



Gründerstipendium NRW

Ideenpapier

(max. 7 Seiten)

Angaben zu den Gründenden	
<i>Bei zweier Teams bzw. Einzelgründungen sind die entsprechenden Extrafelder einfach frei zulassen. Bei Teamgründungen beinhaltet die Nummerierung keine Wertung; alle sind hierbei gleichberechtigt.</i>	
1. Gründer/in: Name	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
Adresse (Straße, PLZ, Ort)	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
Telefonnummer	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
E-Mail	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
2. Gründer/in: Name	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
Adresse (Straße, PLZ, Ort)	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
Telefonnummer	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
E-Mail	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
3. Gründer/in: Name	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
Adresse (Straße, PLZ, Ort)	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.



Telefonnummer	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
E-Mail	Klicken Sie hier, um Text einzugeben.

1. Kurzzusammenfassung (kann für Öffentlichkeitsarbeit verwendet werden)

Kurze, knappe, allgemein verständliche und aussagekräftige Zusammenfassung der Geschäftsidee, des Kunden- bzw. Marktnutzens sowie der Zukunftsaussichten

An dieser Stelle liegt der Fokus auf den drei K: erläutere deine Idee kurz, kompakt und konkret. Jede*r Außenstehende sollte direkt erfassen, worum es geht und welchen MEHRWERT deine Idee mit sich bringt. Du kannst die Zusammenfassung mit dem Abstract einer Bachelor-Arbeit vergleichen. Die Zusammenfassung soll „Lust auf mehr“ machen und Leser*innen in dein Thema hineinziehen.

Fiktives Beispiel: Lifti, der Treppenlift

Bei unserer Geschäftsidee handelt es sich um Lifti, den Treppenlift – einen innovativen Ansatz, um Treppen barrierefrei zu überwinden. Lifti verzichtet auf herkömmliche Stromquellen und wird mittels Solarenergie angetrieben. Zusätzlich ist er durch seine einfache Sprachsteuerung auch für ältere Kund*innen gut zu nutzen, die durch ein eingeschränktes Sehfeld nicht mehr in der Lage sind, kleine Knöpfe zu bedienen. Durch die nachhaltige Stromnutzung kann Lifti an Treppen in privaten Häusern, aber genauso auch im öffentlichen Raum genutzt werden.

2. Geschäftsidee

Welches konkrete Problem oder Bedarf adressiert das Vorhaben?

Wie wird das Problem gelöst?

Wie lässt sich mit der Geschäftsidee Geld verdienen?

Wodurch ergibt sich ein Kundennutzen?



An Punkt 2 geht ihr konkret auf das Problem ein, das ihr mit eurer Idee beheben wollt! Zeigt den Lösungsweg und den Mehrwert für eure Zielgruppe auf:

Das Problem: Gehbehinderte oder gehandicapte Menschen stehen häufig vor der Herausforderung, Treppen überwinden zu müssen. Ob daheim im privaten Raum oder auch in der Öffentlichkeit, insbesondere bei Treppenzugängen zu U-Bahn-Stationen etc. gibt es keine barrierefreien Lösungen.

Die Lösung: Lifti – eine kostengünstige, solarbetriebene Liftalternative für Treppen – kann Abhilfe schaffen. Die Geschäftsidee zielt sowohl auf den B2B als auch auf B2C-Sektor ab und kann so gleich mehrere Zielgruppen bedienen. Über den Onlineshop werden Privatpersonen sowie auch Sanitärhäuser im B2B Bereich direkt beliefert.

Der Kundennutzen ist deutlich sichtbar: Hindernisse, die erst nicht zu überwinden waren, können nun ganz einfach mit Lifti bewältigt werden. Für gehbehinderte oder gehandicapte Personen stellt dies eine große Erleichterung da. Der Kundennutzen ist enorm groß, da Lifti nicht nur im privaten, sondern auch im öffentlichen Raum zum Einsatz kommen kann. Zwar müssen sich auf der einen Seite Endverbraucher natürlich selbst einen Lifti kaufen, auf der anderen Seite müssen die Städte und Kommunen dafür sorgen, dass Liftis in öffentlichen Treppenaufgängen angebracht werden. Die Installation ist jedoch schnell und einfach, zudem unterstützen von uns geschulte Service-Monteure beim Einbau. Weiterhin soll angestrebt werden, dass Krankenkassen auch einen Teil der Anschaffungskosten übernehmen. Hier laufen aktuell die Verhandlungsgespräche.



3. Produkt oder Dienstleistung

Was ist das Alleinstellungsmerkmal des Produktes oder der Dienstleistung?

Welche Entwicklungsschritte müssen noch unternommen werden?

Wie hoch ist der Innovationsgrad? Wie neu ist das Produkt oder die Dienstleistung?

Stellt an dieser Stelle klar heraus, was euch von der Konkurrenz unterscheidet. Was müsst ihr noch tun, um die nächsten Schritte zu gehen? Was plant ihr, um eure Produkte oder Dienstleistung auf dem Markt zu etablieren?

Lifti ist in seiner Art und Weise einmalig auf dem Markt, da sich das Produkt deutlich von der Konkurrenz abgrenzt. Natürlich gibt es bereits Treppenlifte auf dem Markt (zum Beispiel den Anbieter „HochHinaus“ oder die Komplettlösung „Treppen sind Schnee von gestern“), jedoch ist das von uns entwickelte Produkt im Unterscheid zu den bisherigen Lösungen solarbetrieben und aus Aluminium gefertigt, also nachhaltig und sehr viel leichter und günstiger als die Konkurrenz. Aktuell wird zudem an einem kostengünstigen Motor gearbeitet. Das Kerngerüst ist bereits entwickelt. Da der Motor komplett durch Solarenergie betrieben wird und das Gerüst aus Aluminium besteht, ist der Innovationsgrad sehr hoch. Zum aktuellen Zeitpunkt gibt es kein anderes Produkt, welches diesen Innovationsgrad aufweisen kann. Zusätzlich wird der Innovationsgrad durch die Sprachsteuerung des Lifts nochmals gesteigert. Wie eingangs erläutert, können die Nutzer*innen Lifti entweder über eine Tastatur oder über die Sprachsteuerung bedienen.

4. Branche, Markt, Wettbewerb

Wer sind die Kunden für das Produkt oder die Dienstleistung?

Welcher Markt soll erreicht werden?

Wer sind mögliche Partner?

Denkt hier an den Mehrwert, den eure Idee den Konsumenten bietet. Es ist immer gut, eine Zielgruppe zu definieren, aber noch besser ist es, Persona zu identifizieren.

Die Kunden von Lifti sind auf der einen Seite gehandicapte Privatpersonen: Gehandicapte Personen können ältere Menschen sein, aber auch Personen, die durch Unfälle in ihrer Mobilität beeinträchtigt sind. Auf der anderen Seite stehen Wiederverkäufer (Sanitätshäuser, Seniorenprodukte) und zusätzlich Städte und Kommunen. Mögliche Partner sind zudem die Städte und Kommunen für die öffentliche Nutzung, aber auch Museen und Kulturstätten.

Diese Persona gehört zur Zielgruppe von Lifti:



Elisabeth Möller, 79 Jahre alt, verwitert, lebt alleine in einem 150m² großen Haus.
Björn Peters, 53 Jahre alt, verheiratet, 2 Kinder, nach Krebserkrankung Amputation
des rechten Beins, lebt mit der Familie in einem 110m² großem Haus.

5. Gründer oder Gründerteam

*Welche Ausbildung, Erfahrungen und Kompetenzen hat die Person oder die Personen? Tragen diese zur Realisierung der Gründungsidee bei?
Gibt es weitere Unterstützer?*

An dieser Stelle geht es um euch: Macht genau deutlich, welche Kenntnisse und Skills (Studium, Ausbildung) ihr mitbringt, die euch bei eurem Vorhaben helfen. Weiterhin ist es wichtig, ein heterogenes Gründer*innen-Team vorweisen zu können, um so auch die verschiedenen Bereiche einer Gründung abzudecken.



Gründerstipendium

Wie kann Gründerstipendium beim geplanten Gründungsvorhaben unterstützen? Wie/für was sollen die Mittel eingesetzt werden?

Beispiel Lifti: Das Stipendium wird benötigt, um den Aufbau des solarbetriebenen Motors zu gewährleisten und den privaten Lebensunterhalts in dieser Zeit zu sichern.

Ist bereits vor einer Jury im Rahmen des „Gründerstipendium NRW“ gepitcht worden?

Nein

Ja

Wenn ja:

Angabe Netzwerk: [Klicken Sie hier, um Text einzugeben.](#)

Datum Jurysitzung: [Klicken Sie hier, um Text einzugeben.](#)

Unterschrift 1. Gründer/in

Ort, Datum

Unterschrift 2. Gründer/in

Ort, Datum

Unterschrift 3. Gründer/in

Ort, Datum



Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

