



Gründerplattform-Praxistag 2022

- Dokumentation -

Berlin, 25.10.2022

Aktuelle Zahlen aus dem September 2022



230.246

Besucher



4,6/5

Durchschnittl. Nutzerbewertung



6.058

Registrierungen



2,29

Durchschnittliche
Plattformnutzung

Steigende Auswahl für die Gründer*innen – aber regional weiter mit Potenzial

709

Partner

1.728

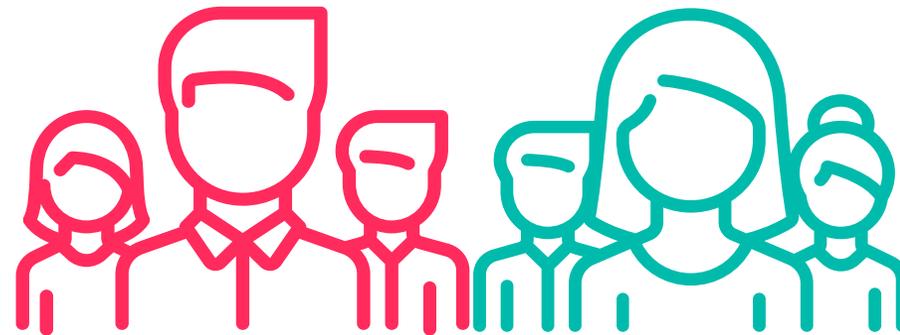
Angebote
insgesamt

630

Beratungs-
angebote

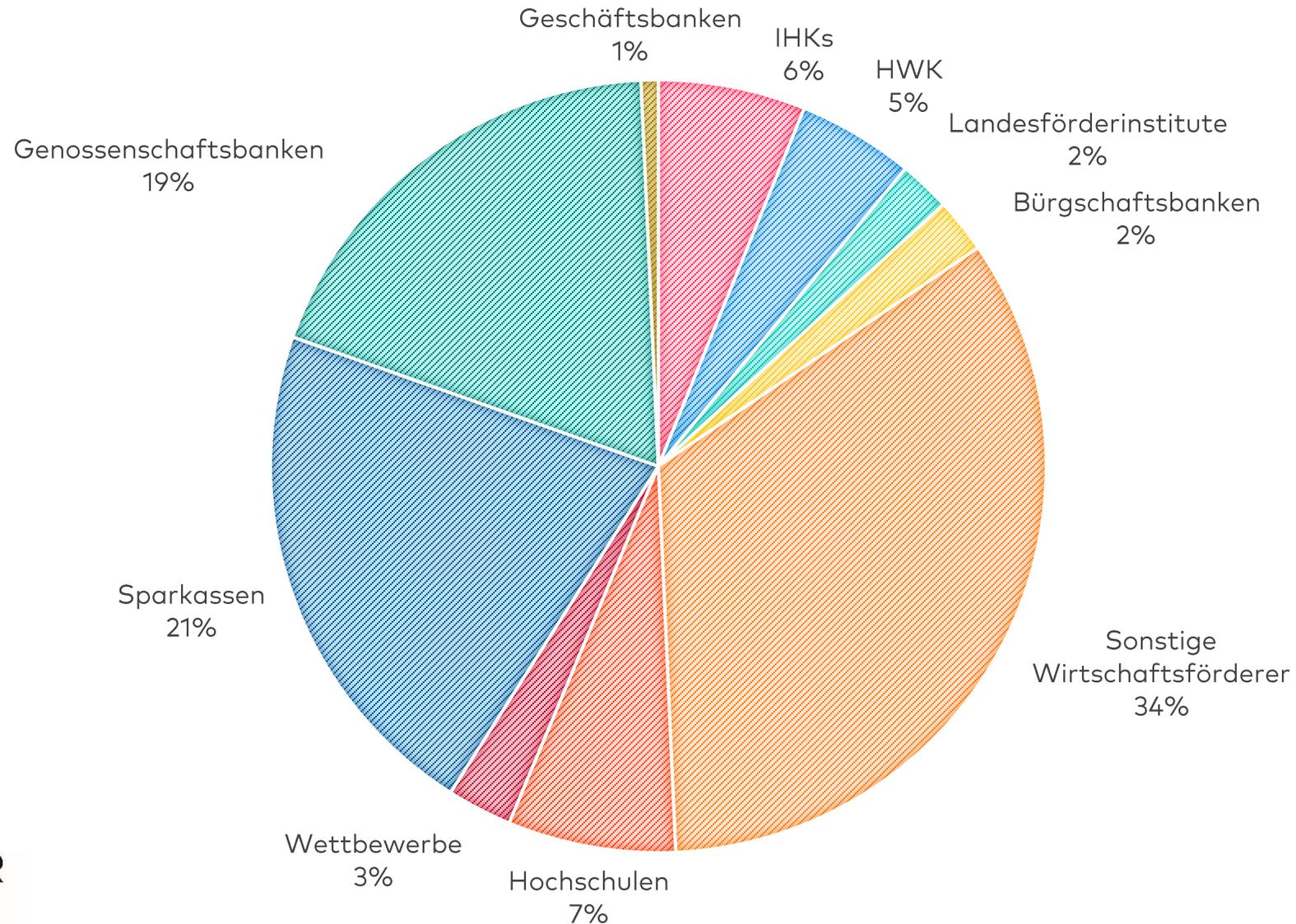
377

Nutzerkontakte
zu Partnern p.M.

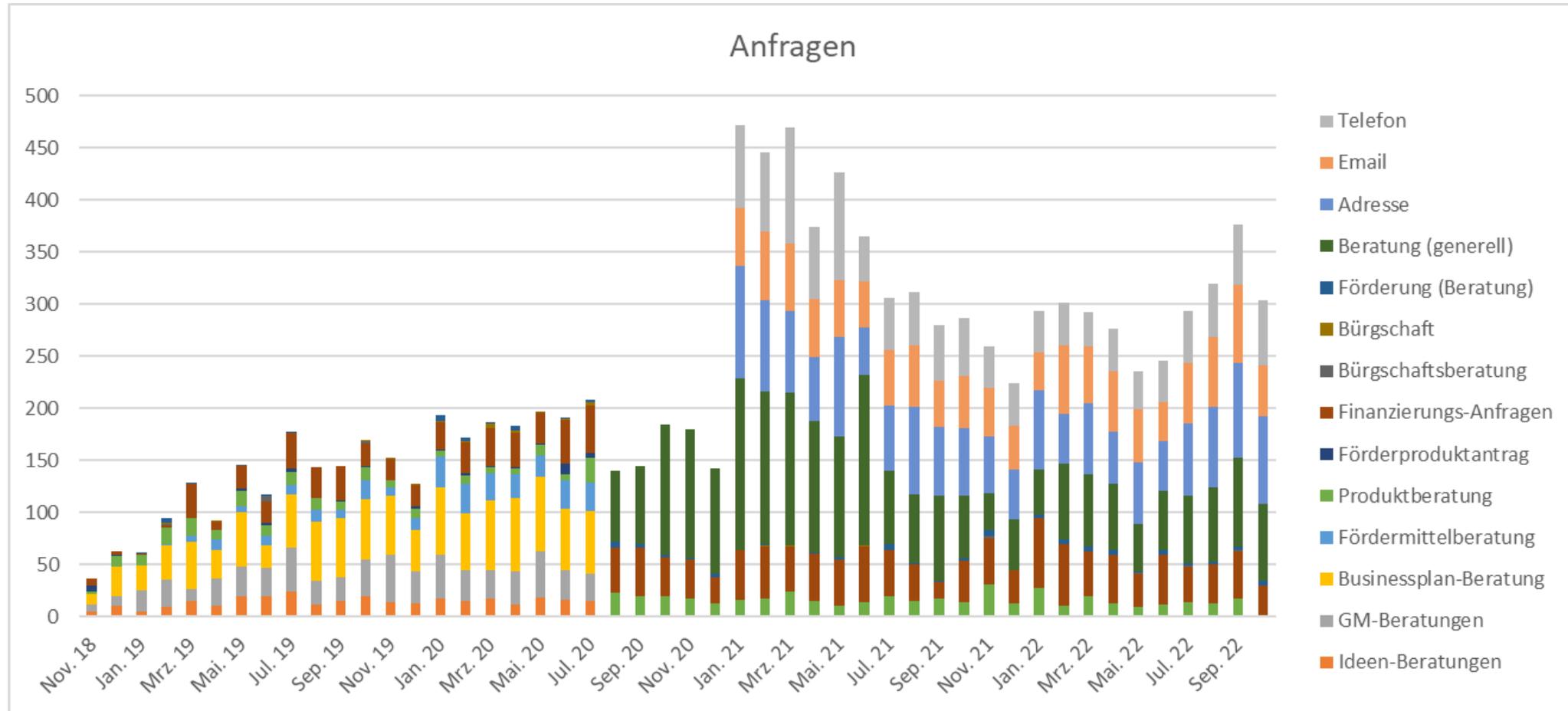


Stand: September 2022

Struktur der GP-Partner: Alle Stakeholdergruppen zeigen sich



Kontaktanfragen bei den Partnern



Lesehilfe: Seit August 2020 werden viele Angebotstypen in größeren Gruppen zusammengefasst - z.B. als „Beratung (generell)“. Im Januar 2021 kamen „Telefon“, „Email“ und „Adresse“ als Kontaktkanäle hinzu.

Was wir für unsere Partner tun:

- Partner-Newsletter
- Partnerwebinar 1x im Monat
- Gemeinsame Durchführung von Gründerwebinaren
- „Spotlight“: Wir platzieren ein Partnerevent auf die Startseite der Gründerplattform
- Unterstützung für attraktive Profilseiten
- Verlinkungen und Co-Branding

Was zuletzt geschah (Beispiele):

- Mehr Interaktion mit der Gründerplattform-Community: Live-Webinare (1x im Monat), Geschäftsmodellsprechstunde (1x im Monat)
- Newsletter jetzt getrennt nach Themen abonnierbar
- Erste API-Kooperationen mit externen Partnern oder Dienstleistern: ermoeoglicher.de, jimdo.de, smartlaw.de

Neuer Förderprogramm-Finder:

Partner können jetzt auch **Beteiligungskapital, Bürgschaften und Beratungszuschüsse** anbieten.

→ betrifft Landesförderinstitute, Bürgschaftsbanken und Mittelständische Beteiligungsgesellschaften

Förderprogramm-Finder der GP deckt künftig alle Angebote ab, die auch in der Förderdatenbank des Bundes zu finden sind.

→ Nutzen des Förderprogramm-Finders erhöht sich für Gründer*innen und alle Partner

Sondererweiterung seit Juli 2022: GP lernt Zielgruppen



**Bisher gibt es keine
persönliche und individuelle
Unterstützung bei der
Nutzung der Plattform**

**... also wie in einem Baumarkt für
„Do it yourself“-Kunden:**

- Hier bekommt man alles.
- Aber für jeden gibt es das Gleiche. Alle müssen ihren Weg durch die Regale finden.
- Zielgruppenspezifische Unterstützung gibt es hier nicht.



**Das ändern
wir jetzt.**

**Wir bauen spezifische, möglichst kurze
Wege für ausgewählte Zielgruppen.**

**Wir betreuen diese Zielgruppen
individuell und persönlich.**



So lernt die Gründerplattform Zielgruppen

Contents und Prozesse werden für erste Gruppen kuratiert, konfiguriert und automatisiert

Einfache Gründungen

Eine App führt mit einfachen Worten in wenigen Schritten zur Gründung.

- Eigenständige iOS- & Android-App
- Contents in einfacher Sprache
- Mehrsprachig (deutsch plus drei relevante Sprachen)

Weibliche Gründungen

Zielgruppenspezifisch werden Inhalte kuratiert und Wege konfiguriert. Wir bauen Beratung auf, begleiten durch die Gründung und lernen die Beratung zu automatisieren.

- Virtueller „Empfangsbereiche“ mit Tutor*in
- Fachberatung durch spezialisierte Kooperationspartner
- Spezifische Angebote (Content, Beratung, Tools)

Grüne Gründungen

Interaktives World Cafe – Wichtigste Erkenntnisse

Station „Was hemmt bei Gründungen? Was fehlt an Informationen in der Beratung?“ (Anja Bork, Dr. Anette Rückert, Reinhard Giese/BMWK)

- Viele Gründungsinteressierte kennen die Erfordernisse der Banken bei Einreichung eines Businessplans für Kreditprüfungen nicht (kein Pitchdeck, anstelle Excel-Übersichten besser pdf-Versionen nutzen) – hier ist Aufklärung nötig.
- Weitere Themenanregungen für die GP:
 - Matching - Gründungsteam zusammenstellen
 - Franchising (v.a. als Nachfolge relevant)
 - Steuerberechnung (hier wäre ein GP-Webinar mit einem Steuerberater denkbar, ggf. aus dem EXG-Expertenforum)
 - „Notfall-Koffer“ im Gründungsteam (Krankheit o.ä.)
 - Mehr Tutorials, weniger Texte (allerdings wichtig für SEO Suche)
 - Dabei helfen, Netzwerke zu verstetigen

Station „Praxis bei der Bewertung von Businessplänen in der KfW“ (Saskia Müller/KfW)

- Aktuelle Laufzeit bei der Bearbeitung von ERP-Gründerkredit - Startgeld-Anträgen <2 Wochen, da derzeit weniger Anträge eingereicht werden. Für noch schnellere Zusagen fehlen Schnittstellen, die ein schnelles Zugreifen auf die Unterlagen ermöglichen würden.
- Informationen über den Bearbeitungsstand des Antrages zwischendurch wären wünschenswert.
- KfW macht bei der Bearbeitungs-Reihenfolge von Anträgen zum Startgeld keine Unterschiede in Bezug auf Betragshöhen oder Anfangsbuchstaben .
- Der Businessplan sollte vom Gründer selbst geschrieben sein – dabei kann die Gründerplattform sehr gerne verwendet.
- KfW kennt den Kunden nicht persönlich und muss sich umso mehr auf die Unterlagen verlassen.
- Je innovativer eine zu fördernde Geschäftsidee ist, desto umfangreicher sollte die Erklärung dazu sein.
- Bei der Beurteilung von Businessplänen gibt es wenige wirklich harte Kriterien – Nachvollziehbarkeit der Informationen ist aber wichtig. Kriterien für gute Businesspläne sind Greifbarkeit/Griffigkeit, vollständiger Lebenslauf (angepasst). Als K.O.-Kriterien gelten schlechter Schufa-Score und Engagement in speziellen Branchen.
- Hilfreich kann die Einbindung von Bürgschaftsbanken sein – z.B. über das Portal [ermoeglicher.de](https://www.ermoeglicher.de)
- Unklar war zum Teil, was alles unter Betriebsmittel fällt.

Station „Wie man Gründerinnen in der Kreativwirtschaft unterstützen kann“ (Anna-Liisa Reppo/Wood Sisters)

- Grafik und Ansprache besser zuschneiden auf Gründerinnen
- Wege aufzeigen, wie man mit spezifischen Herausforderungen umgeht = Lösungen für Herausforderungen aufzeigen
- Beratung durch weibliche Coaches, z.B. „Coaching“ bei Berlin Female Leaders
- Problematik der Haftungsrisiken lösen/Insolvenzrecht transparent darstellen – was ist worse case?
- „Typische“ Probleme lösen:
 - Zugang VC Geld verbessern
 - Stereotype vermeiden
 - Selbstbewusstsein stärken
- Panels paritätisch besetzen
- Positive Vorbilder schaffen
- Storytelling „lernen“/Vernetzung vorantreiben (Treffpunkte schaffen/„geschützter Raum“)
- Netzwerke bauen – Motivation stärken und Austausch fördern
- Männer „nicht ausklammern“ – aber erfolgreiches Verhalten ggf. kopieren
- Finanzielle Absicherung stärken = Gründerinnen und Kinderwunsch
- Mehr Sichtbarkeit für Angebote schaffen – z.B. über Kooperationen mit öffentlichen Institutionen/Firmen
- Trend „Pinkwashing“ nutzen.