

## Funpreneur-Wettbewerb Wintersemester 2011/2012

Im Funpreneur-Wettbewerb probieren Studierende aus, was es heißt, unternehmerisch tätig zu sein. Mit Unterstützung durch Wirtschaftspaten gründen sie innerhalb von fünf Wochen mit nur fünf Euro Startkapital ein Unternehmen, gewinnen Kunden und Sponsoren und machen Pressearbeit für ihre Geschäftsidee. Partner des Wettbewerbs sind die Berliner Bank, die Industrie- und Handelskammer (IHK) Berlin, die Berliner Wirtschaftsunioren, Berlin Partner, die Unternehmensberatung Accenture und Härting Rechtsanwälte.

Insgesamt nahmen 12 Teams an diesem Durchgang des Wettbewerbs teil und präsentierten ihre Ergebnisse mit einem Stand auf der Abschlussveranstaltung am Donnerstag, 15. Dezember 2011.



Wie in den Jahren zuvor fand das große Finale im Goldberger Saal des Ludwig-Erhard-Hauses der Industrie- und Handelskammer zu Berlin statt. Sechs Juroren bewerteten an diesem Abend die zehn Teams, die sich durch einen besonders guten Geschäftsbericht für die Endrunde qualifizieren konnten: Thilo Posingis (Berliner Bank), Philipp Kardinahl, (Wirtschaftsunioren Berlin), Tanja Prillwitz (IHK Berlin), Dr. Christof Schaffranek (Opitz, Müller und Partner), Denis Ranke (Accenture) und Daniel Wagner (zweimaliger Funpreneur-Gewinner).



Bereits einige Tage zuvor erhielt die Jury die Geschäftsberichte der teilnehmenden Teams, um sich mit den verschiedenen Ideen vertraut zu machen. An den Ständen, die die Funpreneure zur Abschlussveranstaltung in den Räumen der IHK individuell gestalten konnten, gab es nun die Möglichkeit, eigene Ideen und Vorgehensweisen genauer zu erklären.



Zehn ausgewählte Teams bekamen später im Auditorium die Chance, vor der Jury und möglichen Investoren ihre Idee vorzustellen. Klassische Folienpräsentationen wechselten sich mit aufwendig gestalteten Werbeclips und aufmunternden Showeinlagen ab. Ein Automat für Uni-Utensilien, Web-Auftritte für Kommunalpolitiker und handgenähte Schmuck-Püppchen waren unter den Geschäftsideen, die mit Liebe zum Detail präsentiert wurden. Das Publikum ließ sich vom Engagement und der Begeisterung der letzten Wochen anstecken und applaudierte begeistert.



Nach intensiver Diskussion hinter verschlossenen Türen kürte die Jury die drei Gewinner. Über den ersten Preis und einen Scheck im Wert von 1.200 Euro konnten sich Katharina Noffke und Marcin Dudzik freuen. Die Geographie-Studenten besuchen in ihrer Freizeit viele Rockfestivals und Konzerte. Weil dort das Mitbringen von Getränken in Flaschen aus Sicherheitsgründen oft verboten ist, weichen viele Fans auf Tetrapaks aus. Mit dem „KaMax“ von Noffke und Dudzik können sie eine 1-Liter-Packung am Schultergurt oder am Gürtel

bequem bei sich tragen. Die stabil genähte Erfindung verkaufte sich bereits gut auf Konzerten. Für die bevorstehende Open-Air-Saison will das Team nun eine Serienproduktion aufbauen.



Auf den mit 800 Euro dotierten zweiten Platz kam „Kaleido Berlin“. Benjamin Egger, Christin Mattuschka und Veronika Thiel verewigen Berliner Wahrzeichen mit Kaleidoskopeffekt auf Kerzen- und Lampenschirmen. So sind die Sehenswürdigkeiten zwar zu erkennen, durch die Verfremdung ist das Design aber weit entfernt vom kitschigen Stil mancher Berlinsouvenirs. Der mit 500 Euro verbundene dritte Platz ging an das Team „Mamas Honig“. Clemens Holtzendorf, François Briod, Sebastian Rothmaler und Stefan Rose kombinierten Honig mit Gewürzen wie Ingwer, Zimt oder Chili und verkauften die Produkte in modernen Verpackungen auf Märkten, in der Mensa und über Cafés. Hobby-Imker Holtzendorf steuert einen Teil des Rohstoffs aus eigener Erzeugung bei, der Rest stammt von Imkereien aus Berlin und Brandenburg. Den mit 200 Euro dotierten Publikumspreis für die beste Standgestaltung erhielt an das Team „PenUniPapers“ mit Anne Bettina Nonnaß und Anne-Christina Laich, den mit 400 Euro dotierten Preis für die beste Medienarbeit konnten Katharina Noffke und Marcin Dudzik von „KaMax“ in Empfang nehmen.

