

Funpreneure probieren aus, was es heißt, unternehmerische Entscheidungen zu treffen. Sie setzen innerhalb des Wettbewerbs eine kleine Geschäftsidee real am Markt um. Mit nur 5 Euro Startkapital in einer Praxisphase von 5 Wochen ein Studenten-Unternehmen zu initiieren und für dessen Produkte/Dienstleistungen auch noch Kunden zu finden – das ist ein großer Kraftakt, der darüber hinaus auch noch Spaß macht.

Mit viel Engagement und mit großer Kreativität haben 27 Teams mit 85 Teilnehmern ihre Ideen umgesetzt. Die Abschlussveranstaltung des Wettbewerbs fand am Donnerstag, den 18. Juni 2009 im Goldberger Saal des Ludwig-Erhard-Hauses der Industrie- und Handelskammer zu Berlin statt. Fünf Juroren bewerteten an diesem Abend die 10 Teams, die sich für die Endausscheidung qualifizieren konnten: Herr Jürgen Werner, Berliner Bank; Herr Markus Manz, Vorstandssprecher der Wirtschaftsuni; Frau Frauke Bielka, IHK Berlin; Herr Roman Prczewlofsky, Accenture GmbH; Herr Andreas Müller, Opitz Müller und Partner.

Die Geschäftsberichte der Teams erhielten die Juroren bereits einige Tage zuvor, um sich mit den Ideen vertraut machen zu können. An Ständen, die die Teams in den Räumen der IHK individuell gestaltet hatten, ließen sie sich die Projekte noch etwas genauer erklären.



Vor großem Auditorium haben die Funpreneure dann ihre Ideen, ihre Vorgehensweisen und Ergebnisse auf kreative Art und Weise vorgestellt. Neben klassischen Folienpräsentationen sah das Publikum selbstproduzierte Videos und kleine Showeinlagen.



Nach intensiver Diskussion der Jury wurde der erste Preis an das Team **Radvertisement** vergeben, die Teammitglieder erhielten 1200 € Preisgeld. Den zweiten Platz erreichte das Team **Finanzkrisenquartett** und erhielt dafür 800 € Preisgeld. Der dritte Preis mit 500 € Preisgeld ging an das Projekt **Wiener Blut**. Die Preisgelder wurden von der Berliner Bank zur Verfügung gestellt. Die Übergabe der symbolischen Schecks wurde durch Herrn Jürgen Werner, Berliner Bank, Herrn Manz, Wirtschaftsunioren und Frau Bielka, IHK vorgenommen. Die restlichen Teams erhielten Sachpreise, überreicht von Herrn Przewlofsky, Accenture.

## Radvertisement:

„Mit dem Programm für das Programm werben“: Radvertisement entwickelt für Radiosender kundenspezifische Promotion-Artikel und Konzepte auf Basis von Ein-Frequenz-Radios. Da private Radiosender sich hauptsächlich durch ihre Werbekunden finanzieren und die Werbepreise dabei in direkter Proportion zu den Einschaltquoten des Radiosenders stehen, ist es das primäre Ziel von privaten (aber auch von öffentlich-rechtlichen Radiosendern) die Hörerzahl zu steigern. Das ermöglichen die Ein-Frequenz-Radios, die in verschiedenen Modellen erhältlich sind. Um noch mehr Werbewirksamkeit dieser Produkte zu garantieren, ist auch eine individuelle Bedruckung möglich. Darüber hinaus bietet das Team speziell zugeschnittene Ideen für Promotion-Aktionen an.



## Finanzkrisenquartett:

Das Team nutzte das Format des klassischen Kartenspiels, um ein ernstes Thema erfrischend unverkrampft zu behandeln und zu transportieren. Statt Autos oder Flugzeugen muss der Spieler seinen Mitspielern staatlich gerettete Banken und bankrotte Firmen abjagen. Dadurch soll den Spielern der Umfang und die Brisanz der Finanzkrise spielerisch nahe gebracht werden.



### Wiener Blut:

Die Idee der Wiener Blut GbR besteht darin, qualitativ hochwertige Operettenprogramme zu einem Pauschalpreis an Seniorenheime zu verkaufen. Ziel von „Wiener Blut“ ist es, neben der wirtschaftlichen Komponente einen sozialen Beitrag zu leisten, indem älteren Menschen eine speziell auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Veranstaltung angeboten wird. Das Unternehmen stellt eine innovative Mischung aus Konzertagentur und Kunstprojekt dar, insofern es die Künstler nicht nur an die Heime vermittelt, sondern auch Rahmen und Inhalt des Auftritts bestimmt.



### Pressepreis

Zum zweiten Mal wurde auch ein Preisgeld für die besten Presseberichte vergeben, die 400 Euro teilte sich das Team Finanzkrisenquartett (250 Euro) mit dem Team Berliner Samplaer (150 Euro).

### Berliner Samplaer





## Übersicht über die Projekte

Berliner Samplaer	Semesterplaner
Brace Light	Anfertigung und Verkauf von passend zur Musik blinkenden Armbändern mit eigener Stromversorgung
Brötchen-Boten	Brötchentüten mit Werbung kleiner Unternehmen bedrucken lassen, Brötchenlieferdienst
Campusrad	Fahrradverleih an der Universität
cuplicity	Plastik-Getränke Becher in den Mensen als Werbefläche vermarkten
Cute box music	Einzelanfertigung von individuellen Mediacenter PCs
Durstbusters	Kanister mit Getränken zum Aufschnallen auf den Rücken, Verkauf bei Großveranstaltungen.
Finanzkrisenquartett	Quartett zum Thema Finanzkrise
Hörsaal 3	Getränkeverkauf an der Universität, abgepackte Getränkebehälter
IndiBox	Verkauf von individuell gefüllten Boxen (Fun-Box, Stress Box) an Studenten und Büroangestellte
Kerplong-Flashdating	Speed-Dating für Singles im ÖPNV
Kiezwerbung	Unterstützung von Kleinstgewerbetreibenden im mikrourbanen Raum durch Vermittlung und Bereitstellung von Marketing-Know-how
Latin Moves	Tanzkurse an verschiedenen Orten von Berlin, Grundschrutte, Basiskombinationen
Mobiletto	Beratung von Senioren bei der Wahl von Handyanbietern
myNachhilfe.com	Vermittlung von Nachhilfe durch Studenten der Universität an Gymnasialschüler
OLEG	Internetplattform zum Verkauf von gebrauchtem Lego
Radvertisement	Import von Ein-Frequenz-Radios, Verkauf als Werbeartikel an Radiosender
Revolutionary Berlin	Stadtwanderungen in Kreuzberg´36 zur Geschichte der Proteste und der 1. Mai Demonstrationen
Service 65+	Dienstleistungsangebot für Senioren, schwerpunktmäßig Hilfestellung bei Friedhofsbesuchen/Grabpflege
Studenten für Senioren- Ihre individuelle Einkaufshilfe	mit oder für Senioren einkaufen gehen
Studenten für Studenten.de	Umzugsservice für Studenten von Studenten
studibox.net	Internetplattform für Studierende: Arbeits- und Informationsmaterialien rund ums BWL/VWL-Studium zum Herunterladen
Thin Quist	Neukonzeption für Werbeflyer, vorne Werbung, hinten Lektüre, Magazin, Rätsel
ToFu	Herstellung, Vertrieb von T-Shirts für spezielle Fachbereiche (zunächst Wiwiss, Rewis, Sowis)
Trust	Etablierung eines Mode-Labels zum Thema Überwindung der Finanzkrise, Anfertigung und Verkauf zunächst von einem T-Shirt mit entsprechendem Logo
Welcome-Center	ausländischen Studierenden bei der Eingewöhnung helfen
Wiener Blut	Organisation von Operettenabenden

## Kontakt

profund – Die Gründungsförderung der Freien Universität Berlin  
 Elisabeth Busse  
 EMail: [elisabeth.busse@fu-berlin.de](mailto:elisabeth.busse@fu-berlin.de)  
 Telefon: 030 838 – 73637  
[www.funpreneur.de](http://www.funpreneur.de)