

Nexster meets Komponentenportal: Schlauer gründen mit Komponenten
Dienstag, 15.11. und Mittwoch, 16.11.2016

BEWERBUNGSFORMULAR GRÜNDERWETTBEWERB

Die Bewerbung besteht aus 4 Seiten:

- Seite 1: Ihre Kontaktdaten
- Seite 2: Eine Kurzbeschreibung Ihrer Idee auf 1 Seite anhand von 6 Leitfragen
- Seite 3: Die Entrepreneurship-Checkliste zum Ankreuzen
- Seite 4: Eine ausführlichere Darstellung Ihrer Idee anhand des Business Model Canvas

Bearbeitungshinweise

Laden Sie das komplette Dokument herunter, und speichern Sie es ab.

Senden Sie Ihre ausgefüllte Version **bis zum 16.10.2016 (SO)** per Mail an: nexster@hs-hannover.de

Sie werden vermutlich nicht alles sofort beantworten können. Das ist normal. Die Fragen sind schwer.

Beantworten Sie alles offen und ehrlich. Wenn Sie eine Frage nicht beantworten bzw. ein bestimmtes Feld nicht ausfüllen können, lassen Sie es frei.

Sie können die Felder per Hand, Schreibmaschine oder am Rechner ausfüllen. Hauptsache, wir können es lesen.

Wenn Sie zusätzliche Informationen zu Ihrer Idee haben, schicken Sie sie uns gern. Das ausgefüllte Formular benötigen wir trotzdem.

Workshops zur Bewerbung

Wir bieten Ihnen zur Bearbeitung Ihrer Bewerbung zwei Workshops an. An diesen Terminen helfen wir Ihnen, Ihre Bewerbung auszufüllen und beantworten Ihre Fragen.

Bewerbungs-Workshops:	Donnerstag, 15.09.16 (17-20 Uhr)	Hochschule Hannover, Fakultät IV Ricklinger Stadtweg 120, 30459 Hannover
Canvas-Coaching mit Prof. Dr. Lehmann	Freitag, 30.09.16 (16-19 Uhr)	Anmeldung erforderlich unter: Tel. 0511-9296-2337, nexster@hs-hannover.de

Und jetzt: Viel Erfolg! Wir freuen uns auf Ihre Idee!
Ihr Nexster-Team

Seite 1: Ihre Daten (Pflichtfelder sind mit einem * gekennzeichnet)

Ihre Daten werden nur für die Bearbeitung Ihrer Bewerbung gespeichert, sie werden nicht weitergegeben.

Idee und Ansprechpartner	
Titel/Bezeichnung der Idee*	
Gründer/innen* (Vorname, Name)	1. 2. 3. 4. 5.
Ansprechpartner/in* (1 Ansprechpartner pro Team)	Vorname, Name:
Kontaktdaten*	E-Mail-Adresse: Telefon: Anschrift:
Gründungsdatum (wenn noch nicht gegründet, dann zu wann geplant)?	
Ihr Status (bitte ankreuzen)	<input type="checkbox"/> Angehörige(r) der Hochschule Hannover <input type="checkbox"/> Angehörige(r) einer anderen Hochschule <input type="checkbox"/> Gründer/in aus der Region Hannover <input type="checkbox"/> Nutzer/in des Komponentenportals <input type="checkbox"/> Sonstige
Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?	

Seite 2: Kurzbeschreibung Ihrer Idee (Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen auf einer Seite.)

Was wollen Sie machen?

Wer soll sich dafür interessieren?

Was ist schlecht bzw. was fehlt bei bestehenden Angeboten?

Was werden Sie anders machen?

Was haben Ihre Kunden davon?

Woraus genau wird Ihr Angebot bestehen?

Seite 3: 10-Punkte-Checkliste zum Entrepreneurial Design (Bitte kreuzen Sie für jede Frage eine Antwort an.)

Frage	Erläuterung	Ehrliche Selbsteinschätzung
1. Verfügt Ihre Idee über klare Marktvorteile im Vergleich zu bestehenden Angeboten?	Hat Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung eine deutlich bessere Qualität? Erfüllt es seine Funktion besonders gut? Haben Sie deutliche Kostenvorteile? Oder einen einzigartigen Marktzugang? Stiftet Ihr Angebot einen besonderen Nutzen?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
2. Haben Sie sich einen klaren Vorsprung vor Imitatoren gesichert?	Alles, was gut ist, wird kopiert! Ist es für Wettbewerber einfach, Sie zu imitieren? Wie interessant ist es für Dritte, in Ihren Markt oder Ihre Marktnische einzudringen? Wie gut ist Ihre Idee insgesamt vor Nachahmern geschützt?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
3. Kommen Sie mit möglichst wenig Startkapital aus?	Können Sie Ihre Idee ohne größere Kredite umsetzen? Können Sie sie ggf. schrittweise realisieren und Ihr Wachstum durch eigene Einnahmen finanzieren? Ist es möglich, teure Bestandteile auszulagern? Brauchen Sie ggf. gar kein fremdes Geld für die Umsetzung?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
4. Haben Sie das Marketing in Ihr Entrepreneurial Design integriert?	Ist Ihre Idee „sexy“, ausgefallen oder gar „schräg“? Tun Sie etwas Gutes? Verändern Sie mit Ihrer Idee die Welt zum Besseren? Legen Sie sich mit den Großen an?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
5. Steht Ihr Entrepreneurial Design auf mindestens zwei Beinen?	Haben Sie mehr als ein Alleinstellungsmerkmal? Schlafen Sie trotzdem ruhig, wenn ein Konkurrent ein vergleichbares Produkt zum halben Preis anbietet?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
6. Ist Ihr Konzept skalierbar?	Können Sie ohne größere Veränderungen Ihren Umsatz verdoppeln oder gar verzehnfachen? Steigen mit zunehmendem Umsatz Ihre Kosten deutlich unterproportional oder fast gar nicht?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
7. Ist Ihre Idee einfach?	Würde Ihre Großmutter Ihre Idee auf Anhieb verstehen? Können Sie den Kern Ihrer Idee in 10 Sekunden erklären? Sagen Dritte, wenn Sie von Ihrer Idee hören, „Mensch, da hätte ich auch drauf kommen können“?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
8. Kennen Sie Ihre Zielgruppen?	Wissen Sie, wer sich für Ihr Produkt besonders interessiert und warum? Können Sie Ihre wichtigste Zielgruppe genau beschreiben und klar von der Masse aller abgrenzen? Wissen Sie, wo sie Ihre Zielkunden möglichst einfach erreichen?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
9. Haben Sie die Risiken minimiert?	Haben Sie die Kernannahmen Ihrer Idee (Zahlungsbereitschaft, technisches Prinzip, Design usw.) getestet? Gibt es einen Prototyp? Beruhen Ihre Annahmen auf echten Rückmeldungen potenzieller Kunden?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht
10. Passt Ihre Idee zu Ihnen?	Haben Sie Erfahrung in dem Bereich, in dem Sie starten wollen? Denken Sie schon länger (> 1 Jahr) über Ihre Idee nach? Entspricht die Idee Ihren persönlichen Vorlieben und Ihren Interessen? Haben Sie überhaupt Zeit, die Idee umzusetzen?	[] nein [] zum Teil [] ja [] weiß nicht

Seite 4: Business-Modell-Canvas (Bitte füllen Sie die 9 Segmente stichwortartig aus.)

8. Schlüsselpartner	7. Schlüsselaktivitäten	2. Wertangebote	4. Kundenbeziehungen	1. Kundensegmente
	6. Schlüsselressourcen		3. Kanäle	
9. Kostenstruktur		5. Einnahmequellen		