

Gründer präsentierten sich beim Fünf-Euro-Business erstmals online der Jury

Die Milch macht's - bis zu Platz Zwei

von CHRISTINA MERKEL

NÜRNBERG - Es ist wie jedes Jahr: Am Ende treffen sich alle an der Bar. Dort stehen kleine Grüppchen zusammen und sprechen über Siege und Niederlagen. Nur Getränke gibt es heuer nicht. Die Bar ist ein virtueller Raum, mit Theke, Kaminfeuer und gemütlichen, roten Sesseln. Die Teilnehmer laufen als kleine Personen, wie in einem 90-Jahre-Computer-Spiel über den Bildschirm.

Zum ersten Mal in 21 Jahren ist der Studenten-Wettbewerb „Fünf-Euro-Business“ online zu Ende gegangen. Sonst zeigen die Teams ihre Geschäftsideen an Messeständen und auf der Bühne im Nürnberger Presseclub. Diesmal gab es Präsentationen per Videokonferenz und eine virtuelle Messehalle.

So viele Teilnehmer wie noch nie haben sich darauf eingelassen. Insgesamt 14 Teams mit je zwei bis sechs Studenten der Universität Erlangen-Nürnberg und der Technischen Hochschule Nürnberg sind zum Beginn des Semesters an den Start gegangen. Bis Mitte Januar hatten sie Zeit, sich ein Produkt oder eine Dienstleistung auszudenken und auf den Markt zu bringen. In Kursen haben sie gelernt, was es bei der Unternehmensgründung zu beachten gibt. Eine besondere Herausforderung in diesem Jahr: der Lockdown und all die geschlossenen Geschäfte.

Gründen trotz Lockdown

Einige Nachwuchsgründer haben die Bedürfnisse der aktuelle Situation geschickt genutzt. Gleich zwei Teams, die „Native Tutors“ und die „Digital Frontrunners“, entwickelten Unterlagen und Fortbildungen, um Schulen beim Online-Unterricht zu unterstützen. Nur letztere konnten in der kurzen Zeit eine Schule überzeugen, ihr Paket zu buchen. Die „Digital Frontrunners“ belegen damit den dritten Platz im Wettbewerb und bekommen dafür 400 Euro.

Team „Seifenspaß“ hat Seifen zum Selbermachen entwickelt, um Kinder zu Hause zu beschäftigen und spielerisch an das Thema Hygiene heranzuführen. „CupUp“ bietet Tassen zum



Die Studenten Ronja Brozek, Philipp Köstler und Anna Dal Grande, haben in wenigen Wochen ihr Unternehmen „Molk.it“ gegründet und ihr Getränk aus Ziegen-Molke, Birnen und Nelken erfolgreich auf Wochenmärkten vertrieben.

Bemalen an. Und die Macher von „Simwin-Games“ denken sich neue Spiele für die ganze Familie aus.

Der „Van-Ratgeber“ richtet sich an alle, die sich in Zeiten geschlossener Hotels den Traum vom Campingwagen erfüllen wollen. In ihrem Buch geben die Studenten Tipps, was beim Eigen-Ausbau zu beachten ist.

Das Team „mylocalgift“ hat eine Online-Verkaufsplattform für regionale Händler aufgebaut. Die Gründer von „smilmask“ arbeiten an durchsichtigen Mund-Nasen-Schutzmasken durch die trotz Filterleistung ein Lächeln zu sehen ist.

Dass Fitnessstudios seit Monaten geschlossen sind, hat fünf Studenten

zu ihrer Geschäftsidee „Parrix“ inspiriert – eine Art Mini-Barren für unterwegs. An den zwei stabilen Griffen können Sportler zu Hause oder im Freien trainieren. Für ihre Werbevideos und Fotos konnten sie sogar Frank Schmidpeter gewinnen. Der Nürnberger hat bereits mehrfach beim Fernseh-Wettkampf „Ninja Warrior“ teilgenommen und es bis ins Finale geschafft.

Ein ganz anderes Problem haben sich die Gründer von „inviGuard“ vorgenommen. Ihre unsichtbare Mundschiene soll die Nutzer vom Zahneknirschen abhalten. Doch gerade die Entwicklung eines Medizinprodukts ist aufwändig und mit vielen Hürden für die Zulassung verbunden.

Schmuck für Schnürsenkel

Das Team „Go4Finance“ hat festgestellt, dass viele Studenten eher wenig Ahnung von Finanzen, Geldanlagen und Versicherungen haben. Deshalb bieten sie auf ihrer Webseite Informationen und Beratung besonders für junge Menschen an. Mehr Individualität im Alltag will dagegen „yourLacetag“ schaffen. Die vier Gründer gravieren Schmuckanhänger aus Metall für Schnürsenkel mit den Wunsch-Motiven ihrer Kundschaft. Die ersten 100 Stück haben sie bereits verkauft.

In nur zwei Wochen ist es den Gründern von „Molk.it“ gelungen, mehr als 300 Flaschen ihres selbst kreierten Molke-Getränks mit Birnen und Nelken an ihre Kunden zu bringen. Dafür arbeiteten die Studenten mit einem Ziegenhof aus der Region zusammen. Die Molke bleibt bei der Käseherstellung übrig. Diesen Erfolg hat die Jury mit dem zweiten Platz und 600 Euro Preisgeld belohnt.

Auch „friedrich&elise“ konnten mit regionalen Spezialitäten punkten. Mit fünf Nürnberger Bäckereien stellten die Studenten ein Paket zur Lebkuchen-Verkostung zusammen. Im Weihnachtsgeschäft erzielten sie damit einen Umsatz von fast 6000 Euro und waren schnell ausverkauft. Nun überlegen sie, mit Bratwürsten zu expandieren. Dafür gibt es neben dem ersten Platz auch 800 Euro zur Anschubfinanzierung.

Hintergrund

Nachwuchs für die Gründerszene

Beim „Fünf-Euro-Business“ gründen Studierende für die Dauer eines Semesters ihr eigenes Unternehmen und wagen den Sprung in die **Selbständigkeit** auf Zeit. Mit einem symbolischen Startkapital von fünf Euro treten sie gegeneinander an, um in nur acht Wochen ihre Geschäftsideen auf den realen Markt zu bringen.

Das Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft veranstaltet den Wettbewerb in diesem Jahr bereits zum 21. Mal am Standort **Nürnberg und Erlangen**. Darüber hinaus gibt es auch Wettbewerbe in Bamberg mit Coburg, Bayreuth, Ingolstadt, Kempten, Passau und Regensburg.

An ihrem Standort bekommen die Teilnehmer **Kurse** zu Themen wie Ideenentwicklung, Projektmanagement, Marketing, Finanzen und Recht. Außerdem stehen Wirtschaftspaten aus regionalen Unternehmen den Teams zur Seite.

Eine Jury bewertet abschließend die **Geschäftsidee** der Studierenden, den Geschäftsbericht sowie das erreichte Ergebnis. Am Abend der Abschlussveranstaltung präsentieren die Teams ihr Produkt oder ihre Dienstleistung außerdem an einem Messestand sowie in einer kurzen Präsentation auf der Bühne. Darüber hinaus beantworten sie Fragen der Jury. Am Ende werden drei Sieger gekürt. Der erste Platz ist mit 800 Euro dotiert, der zweite mit 600 Euro und der dritte mit 400 Euro.

Zur **Jury** gehören in diesem Jahr Christian Hoffelder von der Siemens AG, Dirk Honold, Professor für Unternehmensfinanzierung und Betriebswirtschaftslehre an der Technischen Hochschule Nürnberg, Jürgen Kempfle von der Stadt- und Kreissparkasse Erlangen, Kai-Ingo Voigt, Professor für Industrielles Management an der Uni Erlangen-Nürnberg und Christina Merkel vom Verlag Nürnberger Presse.

Informationen zur **Teilnahme** auf www.5-euro-business.de