



Für Gründungsinteressierte der Hochschule Trier.

GRÜNDUNGSSTOFF

INNOVATIVES START-UP

zwei Gründer berichten wie sie
VR und AR in der Industrie etablieren

+++

REISEBERICHT TENTA VISION

wie das Start-up nach New York kam

+++

BUSINESS MODEL CANVAS

einfach erklärt dank Vorlage

+++



© Vanessa Loring - Pexels

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages







LIEBE LESERINNEN UND LESER,

„Nichts ist so mächtig, wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.“

Victor Hugo

In einer Zeit, in der Veränderung die einzige Konstante zu sein scheint, ist es entscheidend, dass wir als Hochschulgemeinschaft gemeinsam den Weg in die Zukunft gestalten. Dieses Magazin ist ein Ausdruck unseres Engagements für Kreativität, Unternehmertum und die Förderung von innovativen Ideen an der Hochschule Trier.

Die Hochschule ist nicht nur ein Ort des Lernens, sondern auch ein Nährboden für Neugier und Entdeckungen. Wir sind stolz darauf, eine Vielzahl von talentierten und visionären Köpfen in unseren Reihen zu haben. Dieses Magazin dient als Plattform, um Gründungsaktivitäten und inspirierende Geschichten einem breiteren Publikum vorzustellen.

Innovationen sind der Motor, der unsere Gesellschaft vorantreibt. Unternehmertum ist die Brücke zwischen Vision und Wirklichkeit. Auf den Seiten dieses Magazins werden sie auf faszinierende Projekte, kreative Start-ups und durchdachte Lösungen stoßen, die unsere Studierenden hervorbringen.

Lassen sie sich von unserer Lektüre inspirieren und geben sie Ihrem Vorhaben eine Chance!

Wir wünschen viel Spaß und Erfolg beim Gründen.



Ihr **Henrik te Heesen**
Vizepräsident für Forschung
der Hochschule Trier

GRÜNDUNGSBÜRO

DU HAST EINE GRÜNDUNGSIDEE?
UND SO VIELE FRAGEN?

Dann melde dich bei uns im Gründungsbüro der Hochschule Trier!

Wir unterstützen und begleiten dich in allen Fragen rund um die akademische Gründung. Egal wo du stehst, bei der Ideenfindung, Ausarbeitung eines tragfähigen Geschäftsmodells, ob du Tools und Methoden benötigst oder auf der Suche nach geeigneten Förder- und Wettbewerbsmöglichkeiten für deine Gründungsidee bist - Wir versuchen alles, damit keine Frage offen bleibt!

Nutze auch unser Veranstaltungsangebot und profitiere von zahlreichen Vorträgen, Seminaren und Workshops rund um das Thema Gründung.

Unser Angebot ist für dich als Hochschulangehörige*r natürlich kostenfrei!

Das Gründungsbüro Trier ist eine hochschulübergreifende Einrichtung der Hochschule und der Universität Trier und steht dir, als Studierende, Wissenschaftende oder Absolvent*in zum Thema akademische Gründung zur Seite. Wir sensibilisieren, qualifizieren und begleiten Gründungsvorhaben in der Vorgründungsphase.

Wir freuen uns auf deine E-Mail!

Dein Team vom Gründungsbüro der Hochschule Trier



GRÜNDUNGSBÜRO
TRIER

Leitung Gründungsbüro
Dietmar Bier

Kontakt
+49 651 8103-598
D.Bier@hochschule-trier.de

Gründungsreferentin
Daniela Hansen

Kontakt
+49651 8103-720
D.Hansen@vw.hochschule-trier.de

Online- und Beratungstermine vor Ort können an allen Standorten vereinbart werden.

Weitere Infos: www.gruenden-trier.de



DER KOMPASS FÜR DEINE KARRIERE!

CAREER SERVICE

PRAKTIKA

CAREER SERVICE

GRÜNDUNGSSTOFF

PUSH GO

EXIST

EXIST



Martin Gerten & Max Spengler

Interdisziplinäre Ingenieurwissenschaften & Maschinenbau

„Wir zeigen Industrieunternehmen, wie sie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) effizient in ihre Prozesse integrieren können.“



NEW TEC CONSULTING

IM INTERVIEW

Unser Unternehmen New Tec Consulting zeigt Industrieunternehmen die Möglichkeiten von AR und VR auf und unterstützt diese bei der Einführung. Durch den erfolgreichen Einsatz der Technologie entstehen Prozessinnovationen, die die Herausforderungen der Zukunft adressieren: Fachkräftemangel, Suche nach Auszubildenden, Integration ausländischer Fachkräfte, nachhaltiger Service und vieles mehr.

Wer seid ihr und was macht ihr? Stellt euch mal kurz vor ...

Wir haben beide ein duales Studium absolviert und im Studium schon sehr viel zusammengearbeitet. Während unserer Abschlussarbeiten haben wir die Marktlücke erkannt, uns auf die Gründung vorbereitet und diese dann auch gemeinsam realisiert. Neben der Arbeit sind wir beide leidenschaftliche Taucher und sind auch sonst sportlich aktiv.

Was genau macht euer Start-Up?

Etablierte Industrieunternehmen tun sich häufig schwer bei der Annäherung an neue Technologien. Diese Technologien bieten aber ein großes Potential. Genau diese Brücke wollen wir schlagen und neu entstehende Technologien zur wirtschaftlichen Nutzung bringen. An dieser spannenden Stelle sehen wir gerade AR/VR. In diesem Bereich begleiten wir Unternehmen vom ersten Kennenlernen bis zur Umsetzung im Unternehmen.

Macht ihr das nebenbei oder hauptberuflich?

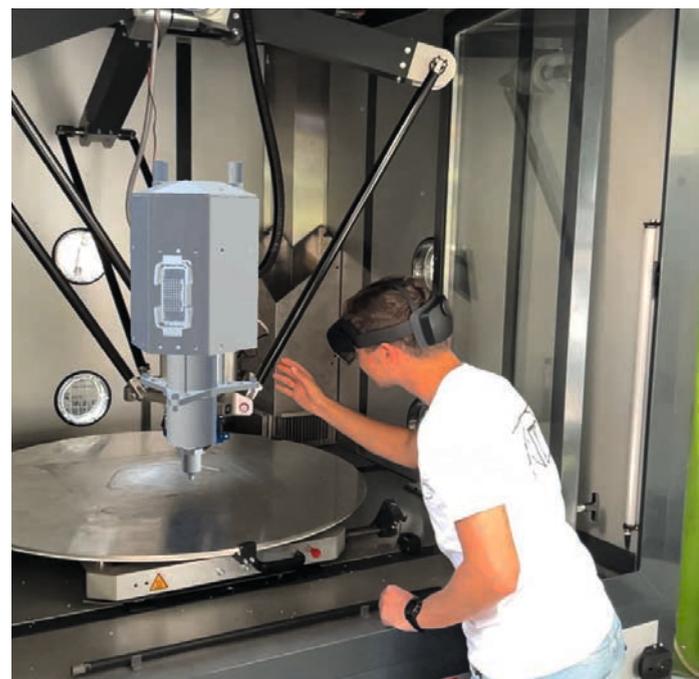
Aktuell sind wir beide noch nebenberuflich unterwegs. Die Etablierung in der Industrie ist mit etwas Geduld verbunden.

Wie ist eure Idee und das Konzept für das Start-up entstanden?

Wir haben beide in der Praxis während unserer Abschlussarbeit erlebt, wo die Herausforderungen der Annäherung an neue Technologien liegen. Das gesammelte Wissen wollen wir mit dem Start-up multiplizieren.

Was ist das Besondere an eurer Geschäftsidee? Was macht sie aus?

Die Arbeitsweise und die Werte, die dahinter stehen. Wir haben eine innovative Nische in einem eigentlich sehr etablierten Markt, der Unternehmensberatung, gefunden. Viele Unternehmensberatungen beraten nur strategisch und auf abstrakter Ebene. Wir begleiten Firmen bis zur erfolgreichen Umsetzung und das bei ganz konkreten Fragestellungen. Dabei fokussieren wir immer die Herausforderung des Kunden und verkaufen am Ende Problemlösungen und nicht ausschließlich Technologie. Dieser individuelle Ansatz gepaart mit einer neuartigen Technologie hat uns einen Markt geöffnet.



Hattet ihr ein großes Netz an Kontakten für den Start des Unternehmens?

Nein, zu Beginn hatten wir kaum Kontakte. Das Gründungsbüro an der Hochschule hat uns in der Vorbereitungsphase aber gut unterstützt und über verschiedene Veranstaltungen konnten wir unser Netzwerk mittlerweile gut ausbauen.

Was waren die größten Schwierigkeiten, die ihr auf dem Gründungsweg überwinden musstet?

Gerade zu Beginn war es schwer, das Thema und das Vorhaben zu erklären. Viele haben schonmal etwas über die Technologie gehört, aber kaum jemand kennt sich wirklich aus. Daher wird man viel mit Halbwissen und Skepsis konfrontiert.

Wie habt ihr euch in der Anfangsphase finanziert?

Wir sind komplett selbst finanziert. Durch Erspartes und die Tätigkeit als Angestellter passt das aktuell auch ganz gut.

Wie habt ihr es geschafft, bekannt zu werden und euch zu positionieren?

In der Industrie läuft viel über Mund-zu-Mund Propaganda und Referenzen. Das baut sich erst nach und nach auf. Daher ist es für uns sehr wichtig, über Vorträge, Veranstaltungen und Messen ins Gespräch zu kommen.

Was würdet ihr in der Gründungsphase rückblickend anders machen?

Geduldiger sein. Gerade zu Beginn will man alles sofort realisieren, aber man sollte sich bewusst machen, dass manche Dinge erst durch kontinuierliche Arbeit entstehen. Auch wenn man es als Gründer manchmal gerne so hätte ist es nicht so, als würde alle Welt auf einen warten und Juhu schreien, sobald man endlich gegründet hat.

Welche wichtige Empfehlung oder welchen Tipp würdet ihr Gründer*innen mit auf den Weg geben?

Neben Geduld würden wir sagen: Probiert aus und erlaubt euch Fehler! Theoretische Konzepte sind schön und gut, aber echtes Feedback gibt es erst, wenn man mit seiner Idee nach draußen geht. „Fail fast, fail often!“

Was bringt die Zukunft? Wo seht ihr euch in fünf Jahren?

Wir wollen den Weg kontinuierlich weitergehen und vielseitige Projekte realisieren. Ein Traum wäre es, in fünf Jahren erste Mitarbeiter*innen zu haben und AR/VR im großen Stile in der Industrie zu etablieren.



BUSINESS MODEL CANVAS: VORLAGE

<p>Schlüssel-Partner</p> <p>Wer sind unsere Schlüsselpartner? Wer sind unsere Schlüssellieferanten? Welche Schlüsselressourcen kommen von Partnern? Welche Schlüsselaktivitäten kommen von Partnern?</p> <p>Vorteile von Partnerschaften:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung der Leistung, Einsparung von Aufwand und Kosten • Verringerung von Risiken und Unsicherheiten • Zugang zu Ressourcen und Leistungen 	<p>Schlüssel-Aktivitäten</p> <p>Welche Schlüssel-Aktivitäten erfordern unsere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzen-Versprechen? • Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle? • Kunden-Beziehungen? • Einnahme-Quellen? <p>Kategorien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktion • Problemlösung • Plattform/Netzwerk <p>Schlüssel- Ressourcen</p> <p>Welche Schlüssel-Ressourcen benötigen wir für unsere</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzen-Versprechen? • Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle? • Kunden-Beziehungen? • Einnahmequellen? <p>Ressourcen-Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktionsmittel • Wissen (Patente, Markenschutz, Urheberrechte, Daten) • Personal • Finanzen 	<p>Nutzen-Versprechen</p> <p>Welchen Nutzen bieten wir dem Kunden an? Welches Kunden-Problem helfen wir zu lösen? Welches Produkt- bzw. Leistungspaket bieten wir welcher Kunden-Art an? Welche Kunden-Bedürfnisse befriedigen wir?</p> <p>Eigenschaften</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neu • Leistungsstark • Kundengerecht • Arbeitserleichterung • Design • Marke/Status • Preis • Kostengünstig • Risikoarm • Verfügbar • Nutzerfreundlich 	<p>Kunden-Beziehungen</p> <p>Welche Art von Kunden-Beziehung erwarten die verschiedenen Kunden-Arten von uns? Welche haben wir bereits geschaffen? Wie passen sie zum Rest des Geschäftsmodells? Welche Kosten verursachen sie?</p> <p>Beispiele</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persönliche Unterstützung • Spezielle persönliche Unterstützung • Hilfe zur Selbsthilfe • Automatisierte Dienstleistungen • Communities • Kreative Partnerschaft <p>Vertriebs- und Kommunikations-Kanäle</p> <p>Über welche Kanäle wollen unsere Kunden- Arten erreicht werden? Wie erreichen wir sie jetzt? Wie funktionieren diese Kanäle gemeinsam? Welche funktionieren am besten? Welche sind besonders kostengünstig? Wie können wir sie mit typischen Kundenaktivitäten in Berührung bringen?</p> <p>Kanal-Phasen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aufmerksamkeit: Wie können wir Aufmerksamkeit für unser Unternehmen und seine Angebote erzeugen? 2. Bewertung: Wie helfen wir unseren Kunden dabei, die Nutzen-Versprechen unseres Unternehmens zu bewerten? 3. Kauf: Wie ermöglichen wir es Kunden, bestimmte Produkte und Leistungen zu kaufen? 4. Vertrieb: Wie liefern wir unser Nutzen- Versprechen an den Kunden? 5. Nach dem Kauf: Wie betreuen wir die Kunden nach dem Kauf? 	<p>Kunden-Arten</p> <p>Wem bieten wir einen Nutzen an? Wer sind unsere wichtigsten Kunden?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Massenmarkt • Nischenmarkt • Ein Marktsegment • Verschiedene Marktsegmente • Vielseitige Plattformen 			
<p>Kosten</p> <p>Welches sind die wichtigsten Kosten in unserem Geschäftsmodell? Welche Schlüsselressourcen sind besonders kostenintensiv? Welche Schlüsselaktivitäten sind besonders kostenintensiv?</p> <p>Ist unser Geschäftsmodell eher</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kostenorientiert [geringe Kosten, geringes Preis-Leistungs-Versprechen, maximale Automatisierung, extensives Outsourcing] • Nutzenorientiert [Nutzen-Angebot im Vordergrund, Premium-Nutzen- Versprechen] <p>Beispiele für Kosten-Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fixkosten [Löhne, Mieten, Betriebsmittel] • Variable Kosten • Kostenersparnis durch Masse [z. B. Einkauf, Produktion] • Kostenersparnis durch Synergieeffekte 		<p>Einnahmequellen</p> <p>Für welchen Nutzen sind unsere Kunden bereit, Geld auszugeben? Wofür geben sie es derzeit aus? Wie bezahlen sie derzeit? Wie würden sie lieber bezahlen? Welchen Anteil haben die jeweiligen Einnahmequellen an den gesamten Einnahmen?</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="836 1741 1047 1955"> <p>Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/ Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung </td> <td data-bbox="1071 1741 1258 1955"> <p>Feste Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Abhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge </td> <td data-bbox="1291 1741 1485 1955"> <p>Variable Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig </td> </tr> </table>			<p>Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/ Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung 	<p>Feste Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Abhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge 	<p>Variable Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig
<p>Arten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verkauf • Nutzungsgebühr • Abonnement • Verleih/Vermietung/ Leasing • Lizenzen • Vermittlungsgebühr • Werbung 	<p>Feste Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Listenpreis • Abhängig von den Produktionskosten • Abhängig vom Kunden-Segment • Abhängig von der Menge 	<p>Variable Preise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verhandlungssache • Ertragsabhängig • Marktabhängig 					



DAS **BUSINESS** MODEL CANVAS

Bei dem Business Model Canvas (auf deutsch: Geschäftsmodell-Leinwand) handelt es sich um eine Methode, die dich bei der Entwicklung oder Überarbeitung deiner Geschäftsidee unterstützt. Die ursprüngliche Idee stammt von dem Schweizer Unternehmer Alexander Osterwalder und wurde inzwischen auch für weitere Gründungsbereiche ausgebaut.

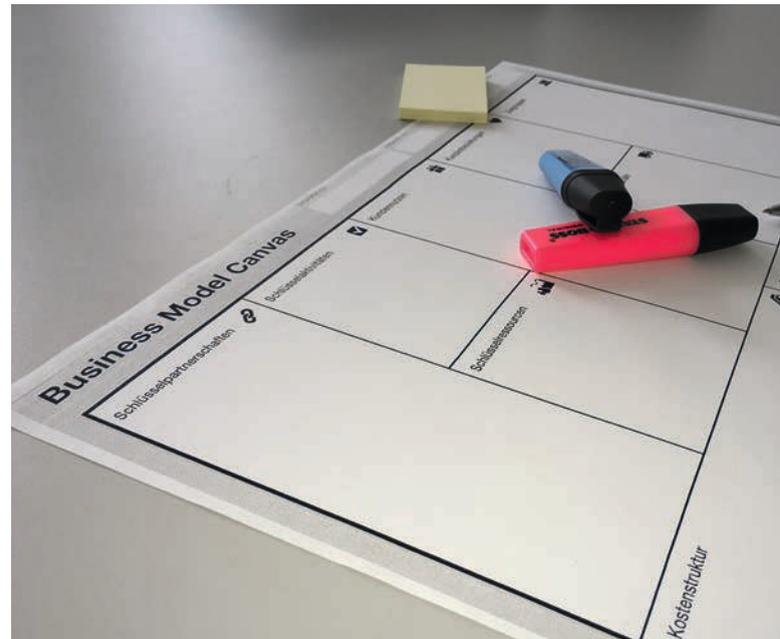
Das klassische Business Model Canvas unterteilt sich dabei in neun verschiedene Felder, die die zentralsten Aspekte eines Geschäftsmodells beleuchten. So wird unter anderem der Kundennutzen, die Zielgruppe sowie die Kosten- und Erlösstruktur ausgearbeitet.

Mit einem Bleistift oder kleinen Klebezetteln kannst du stichwortartig dein Canvas bearbeiten. Damit beschränkst du dich auf das Wesentlichste, vergisst keine Gedanken und erkennst die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Bausteinen. Die neun Felder werden in der Regel nicht von links nach rechts, sondern ausgehend vom Feld „Nutzen-Versprechen“ oder „Kunden-Arten“ bearbeitet. Als Hilfestellung findest du auf der linken Seite eine Vorlage mit Ausfüllhinweisen.

Auf diese Weise kannst du dir selbst eine Vorlage, zum Beispiel auf einem A3-Blatt, erstellen oder digital an deinem Business Model Canvas über die Gründerplattform arbeiten.

Weitere Informationen hierzu findest du unter www.existenzgruender.de oder www.gruenderplattform.de.

Solltest du Fragen haben oder Unterstützung benötigen, melde dich selbstverständlich gerne bei uns im Gründungsbüro der Hochschule Trier.



KONTAKT GRÜNDUNGSBÜRO

Dietmar Bier: +49651 8103-598

Daniela Hansen: +49651 8103-720

E-Mail: gruendungsbuero@hochschule-trier.de

DIE KRAFT DER INNOVATION

Die Gründung eines Unternehmens während des Studiums kann eine aufregende, aber auch herausfordernde Reise sein. Gründungsinteressierte Studierende betreten eine Welt, in der Innovation und ein Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Point - USP) Geheimwaffen sind. Aber was bedeutet Innovation eigentlich?

Innovation ist mehr als nur ein Schlagwort - es geht darum, anders zu denken und neue, intelligente Lösungen für Probleme zu finden. Für studentische Start-ups ist genau das der Schlüssel zum Erfolg. Innovation ermöglicht nicht nur das Wachstum deines Unternehmens, sondern auch die Gewinnung von Investoren und die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden. Die Bedeutung von Innovation liegt auch darin, aus der Masse hervorstechen. Stell dir vor, du bist auf einer Party, auf der alle das gleiche Outfit tragen. Wenn du etwas Einzigartiges trägst, werden die Leute auf dich aufmerksam. Genau das bedeutet Innovation für dein Unternehmen - sich von der Konkurrenz abzuheben.

Ferner ist Innovation ein entscheidender Faktor, um mit der Zeit zu gehen. Märkte sind so unbeständig wie das Wetter. Erfolgreiche Start-ups sind in der Lage, sich schnell an diese Veränderungen anzupassen und sich mit ihrem Alleinstellungsmerkmal stetig gegen die Konkurrenz durchzusetzen. Sie sind immer einen Schritt voraus und bereit, neue Trends und Technologien zu nutzen. Innovation kann zu einzigartigen Produkten oder Dienstleistungen führen.

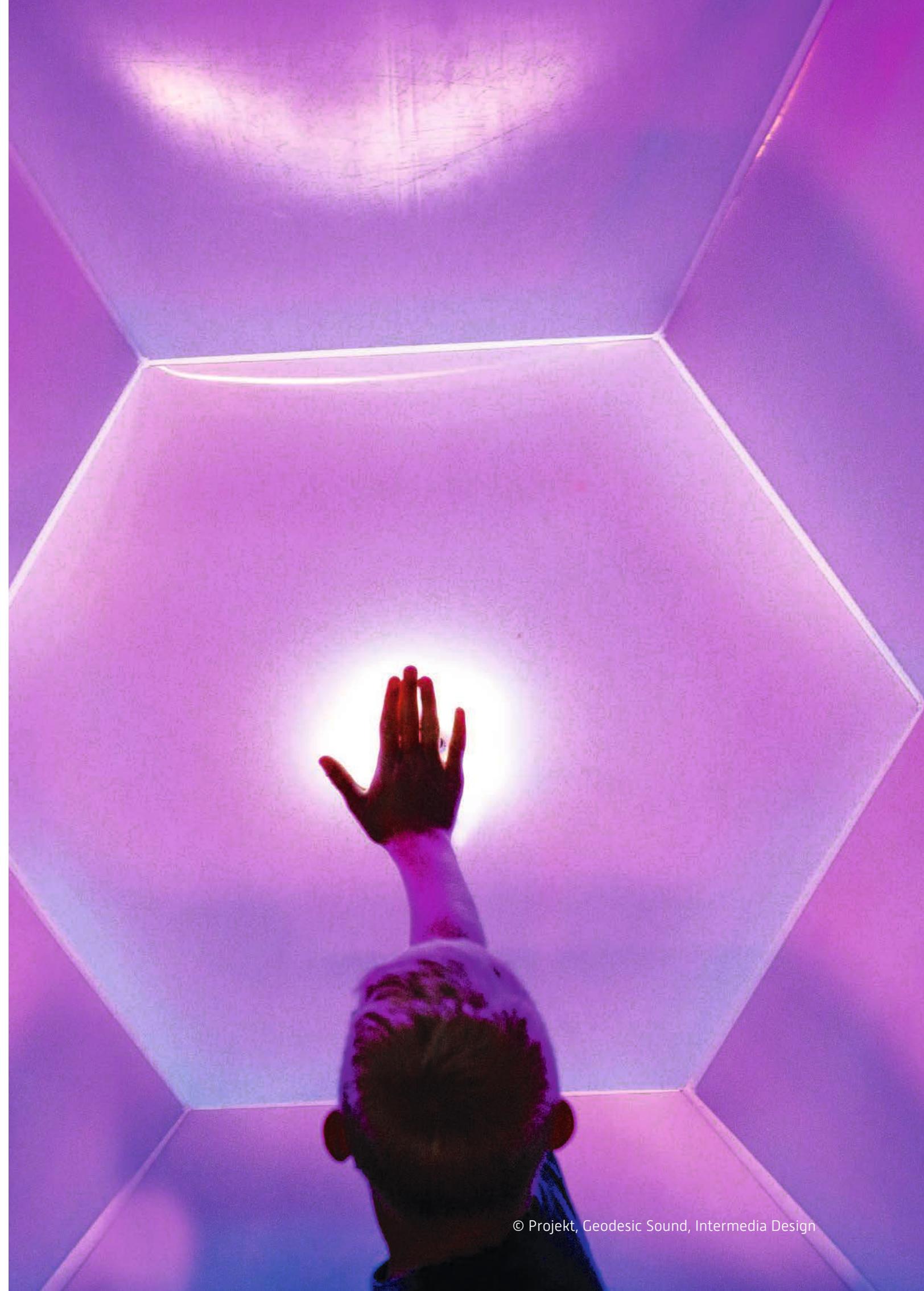
All das kann der Schlüssel zur Zukunft deines studentischen Start-ups sein.

Sei mutig!

Denke anders!

Hebe das Besondere hervor!

Damit wirst du nicht nur erfolgreich, sondern auch zu einem wichtigen Teil der nächsten Welle von Innovationen in der Geschäftswelt.



MASTER ENTREPRENEURSHIP



ABSCHLUSS

Master of Arts (M.A.)



ZULASSUNG

Bachelorstudium (alle Fachrichtungen)



REGELSTUDIENZEIT

4 Semester | 120 ECTS



INFORMATIONEN STUDIENGANG

Studiengangleitung

Prof. Dr. Matthias Weimann

Tel.: +49 651 8103-388

M.Weimann@hochschule-trier.de

Spezialisierungsleitung

Prof. Dr. Jan-Thomas Bachmann

bachmann@hochschule-trier.de

Tel.: +49 651 8103-282



ZULASSUNGSMODUS

Bachelorabschluss mit der Gesamtnote 2,5



STUDIENTYP

Weiterführender
Präsenzstudiengang in Vollzeit



STUDIENBEGINN

Sommer- und Wintersemester



WEITERE INFORMATIONEN

www.hochschule-trier.de/go/master-entrepreneurship



UNTERRICHTSSPRACHE

Deutsch



INTERNATIONALITÄT

Auslandssemester (freiwillig)



EINSCHREIBUNG

www.hochschule-trier.de/go/bewerbung



STUDIENGEBÜHREN

Nur der Semesterbeitrag





ENTREPRENEURSHIP (M.A.)

DEIN MASTERSTUDIUM

Du hast bereits ein eigenes Unternehmen oder neue Ideen, die du vorantreiben und in einer eigenen Unternehmensgründung umsetzen möchtest? Du hast noch keine Idee, willst aber alles über das Thema „Gründen“ wissen?

Mit dem deutschsprachigen Master **Business Management - Entrepreneurship** kannst du genau die Fähigkeiten entwickeln, die du für eine erfolgreiche Gründung und das Management eines Start-ups brauchst: von der Ideenfindung über die Gründung bis hin zum Management des Unternehmenswachstums. Dabei hilft dir unser starkes Netzwerk aus Industriepartnern, Investoren, Start-ups, Praktikern und Coaches, die dich durch dein Studium begleiten.

In den betriebswirtschaftlichen Fächern erwirbst du die Kenntnisse, die du für das Management eines Unternehmens brauchst. In den gründungsspezifischen Fächern wie Design Thinking, Entrepreneurial-Marketing, Opportunity Recognition und Entrepreneurship lernst du alles, um Innovationen zu entwickeln und als Entrepreneur*in dein eigenes Unternehmen zu gründen und zu gestalten.

Was macht den Master in Entrepreneurship an der Hochschule Trier besonders?

Der Studiengang richtet sich an Bachelorabsolvent*innen aller Fachrichtungen. Dies ist eine ganz besondere Stärke des Studienganges, da du so während des gesamten Studiums in interdisziplinären Teams mit Studierenden anderer Fachrichtungen zusammenarbeiten wirst. Ihr habt als Team somit bereits während des Studiums die großartige Möglichkeit, Start-up-Ideen für unterschiedlichste Branchen, Anwendungen und Problemlösungen zu entwickeln und auf ihre Marktfähigkeit zu prüfen.

Wie ist das Studium aufgebaut?

Der Studiengang ist als 4-semesteriger Vollzeitstudiengang konzipiert und modular aufgebaut, kann aber auch berufsbegleitend absolviert werden, wenn dies vom Arbeitgeber unterstützt wird. Das Curriculum besteht aus den drei Blöcken Management, Entrepreneurship und der Abschlussarbeit, in der die konkrete Unternehmensgründung vorangetrieben werden kann.

Der Block „Management“ setzt sich aus acht Fächern zusammen, die sich mit Aufgaben und Methoden des Managements beschäftigen. Er vermittelt die Kenntnisse für die Leitung eines Unternehmens. Nachhaltiges unternehmerisches Handeln ist dabei integrativer Bestandteil des Curriculums.

Der zweite Block „Entrepreneurship“ bereitet insbesondere auf die Gründung eines eigenen Unternehmens und die Entwicklung und Umsetzung einer erfolgreichen Produkt- und Dienstleistungs-Idee vor. Den dritten Block bildet die Abschlussarbeit. Zentrale Bedeutung hat die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden bei der Gründung eines Unternehmens. Die Masterarbeit kann in Kooperation mit externen Partnern (z.B. Investoren) verfasst werden. Diese Phase bereitet insbesondere auf die Unternehmensgründung vor.

Ein Auslandsaufenthalt z.B. an einer Partnerhochschule ist immer möglich.



Lukas Roth, Christopher Petry & Rune Monzel

Maschinenbau & Elektrotechnik

„Wir machen mit unserem patentierten Messgerät sowohl äußere als auch innere Fehlstellen eines Bauteils in Echtzeit sichtbar.“



TENTA VISION IM INTERVIEW

TENTA VISION präsentiert eine Weltneuheit und einen Quantensprung im Bereich der zerstörungsfreien Prüfung. Die patentierte Produktneuentwicklung vereint ein High-tech-Messgerät und eine leistungsstarke Automationssoftware zu einer disruptiven Prüftechnologie. Die vielseitigen Einsatzgebiete der neuartigen Technik umfassen materialunabhängig verschiedenste Produkte aus der Leichtbauindustrie. In einem völlig neuen Konzept gelingt es sowohl äußere als auch innere Fehlstellen eines Bauteils in Echtzeit sichtbar zu machen.

Wie kam es zu der Teilnahme am STEP USA New York – Startup und Entrepreneur Programm?

Das STEP-USA Startup Programm wird von deutschen Bundesländern in Zusammenarbeit mit lokalen Außenhandelskammern organisiert. Im Sommer waren Rheinland-Pfalz und das Saarland die Gastgeber. Die Landesvertretung lud repräsentative Start-ups aus diesen Bundesländern ein, die German American Chamber of Commerce (GACC) in New York zu besuchen. Als TENTA VISION folgten wir dieser Einladung, da wir die Ambition haben, zukünftig auch auf dem amerikanischen Markt aktiv zu sein und so haben wir uns der Startup-Delegation angeschlossen.

Was waren eure Erwartungen an die Reise bzw. hattet ihr bestimmte Ziele vor Augen?

Amerika ist nach wie vor der weltweit größte Wirtschaftsraum und daher für uns als aufstrebendes Industrieunternehmen von großem Interesse. Obwohl unser aktueller Fokus auf dem deutschsprachigen DACH-Raum liegt, war die Gelegenheit interessant, um die Anforderungen für eine zukünftige geschäftliche Aktivität in Amerika kennenzulernen. Das GACC-Programm

eignet sich hervorragend, da die deutschen Außenhandelskammern genau bei dieser internationalen Expansion unterstützen.

Wie ist euer persönlicher Eindruck vom US-Markt? Gibt es große Unterschiede zum deutschen Markt?

Wir haben mit New York sicherlich ein aufregendes Ökosystem in den USA erlebt. Obwohl ich meinen Eindruck nicht für ganz Amerika verallgemeinern möchte, ist New York atemberaubend. Jeder transportiert das Selbstverständnis, dass alles möglich ist und die Konkurrenz ist natürlich groß. Letztendlich wird sich Qualität durchsetzen und in dieser Hinsicht unterscheidet sich der deutsche bzw. europäische Markt nicht vom amerikanischen.

Welche wichtige Empfehlung oder welche Tipps könnt ihr geben, wie ein Pitch entsprechend an den US-Markt anzupassen ist?

Wir sind gelernte Techniker und das Pitchen war schon immer eine Herausforderung für uns. Allein dafür hat sich die Reise nach Amerika gelohnt. New York ist unglaublich schnelllebig und voller Talente. Hier muss der Pitch sitzen und auffallen. Uns hat das einen zusätzlichen Schub im Storytelling gegeben. Wir versuchen Elemente, die wir dort gelernt haben, in unsere Präsentationen hier in Deutschland einfließen zu lassen.



Konntet ihr Kundenkontakte knüpfen, um Partnerschaften oder Kooperationen auf dem US-Markt aufzubauen? Was macht sie aus?

Während des Aufenthaltes konnten wir vor allem Kontakte zu lokalen Strukturen wie der GACC und Investorennetzwerken aufbauen. Der US-Markt ist derzeit jedoch noch nicht unsere Zielgruppe, daher stand das Networking im Vordergrund.

Welchen Eindruck hat die New Yorker Start-up Szene auf euch gemacht? Welche Start-ups habt ihr im Rahmen des Programms kennen gelernt?

Wir waren überrascht, wie technik- und hardwarelastig die Start-up-Community in New York ist. Ich persönlich hatte eher mit FinTech-Start-ups und neuen Dienstleistungen gerechnet. Tatsächlich hatten wir die Möglichkeit, einen Start-up-Hub zu besuchen, der sich auf den Bereich Manufacturing konzentriert. Dort gab es Elektro-, Metall- und Holzwerkstätten und es wurde geschraubt. Wir fühlten uns dort eher wie in einer Werkstatt oder einer Schreinerei als in der Großstadt.

Wie lief das Treffen mit Business Angels und Venture Capital-Investoren? Habt ihr Deals abschließen können oder stand für euch das Networking im Vordergrund?

Wir wurden von einem amerikanischen VC betreut, der uns für den amerikanischen Markt coachte und uns auf die Pitch-Night vorbereitete. Während der intensiven Zusammenarbeit hatten wir bereits ein kleines Investorennetzwerk vor Ort kennengelernt, das wir gerne pflegen wollen. Derzeit planen wir jedoch noch keine konkreten Schritte auf dem US-Markt, sodass das Networking wie gesagt im Vordergrund stand.

Was war das Highlight für euer Start-up Tenta Vision?

Das Highlight war definitiv die abschließende Pitch-Night. Das Abendevent fand im 26. Stock in einer Location direkt hinter dem Rockefeller-Center mit Dachterrasse statt. Darauf hatten wir

uns intensiv vorbereitet, um unser Start-up vor amerikanischen Investoren zu präsentieren. Ein weiteres Highlight war unser Besuch des Start-up-Hubs in Brooklyn. In der ehemaligen Marinewerft sind ausgewählte Tech-Start-ups aus dem Fertigungsbereich untergebracht.

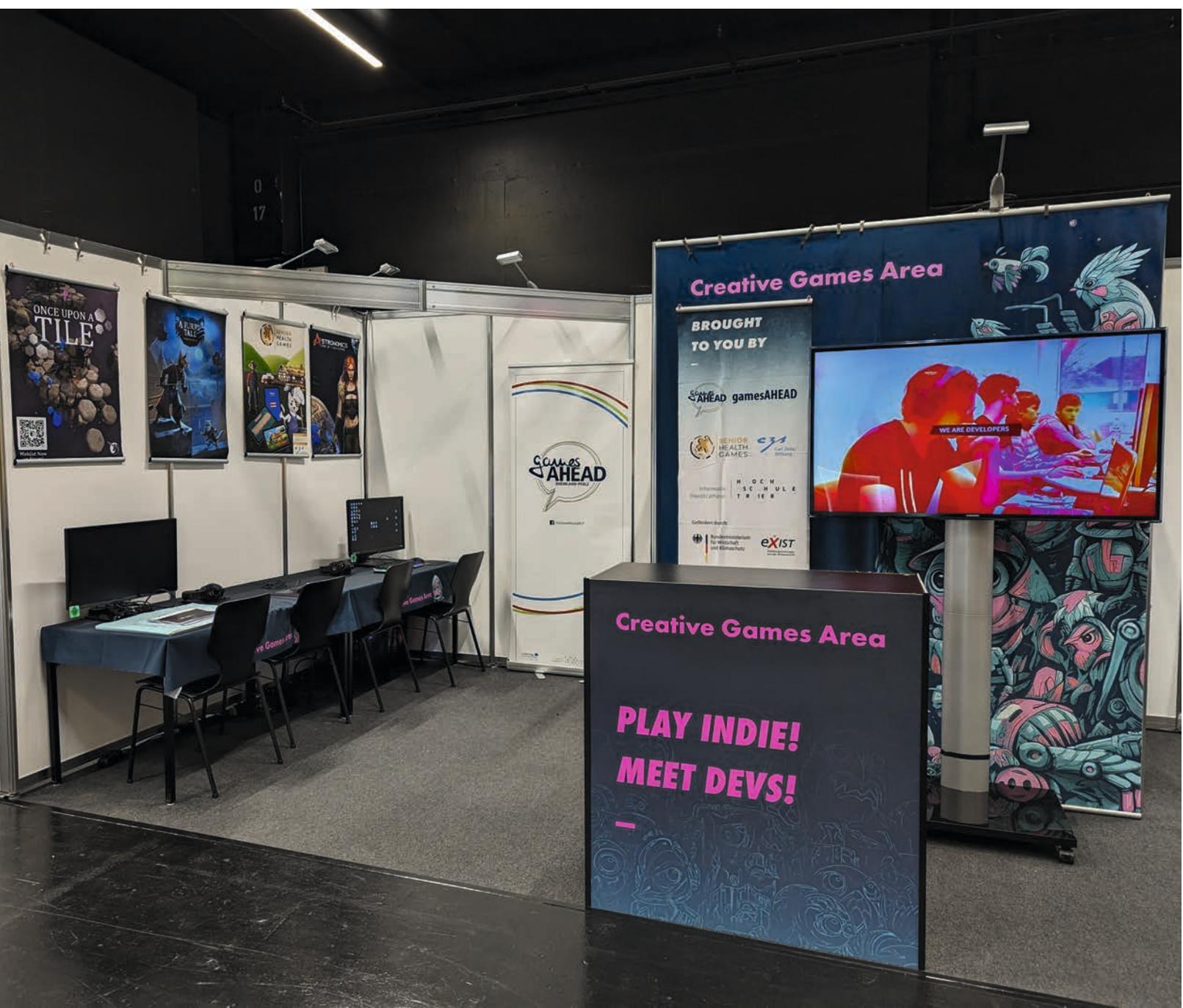
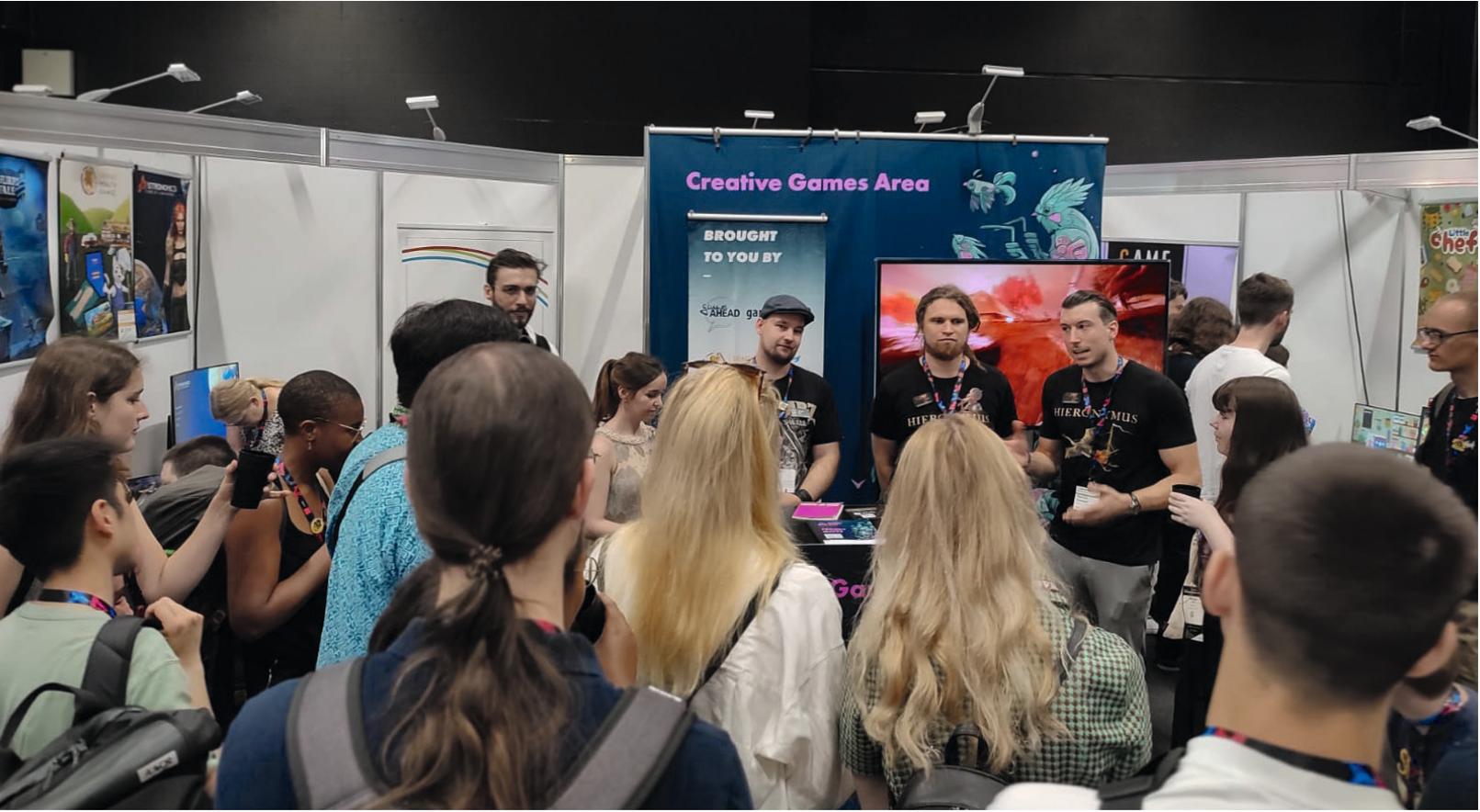
Was war euer persönliches Reise-Highlight?

Das Reisehighlight waren die sehr persönlichen und vielfältigen Einblicke, die wir in New York erhalten haben. An dieser Stelle gilt der GACC ein großes Dankeschön für die herausragende Organisation. Die Programmpunkte fanden an unterschiedlichen Orten innerhalb New Yorks statt, sodass wir verschiedene Anlaufstellen in ganz Manhattan kennenlernen durften. Die Termine führten uns durch verschiedene Büros in der Wall Street, nach Midtown und bis nach Brooklyn. Das absolute Highlight war dann die Afterhour im 64. Stock.

Was bringt die Zukunft? Kommt für euch eine US-Niederlassung in Frage?

Für uns kommt die Aufnahme von Geschäftstätigkeiten in den USA definitiv infrage. Wir unterhalten uns aktuell auch schon mit Unternehmen, die ihren Hauptsitz in der USA haben und beschränken unsere Leistung natürlich nicht nur auf den deutschsprachigen Raum. Eine amerikanische Niederlassung ist aktuell aber noch ein Stück weit Zukunftsmusik.







INNOVATIVE GAMES

GAMESCOM 2023

Die Gamescom, die weltweit größte Messe für Computer- und Videospiele, hat rund 320.000 Gaming-Enthusiasten und Branchenexperten aus aller Welt angezogen. Ein Teil der Messe stand ganz im Zeichen innovativer Spieleentwicklung und der Würdigung herausragender Talente in der Spieleindustrie. Präsentiert hat sich dort auch der Verein GamesAhead, der in enger Zusammenarbeit mit der Hochschule Trier ein neues Gemeinschaftsstand-Konzept mit dem Titel "Creative Games Area" geschaffen hat.

Am Stand stellten insgesamt 19 Teams aus der Hochschule und fünf bereits gegründete Unternehmen ihre Spiele aus.

Innovative Ideen und kreative Köpfe

GamesAhead, ein Verein mit Wurzeln in der Hochschule Trier, hat die Gamescom 2023 genutzt, um auf sich aufmerksam zu machen und die Bedeutung von Gründer*innen in der Games-Branche zu betonen. Der Verein, der sich auf die Förderung junger Talente und die Unterstützung von Gründern*innen in der Gaming-Industrie spezialisiert hat, betreibt am Paulusplatz in Trier auch einen Hub mit dem Namen Hubertta. Das Team von GamesAhead besteht aus Entwickler*innen, engagierten Studierenden und Alumni der Hochschule Trier, die alle eines gemeinsam haben: ihre Leidenschaft für Videospiele und ihre Vision, innovative Spiele zu entwickeln. Auf der Gamescom 2023 stellten sie ihre Projekte und Ideen vor, die von Gamification-Ansätzen in der Bildung bis hin zu neuartigen VR-Spielen reichten.

„Unsere Mission ist es, kreative Köpfe zu fördern und ihnen die Ressourcen und Unterstützung zu bieten, die sie benötigen, um in der Games-Branche Fuß zu fassen“, erklärte Julia Wolf, eine der Mitbegründerinnen von GamesAhead. „Wir glauben fest daran, dass die Zukunft

der Spieleentwicklung in den Händen von Gründerinnen und Gründern liegt, die unkonventionelle Ansätze und frische Ideen einbringen.“

Austausch und Networking

GamesAhead nutzte die Gamescom 2023 auch als Plattform für den Austausch zwischen aufstrebenden Entwickler*innen und etablierten Größen der Spieleindustrie. „Die Gamescom ist der ideale Ort, um die nächste Generation von Spieleentwickler*innen zu inspirieren und zu unterstützen“, sagte Manuel Buß, Organisator der Creative Games Area und Mitglied von GamesAhead. „Wir sind stolz darauf, die Hochschule Trier und ihre herausragenden Studiengänge im Bereich der Spieleentwicklung zu repräsentieren.“

Eine vielversprechende Zukunft für Games

Die Gamescom 2023 war für GamesAhead und die Hochschule Trier ein großer Erfolg und hat das Bewusstsein für die Arbeit des Vereins in der Gaming-Industrie weiter gestärkt. Die Gamescom 2023 war nicht nur ein Schauplatz für aufregende Spielankündigungen, sondern auch eine Bühne für vielversprechende Talente und Gründer*innen, die zeigen, dass die Games-Branche stets auf der Suche nach frischen Ideen und Innovationen ist. Wir dürfen gespannt sein, welche kreativen Projekte und Entwicklungen die Zukunft bereithält.





© Bastian Franz

STARTUP CAMP 2023

INNOVATIVE GRÜNDUNGSIDEEN AUS DER REGION AUSGEZEICHNET

Mit viel Leidenschaft und teils wenig Schlaf wurde beim Startup Camp 2023 an Geschäftsmodellen gefeilt. Unter viel Applaus erhielten drei Konzepte ein Preisgeld.

Es war ein bisschen wie die Trierer Version des bekannten Fernsehformats „Die Höhle der Löwen“: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer hatten nur drei Minuten Zeit, die Jury von ihren Ideen zu überzeugen. Dieser „Pitch“ und die anschließende Siegerehrung waren Abschluss und Highlight des Startup Camps Trier, das von Universität, Hochschule und der Wirtschaftsförderung Trier veranstaltet wurde. Zwei Tage hatten die 25 Teilnehmenden unter professioneller Anleitung an ihren 17 Gründungsideen gearbeitet. Drei Konzepten gelang es am Ende, sich gegenüber den Mitbewerbern durchzusetzen. Die Gewinnerinnen und Gewinner konnten jeweils ein Preisgeld von 1.500 Euro mit nach Hause

nehmen, das von der Sparkasse Trier, der Volksbank Trier eG und den Stadtwerken Trier gestiftet wurde.

Nachhaltige Gründungsideen

Mit ihrer Gründungsidee „Foosa“ (Food save) begeisterten Karl Müller und Moritz Maubach die Jury. Die beiden Entrepreneurship-Studierenden der Hochschule Trier wollen eine App auf den Markt bringen, mit der die Supermärkte Waren vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums gezielt bewerben können.

Die Gründer Martin Gerten und Max Sprengler adressieren mit „NewTecConsulting“ kleine und mittelständische Unternehmen. Häufig werden heute zum Beispiel noch Mitarbeitende um die halbe Welt geschickt, um einfache Fehleranalysen und -behebungen durchzuführen. Dies könnte dank Prozessinnovationen und dem Ein-



satz von Virtual und Augmented Reality bald der Vergangenheit angehören.

Ebenfalls mit einer nachhaltigen Idee gelang es Moritz Scherer und Leon Rauch beim Pitch zu überzeugen. Die passionierten Radfahrer wollen in Trier und Umgebung mit ihrer Idee die Fahrradinfrastruktur bereichern. Dabei soll das Angebot der neuartigen Stationen weit über das Laden von E-Bikes hinausgehen.

Impulsvorträge und Mentor*innen

Aufgrund der Vielzahl unterstützenswerter Ideen sei die Auswahl der Gewinner*innen nicht einfach gewesen, hörte man von der fünfköpfigen Jury bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern von Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer, Wirtschaftsförderung, Hochschule und Universität Trier. Mit sehr viel Engagement und begleitet von Impuls-Vorträgen hatten die Teilnehmenden des Startup Camps daran gearbeitet, aus ihren Ideen Geschäftsmodelle zu entwickeln. Manch einer war bis tief in die Nacht damit beschäftigt.

Teilnehmen am Startup Camp konnte jede und jeder mit einer Gründungs-idee. Es fand in diesem Jahr zum vierten Mal statt. Während die letzte Ausgabe aufgrund der Corona-Pandemie

online veranstaltet werden musste, konnten sich die Teilnehmenden nun in der Bobinet Akademie treffen, was gerade das Netzwerken einfacher machte. Denn das Besondere am Startup Camp ist unter anderem der Austausch mit Mentorinnen und Mentoren. Hierzu zählen erfolgreiche Unternehmensgründerinnen und -gründer aus der Region.

Potenzial der Region Trier

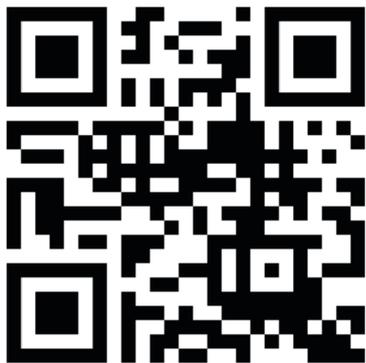
Darunter war auch Unternehmer Gregor Demmer, der in seinem Schlüsselvortrag die Gründungsbegeisterten motivierte. Laut seiner Aussage haben Trier und die Region ein großes Potenzial noch mehr Start-ups hervorzubringen und Fachkräfte vor Ort zu halten. Die digitale Arbeitswelt macht es möglich, Projekte auch fernab der großen Start-up-Zentren wie Berlin oder Düsseldorf zu entfalten.

Unterstützt werden Personen, die gründen wollen, jederzeit beim gemeinsamen Gründungsbüro von Hochschule und Universität und der Wirtschaftsförderung Trier.

Das Startup Camp 2024 findet am 25. & 26. April wieder statt. Nähere Informationen folgen in Kürze auf www.startupcamp-trier.de.



Aktuelle Veranstaltungen findet ihr hier:
www.gruenden-trier.de



Hauptcampus
Campus Gestaltung
 Umwelt-Campus Birkenfeld

IMPRESSUM

GRÜNDUNGSSTOFF

für Gründungsinteressierte der Hochschule Trier.

Herausgeber

Hochschule Trier, Gründungsservice

Ansprechpartnerin

Lisa Lill-Kochems, Tel. +496782 17-1591

E-Mail: lill@hochschule-trier.de

Redaktion und Gestaltungskonzept

Ira Schardong, Tel. +49651 8103-746

E-Mail: schardon@hochschule-trier.de

Verantwortlich im Sinne des Presserechts

Hochschule Trier

Fotografien

Fotografien verantworten die Beitragenden.

Adresse

Hochschule Trier | Schneidershof | 54293 Trier
Umwelt-Campus Birkenfeld | Campusallee |
55768 Hoppstädten-Weiersbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck nur
mit Genehmigung des Herausgebers.

H O C H
S C H U L E
T R I E R