziellen Kund:innen? Welche Probleme löst du für sie? Welche Bedürfnisse und Kaufmotive treiben sie an? Tools wie das Value Proposition Canvas oder Interviews mit potenziellen Nutzer:innen sind hierbei wertvolle Hilfsmittel, um die Zielgruppe präzise zu beschreiben und das Produkt optimal auf ihre Anforderungen auszurichten.

Welche Herausforderungen sind zu erwarten?

Unsicherheit, begrenzte Ressourcen, fehlende Erfahrung oder das Jonglieren zwischen Studium, Job und Gründung – all das kann die Anfangsphase erschweren. Hinzu kommen rechtliche, finanzielle und organisatorische Hürden, die schnell überfordern können. Umso wichtiger ist es, Unterstützung in Anspruch zu nehmen, sei es durch Coachings, Netzwerke, Mentoring oder spezialisierte Angebote von Hochschulen, wie beispielsweise Inkubatoren.

Wie kann ich ein Start-up skalieren?

Wachstum bedeutet, Strukturen aufzubauen, Prozesse zu automatisieren, neue Märkte zu erschließen und das Team zu vergrößern. Essenziell sind dabei eine klare Vision, datenbasierte Entscheidungen und ein tragfähiges Geschäftsmodell. Gleichzeitig erfordert Wachstum Geduld sowie die Bereitschaft, mit zunehmender Größe auch die steigende Verantwortung und Komplexität effektiv zu managen.

Wann sollte ich Mitarbeiter:innen einstellen?

Der richtige Zeitpunkt für Verstärkung ist gekommen, wenn die eigenen Kapazitäten an ihre Grenzen stoßen oder spezifisches Fachwissen erforderlich ist, das intern nicht abgedeckt werden kann. Geeignete Teammitglieder lassen sich häufig über persönliche Netzwerke, Jobplattformen oder Kooperationen mit Hochschulen finden. Dabei zählt nicht nur die fachliche Qualifikation – entscheidend ist vor allem, dass neue Kolleg:innen kulturell ins Team und zur Vision des Unternehmens passen.



Appendix



Ansprechpartner vor Ort

Die nachfolgende Übersicht enthält die Kontaktinformationen der zuständigen Ansprechpartner an unseren Standorten. So ist jederzeit gewährleistet, dass bei Fragen oder Anliegen eine fachkundige Unterstützung vor Ort zur Verfügung steht.

München: Prof. Dr. Arthur Hofer → a.hofer@macromedia.de

Prof. Dr. Mo Badr → m.badr@macromedia.de

Stuttgart: Prof. Dr. Eva-Yasmine Kaiser → ey.kaiser@macromedia.de

Frankfurt: Prof. Dr. Elisa Weisman → e.weisman@macromedia.de

Köln: Prof. Dr. Ralf Spiller → r.spiller@macromedia.de

Hamburg: Prof. Dr. Andreas Mix → a.mix@macromedia.de

Berlin: Prof. Dr. Friedrich-Carl Wachs → fc.wachs@macromedia.de

Leipzig: Prof. Dr. Hagen Habicht → h.habicht@macromedia.de



Ansprechpartner bundesweit

Ergänzend zu den lokalen Kontakten sind bundesweit Ansprechpartner verfügbar, die überregional koordinieren und unterstützend tätig sind. Diese zentrale Anlaufstelle gewährleistet eine einheitliche Betreuung und schnelle Lösung auch über die einzelnen Standorte hinaus. Für alle Anfragen und Rückfragen stehen zudem die E-Mail-Adressen → startup@macromedia.de sowie Prof. Dr. Arthur Hofer → a.hofer@macromedia.de als zentrale Kontaktmöglichkeit zur Verfügung.

14

Links

Eine Übersicht mit wichtigen Links, die weiterführende Informationen und praktische Hilfen zum Thema bieten. So sind alle relevanten Ressourcen schnell und übersichtlich zugänglich.

Macromedia Virtual Inkubator: www.macromedia-fachhochschule.de/de/hochschule/karriere-entrepreneurship/start-up-incubator/

EXIST: www.exist.de

EIC: eic.ec.europa.eu

HTGF: www.htgf.de

Gateway: www.gateway-gruendungsnetz.de

Career Service Studierende: www.macromedia-fachhochschule.de/de/hochschule/karriere-entrepreneurship/career-service-studierende/

Career Service Alumni: www.macromedia-fachhochschule.de/de/hochschule/karriere-entrepreneurship/career-service-alumni

Macromedia Community e.V.: www.macromedia-community.de

Macromedia Start-up Community → [Newsletter](#)

TUM Venture Labs: app.tum-venture-labs.de

Start Berlin www.start-berlin.com

Start Munich: www.startmunich.de

Start Stuttgart: www.startstuttgart.org

Start Hamburg: start-hamburg.com

Media Lab Bayern: www.media-lab.de

Die Autoren

Hofer, Arthur, Professor für Medienwirtschaft an der Hochschule Macromedia, Campus München, Vorsitzender der Entrepreneurship-Kommission, ehem. Mitglied der Geschäftsleitung Bavaria Film und Studio Babelsberg, Direktor der Filmakademie Baden-Württemberg. Interessenschwerpunkte: Medienwirtschaft, Finanzmanagement und Entrepreneurship.

Kontakt: ahofer@macromedia.de

Martin, Ellen, B.A. Sport und Kommunikation, M.A., Medien- und Kommunikationsmanagement der Hochschule Macromedia, Campus Köln. Co-Founder comdaily.ai, Interessenschwerpunkte: Corporate Communication, Marketing, Sales.

Kontakt: ellen@comdaily.ai

Spiller, Ralf, Professor für Medien- und Kommunikationsmanagement an der Hochschule Macromedia, Campus Köln. Co-Founder comdaily.ai Interessenschwerpunkte: Brandmanagement, Kommunikationskampagnen und Innovationsmanagement.

Kontakt: rspiller@macromedia.de

Wiestner, David, B.A. Journalismus und PR, M.A., Medien- und Kommunikationsmanagement der Hochschule Macromedia, Campus Köln. Co-Founder comdaily.ai, Interessenschwerpunkte: Brandmanagement, Corporate Communication, Marketing.

Kontakt: david@wiestner.com

Impressum

Herausgeber: Macromedia University of Applied Sciences
Sandstraße 9 | 80335 München

mit Unterstützung des Fördervereins Macromedia Community e.V.
Freunde und Förderer der Hochschule Macromedia

Redaktion:

Prof. Dr. Arthur Hofer | Prof. Dr. Ralf Spiller | Ellen Martin M.A. | David Wiestner M.A.

Layout: Constantia Rosendorfer

Titelbild: Adobe Stock ©Mariia Reimche

Bildnachweise: Adobe Stock: S. 7 ©Mirador, S. 9 ©Bartek, S. 11 ©Valentyna Prudnikova, S. 14 ©Valentin Valkov, S. 29 ©ASDF, S. 32 © JordaanExams/peopleimages.com, S. 35 ©deagreez, S. 38 ©MySamLobatobrock, S. 43 ©Iryna, S. 48 ©pixelwallpaper

Änderungen und Irrtümer vorbehalten | ©Macromedia GmbH Juli 2025

 | **macromedia
community e.v.**

 | **macromedia university**
of applied sciences