

Award-Marketing

"Nichts zu verlieren, aber viel zu gewinnen"

29.07.2009 | Autor: Arne Wellding | 0 Kommentare



Martin Schlichte, Lecturio

Beim **Leipziger UGB-Gründerpreis** erhielt die Internet-Plattform **Lecturio** den Sonderpreis – und gewann damit ihren ersten Wettbewerb. Gründer Martin Schlichte erzählt im Interview, warum junge Unternehmen mit der Teilnahme bei Business-Wettbewerben nichts zu verlieren haben – aber viel zu gewinnen.

biz-AWARDS: Warum haben Sie am UGB-Gründerpreis teilgenommen?

Martin Schlichte: "Als wir im Dezember 2008 unsere Bewerbungsunterlagen eingereicht haben, waren wir gerade erst ein paar Tage mit Lecturio online und noch nicht sehr bekannt. Wir wollten ein kompetentes Feedback zu Lecturio erhalten und einen ersten Schritt in Richtung Öffentlichkeit gehen. Daher erschien uns die Teilnahme an einem Businessplan-Wettbewerb sinnvoll."

biz-AWARDS: Wie viel Vorbereitungszeit erfordert die Teilnahme?

Martin Schlichte: "Der gesamte Zeitaufwand lässt sich schwer abschätzen. Man sollte aber mindestens zwei Arbeitstage für eine ernsthafte Bewerbung einplanen. Erstmal muss man ja herausfinden, welcher Wettbewerb überhaupt für eine Teilnahme in Frage kommt. Dank der biz-AWARDS-Seite ging das schneller.

Dann muss man recherchieren: Wer ist teilnahmeberechtigt? Wie ist der Ablauf? Was ist der Fokus des Wettbewerbs? Wir als IT-Unternehmen aus der e-Learning-Branche können uns ja schlecht bei einem Preis für Bio- oder Solartechnologie bewerben.

Das Einreichen selbst ist unkompliziert. Das geht heute oft mit Hilfe von Online-Formularen. In der Wettbewerbsphase muss man bei mehrstufigen Wettbewerben natürlich mehr Zeit aufwenden als bei einstufigen. Dazu kommen ggf. Jury-Sitzungen, wenn man die Finalrunde erreicht."

biz-AWARDS: Worauf achten Sie bei der Bewerbung?

Martin Schlichte: "Eine Bewerbung sollte einerseits sachlich fundiert sein – also etwa bei einem Gründerwettbewerb Geschäftsidee, Kundennutzen und eine durchdachte Finanzplanung herausstellen. Gleichzeitig sollten die Unterlagen leserfreundlich und vor allem verständlich sein. Darum haben wir auch auf ein einheitliches Schriftbild geachtet und saubere grafischen Abbildungen und Tabellen.

Wichtig ist außerdem, sich an die Vorgaben des jeweiligen Wettbewerbs zu halten. Je nach Wettbewerb reicht ein Executive Summary für die Teilnahme an der ersten Stufe aus. Bei anderen wird ein vollständiger Businessplan mit Marktanalyse und Finanzplanung verlangt – etwa beim UGB-Gründerpreis. Dazu zählt auch die fristgerechte Abgabe. Damit hat man die erste Hürde zur erfolgreichen Teilnahme an einem Wettbewerb schon mal genommen."

biz-AWARDS: Wie geht es weiter?

Martin Schlichte: "Bei mehrstufigen Wettbewerben werden oft kostenlose Coachings angeboten. Hier helfen erfahrene Unternehmer, Rechtsanwälte und Banker beim Entwickeln bzw. Ausreifen der Geschäftsidee.

Nach der Abgabefrist erhalten die besten Bewerbertteams dann oft die Chance, sich und ihre Geschäftsidee fünf bis zehn Minuten vor einer Fachjury zu präsentieren. Das ist eine gute Übung, weil man sich davor mit seinem Produkt noch einmal intensiv auseinandersetzen muss.

Wir wurden zum Beispiel zu unserer Technik befragt und zu unternehmerischen Aspekten. Auf jeden Fall macht es Spaß, wenn man die Fragen sicher beantworten kann und diese 'Prüfung' erfolgreich abschließt."

biz-AWARDS: Worauf kommt es bei der Jury-Sitzung an?

Martin Schlichte: "Der erste Eindruck zählt, aber der zweite muss dem ersten auch gerecht werden. Das heißt, man sollte sich angemessen kleiden und ordentlich vorbereiten. Der beste Anzug bringt aber nichts, wenn Fragen zu Finanzierungskonzept oder Kundennutzen nicht plausibel beantwortet werden können.

Bei manchen Wettbewerben gibt es mehrere Jury-Vorstellungen. Da kann man sich von mal zu mal weiter entwickeln und wird mit der Zeit sicherer. Und besonders wichtig: Auch bei schwierigen Fragen nicht aus der Fassung geraten!"

biz-AWARDS: Lohnt sich eine Teilnahme, auch wenn man nicht gewinnt?

Martin Schlichte: "Ganz klar – schon aufgrund der wertvollen Tipps bei den Seminaren, etwa zu Rechtsfragen, Buchhaltung oder Steuerrecht. Wo sonst bekommt man so viel – und vor allem kostenlosen – Support bei der Entwicklung seiner Geschäftsidee und dem Aufbau seines Unternehmens?"

Außerdem kann man sich mit anderen Teilnehmern über bisherige Gründer-Erfahrungen austauschen. Hin und wieder kommt es sogar zu Zusammenarbeiten. Eine Wettbewerbsteilnahme ist somit eine gute Gelegenheit, um neue Geschäftsbeziehungen zu knüpfen. Mit dem passenden Wettbewerb und einer gründlichen Vorbereitung hat man nichts zu verlieren, aber viel zu gewinnen!"

biz-AWARDS: Planen Sie weitere Teilnahmen?

Martin Schlichte: "Ja, wir haben uns mit Lecturio aktuell noch bei anderen Wettbewerben beworben. Da kann ich noch aber noch nichts zu sagen, weil die sich noch in der Jury-Phase befinden. Wir hoffen natürlich, auch dabei die Endrunde zu erreichen und einen Preis zu gewinnen."

biz-AWARDS: Danke für das Interview und viel Glück für Lecturio.

Zum Unternehmen

Jedem jederzeit Zugang zu exzellentem Wissen ermöglichen: Unter diesem Motto gründete Martin Schlichte zusammen mit Tim Koschella im Juli 2008 Lecturio. Die Internet-Plattform zeichnet Vorlesungen, Konferenzen und Seminaren auf und macht diese durch e-Vorlesungen und e-Vorträge im Internet verfügbar. Studenten können so ihre Vorlesungen zu Hause vor- und nachbereiten.

Lecturio GmbH
Karl-Heine-Str. 99
04229 Leipzig
info@lecturio.de
www.lecturio.de

weitere Nachrichten

- ▶ Langfristiger Nutzen durch wiederholte Preisbewerbung!? – Teil 4: weniger Bewerbungsaufwand
- ▶ Langfristiger Nutzen durch wiederholte Preisbewerbung!? – Teil 3: Anregungen für den internen Verbesserungsprozess
- ▶ Langfristiger Nutzen durch wiederholte Preisbewerbung!? – Teil 2: Warum dieser Wettbewerb?
- ▶ Langfristiger Nutzen durch wiederholte Preisbewerbung!? – Teil 1: Wer plant, gewinnt mehr
- ▶ Preisgelder für im Beruf erbrachte Leistungen sind steuerpflichtig
- ▶ Mit Awardmarketing an die Spitze der Marketingpyramide – Teil 3
- ▶ Mit Awardmarketing an die Spitze der Marketingpyramide – Teil 2
- ▶ Mit Awardmarketing an die Spitze der Marketingpyramide
- ▶ Wann müssen Steuern auf Preisgelder gezahlt werden? (Update)
- ▶ Wettbewerb contra Netzwerk?
- ▶ Steuern auf Preisgelder: Ja oder Nein?
- ▶ Teilnahme an Gründerwettbewerben fördert den Start-up
- ▶ 'Aufmerksamkeit, Anerkennung, Aufträge'
- ▶ DIE WELT: Preise steigern Markenwert
- ▶ "Beste Voraussetzungen" - Wie Unternehmer Wettbewerbe nutzen
- ▶ Woran erkennt man einen guten Preis?