

## Die Zielgruppe

„sbm goes hightech“ richtet sich an Studierende und MitarbeiterInnen aller Fakultäten ebenso wie an externe Interessenten, die sich bereits die Frage gestellt haben, ob eine technologieorientierte und wissensbasierte Selbstständigkeit eine Alternative zum Angestelltenverhältnis sein kann.

## Die Veranstaltungen im „sbm goes hightech“

Die Module sind als Zusatzfach mit einem Volumen von insgesamt ca. 30 Zeitstunden konzipiert. Die Veranstaltungen finden am Wochenende statt – ganz im Interesse der vorwiegend unternehmerisch tätigen Referenten und vieler TeilnehmerInnen. Die Teilnehmerzahl ist auf 20 Personen begrenzt.

## Der Abschluss

Aufgrund des aufeinander aufbauenden Gesamtkonzeptes sollte grundsätzlich eine Teilnahme an allen Veranstaltungen angestrebt werden.

Absolventen erhalten für die gesamte Veranstaltung eine aus sagekräftige Zertifizierung.

## Die Anmeldung

Die sbm-Veranstaltungen werden jeweils im November eines Jahres mit einer Auftaktveranstaltung eröffnet. Hier erhalten die Interessenten ausführliche Informationen zum gesamten Programm. Das Anmeldeverfahren zu den „sbm goes hightech“-Kursen startet im Anschluss an die Veranstaltung. Im Vorfeld besteht die Möglichkeit, sich im Internet unter [www.sbm-duisburg.de](http://www.sbm-duisburg.de) oder im sbm-Büro zu informieren.

Weitere Informationen im sbm-Büro  
Gebäude LB, Raum 222  
Telefon: 0203/ 379 - 2639  
Telefax: 0203/ 379 - 5005  
E-mail: [sbm@uni-due.de](mailto:sbm@uni-due.de)  
[www.sbm-duisburg.de](http://www.sbm-duisburg.de)

**Universität Duisburg-Essen**  
**Campus Duisburg**  
**sbm - small business management**  
**LB 222**  
**Lotharstr. 65**  
**47057 Duisburg**



# small business management

Unternehmensgründung/ -übernahme  
Unternehmensführung in Kleinbetrieben

## Lehrveranstaltung „sbm goes hightech“



Von der Idee  
zur Innovation...

Ein Programm der  
Universität Duisburg-Essen  
Campus Duisburg



## Hightech meets Business Administration

Untersuchungen zufolge ist die Mehrheit der technologieorientierten und wissensbasierten Unternehmensgründer dadurch gekennzeichnet, dass sie über umfassendes technisches Know-how verfügen. Jedoch fehlt ihnen zumeist die relevante betriebswirtschaftliche und rechtliche Expertise. „sbm goes hightech“ eröffnet den TeilnehmerInnen die Chance, Defizite abzubauen, ihren Horizont zu erweitern und sich auf die zukünftigen Herausforderungen als Unternehmensgründer optimal vorzubereiten.

### Was ist „sbm goes hightech“?

Das vom Projekt „small business management“ ausgerichtete Zusatzmodul „sbm goes hightech“ ist ein erweitertes Lehrangebot der Universität Duisburg-Essen am Campus Duisburg. Es wurde speziell auf die Bedürfnisse von technologieorientierten und wissensbasierten Unternehmensgründern zugeschnitten. Dieser Lehrgang bietet seinen TeilnehmerInnen eine optimale Vorbereitung auf die zukünftigen Aufgaben als Gründer und will eine Brücke zwischen technologischem und betriebswirtschaftlichem Denken bauen. Darüber hinaus werden in Vorträgen, Seminaren und Workshops das betriebswirtschaftliche Verständnis geschult und unternehmerische Fähigkeiten trainiert.

### Ziel der Veranstaltungen

Das generelle Ziel von „sbm goes hightech“ besteht in der Vermittlung von hinreichenden BWL-Kenntnissen an die Seminar-TeilnehmerInnen. Der zukünftige Gründer ist dann in der Lage, bei seinem unternehmerischen Handeln sowohl sein technologisches als auch das kaufmännische Know-how optimal einzusetzen.

## Die sechs Module

Der Lehrgang „sbm goes hightech“ beinhaltet sechs Module:

### 1 MODUL 1: Finanzierung

Das Modul verhilft den GründerInnen von technologieorientierten und wissensbasierten Unternehmen eine Finanzierungsplanung zu erstellen, um damit ein langfristiges und sicheres Finanzierungsfundament für einen erfolgreichen Start zu legen.

Schwerpunkte des Moduls:

- Ermittlung des Finanzbedarfs,
- Vorstellung und Identifikation von Finanzierungsquellen,
- intensive Vorbereitung auf Investorengespräche.

### 2 MODUL 2: Patent- und Lizenzrecht

Gerade für technologieorientierte und wissensbasierte StartUps ist es wichtig, ihre innovative Idee schützen zu lassen. Dadurch können sie einerseits einen eventuellen Wettbewerbsvorsprung für einen längeren Zeitraum beibehalten und andererseits mögliche Verluste durch Nachahmung der Konkurrenten vermeiden.

Schwerpunkte des Moduls:

- Überblick über gewerbliche und technische Schutzrechte,
- Schutzmechanismen bei Angriff von Dritten und
- weitgehend individuelle Patent- und Lizenzrechtsberatung

### 3 MODUL 3: Innovationsmanagement

Eine Besonderheit für Technologieunternehmen ist der vergleichsweise kurze Lebenszyklus eines Produktes. Hierdurch besteht für das Unternehmen die Notwendigkeit, sich schnell und flexibel neuen Herausforderungen anzupassen.

Schwerpunkte des Moduls:

- Einführung in die Grundlagen des Innovationsmanagements,
- systematische Ideenentwicklung sowie
- Umsetzung, Überprüfung und Bewertung von Ideen.

### 4 MODUL 4: Risikomanagement

Das Modul ist aufgrund vielfältiger Unternehmensrisiken wie der Kurzlebigkeit von Produkten, dem starken Wettbewerb und fehlenden Vergleichsmöglichkeiten enorm wichtig für StartUps im technologieorientierten und wissensbasierten Bereich.

Schwerpunkte des Moduls:

- Risiken einschätzen und in Entscheidungen berücksichtigen,
- Gegensteuerung bei Veränderungen und
- Einführung in geeignete Steuerungsinstrumente.

### 5 MODUL 5: Projektmanagement

Die Entwicklung eines innovativen Produktes kann sich über einen längeren Prozess hinziehen. Der Geschäftsidee zugrunde liegende Annahmen können sich dabei so verändern, dass Anpassungen notwendig sind. Abhängig vom Komplexitätsgrad der Innovation kann es schwierig sein, mit entsprechenden Maßnahmen schnell gegenzusteuern.

Schwerpunkte des Moduls:

- Systematisches Planen von Projekten,
- Erfolgskontrolle und ggf. frühzeitige Problemerkennung und -behebung.

### 6 MODUL 6: Marketing

Hightech-Produkte sind sehr erklärungsbedürftig und stellen aufgrund ihrer langen Entwicklungszeiten besondere Produkte für ein Unternehmen dar. Für das Marketing ergeben sich daraus ganz spezifische Anforderungen.

Schwerpunkte des Moduls:

- Verständnissvolle Kommunikation von Hightech-Produkten,
- Ausarbeitung von individuellen Marketingstrategien.