



Ideenfindung Die Geschäftsidee als Ausgangspunkt

Dr. Manuel Effenberg
Head of E-School
Hasso-Plattner-Institut, Potsdam

Unsere Agenda...

1. Missverständnisse und Ängste bei der Ideenfindung
2. Anknüpfungspunkte für innovative Geschäftsideen
3. Methoden zur Ideenfindung und -weiterentwicklung

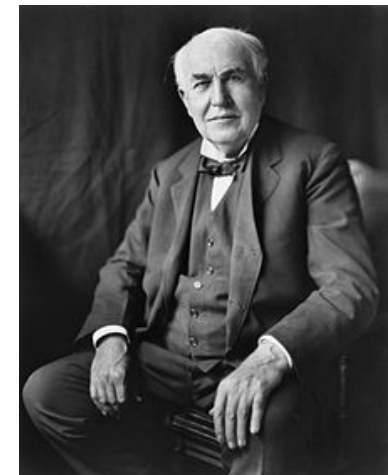
Missverständnisse und Ängste bei der Ideenfindung

Missverständnisse:

- Ideen müssen von Anfang an zu 100% durchdacht sein
- Ideen sind teuer
- Früher war es leichter Ideen zu finden
- „Kleine Ideen“ können nicht groß werden

„Secrecy-Dilemma“ bei Gründern: Verheimlichung der eigenen Geschäftsidee als Schutz vor Imitation vs. Feedback von Beginn an!

- Idee ist nur der Anfang; auf die Umsetzung kommt es an!



Bildquelle: wikipedia

*„Genie ist 1% Inspiration
und 99% Schweiß“
(Thomas Edison)*

Anknüpfungspunkte für innovative Geschäftsideen

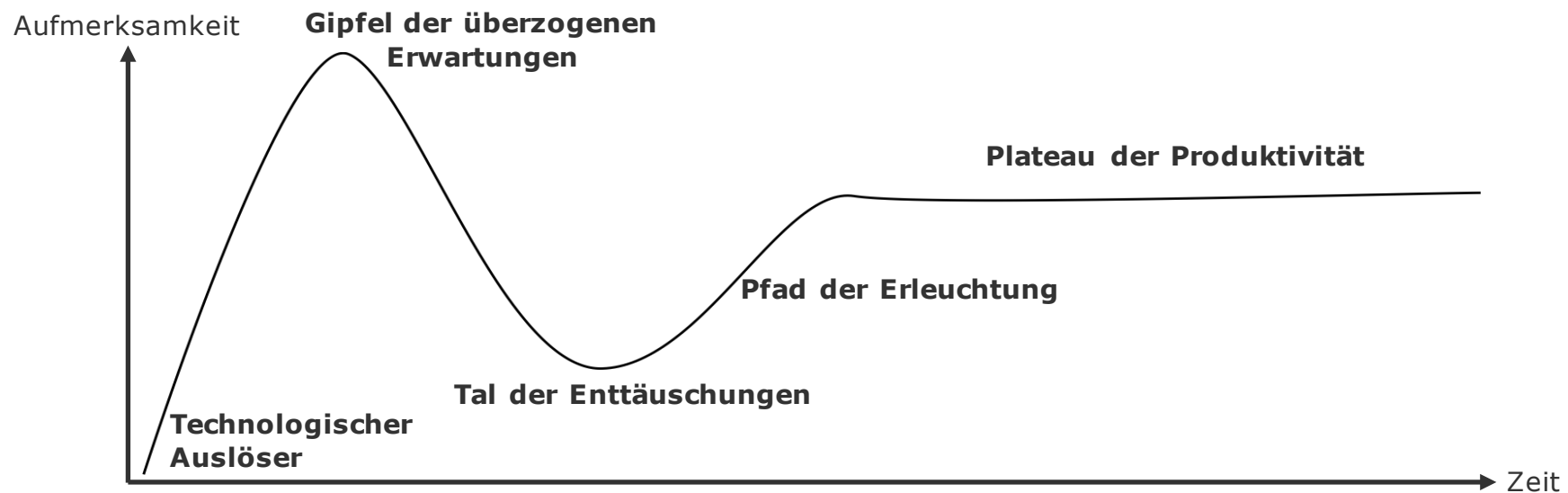
Optionen (Auswahl):

- Technologie = neue Produkte auf Grundlage neuer technisch-wissenschaftlicher Erkenntnisse
- Prozesse = Optimierung betrieblicher Abläufe oder Geschäftsprozesse
- Geschäftsmodell = bewusste Veränderung bestehendes Geschäftsmodell oder gar Neuschaffung mit Auswirkungen auf die gesamte Wertschöpfungskette
- Marketing = signifikante Veränderung in der Marketingstrategie
- ...

Technologieinnovationen...

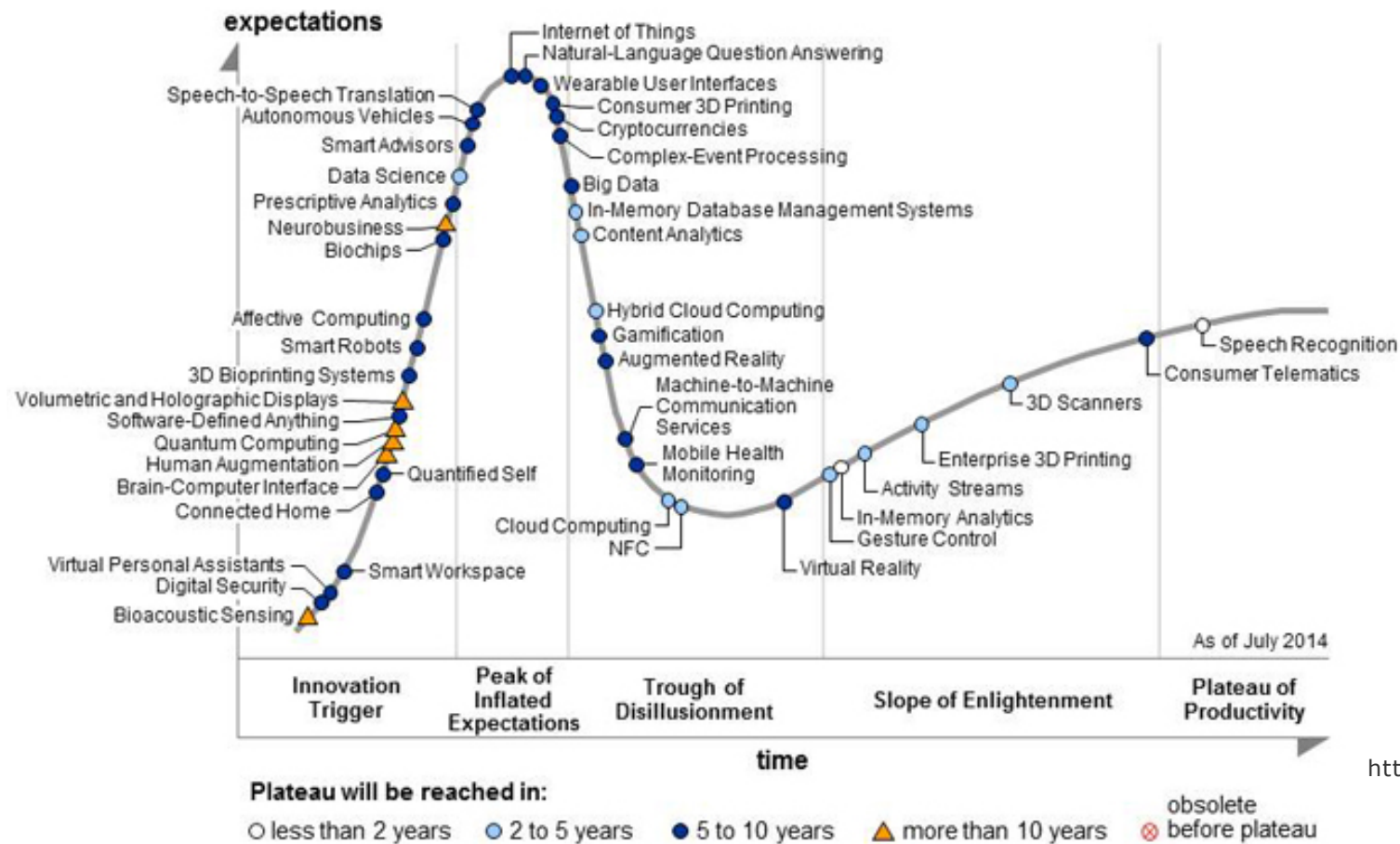
...folgen meist einem gewissen Trend in der öffentlichen Aufmerksamkeit!

Gartner Hype-Zyklus:



Feen/ Raskino: Mastering the Hype Cycle (2008), S. 9

Gartner Hype-Zyklus 2014

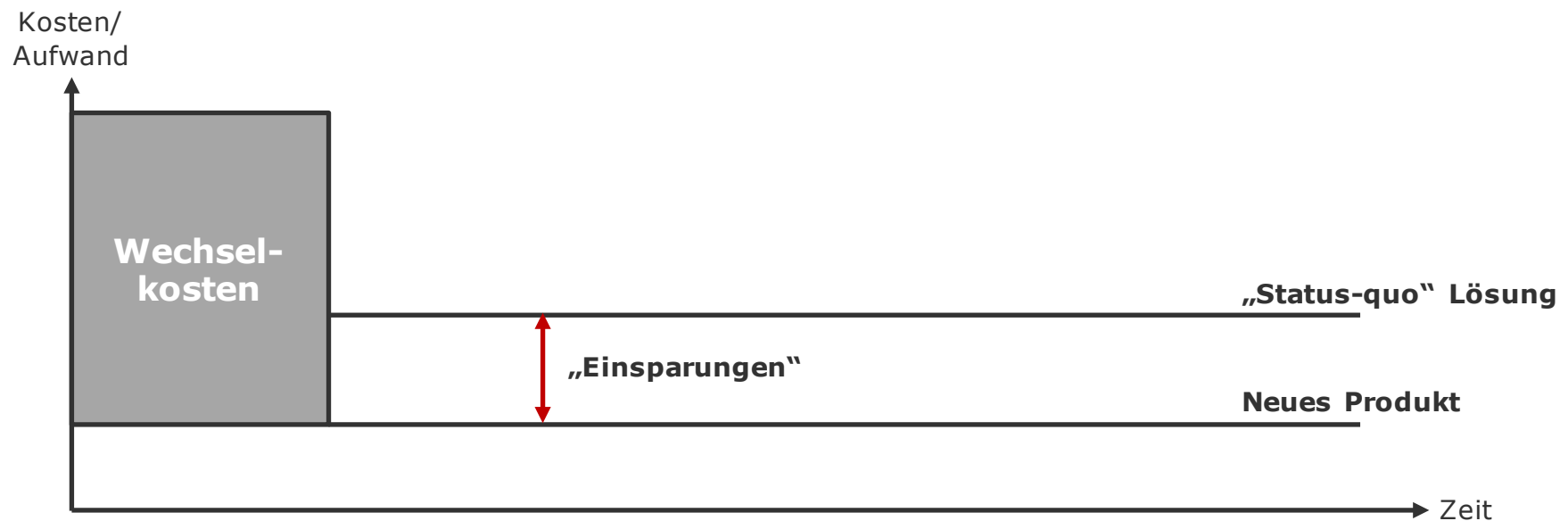


<http://www.gartner.com/newsroom/id/2819918>

Herausforderung bei Innovationen

Neue Produkte ersetzen meistens bestehende Marktangebote!

Wechselkosten für Kunden:



Methoden zur Ideenfindung und -weiterentwicklung

- Kreativitätsmethoden dienen der Unterstützung und Anregung für neue Denkwege zur Generierung möglichst vieler Ideen
- Auszug Methoden:



Brainstorming

Methode:

- Unstrukturiertes, lautes Gruppenverfahren (5-7 Personen)
- 2 Phasen:
 - Ideen finden (OHNE BEWERTUNG!)
 - Ergebnisse sortieren und bewerten
- Regeln:
 - Quantität vor Qualität
 - Ideen aufeinander aufbauen
 - Visualisierung
 - Themen- und Zeitlimit (ca. 20 Min.)

Methode 6-3-5

Methode:

- Brainwriting = unstrukturiert und leise
- 6 Teilnehmer | 3 Ideen | 5 Minuten
- Jeder Teilnehmer erhält vorbereitetes Arbeitsblatt und hat 5 Minuten um 3 Ideen zu notieren; danach erfolgt Weitergabe der Aufzeichnung im Uhrzeigersinn und Weiterentwicklung/ Ablehnung der initialen Ideen
- Pro:
 - Ideenentwicklung und direktes Feedback in kurzer Zeit
- Contra:
 - Schwieriger durchführbar
 - Starrer Ablauf

Morphologischer Kasten – Beispiel „Reiseplattform“

Parameter	Ausprägung 1	Ausprägung 2	Ausprägung 3	Ausprägung 4	...	...	...
Destination	Regional	Deutschland	Europa	International	...	...	...
Dauer	Tagestripp	Wochenende	1 Woche	2 Wochen	3 Wochen	...	...
Unterkunft	Zelt	Wohnwagen	Pension	Ferienhaus	Hotel	Schiff	...
Verpflegung	Selbst-verpflegung	Frühstück	Halbpension	Vollpension	All inclusive	...	...
Fortbewegung Urlaubsort	Zu Fuß	ÖPNV/ Bahn	Motorrad	Mietwagen	Eigenes Auto	...	...
Motivation	Entspannung	Abenteuer	Familienurlaub	Bildung	Sporturlaub	"Kultururlaub"	...
Zielgruppe	Kinder	Jugendliche	Junge Erwachsene	Erwachsene	Senioren	Familien	Vereine
sonstiges	Kinder-betreuung	Special Service	Sportangebote	Events	Kultur	"Geheimtipps"	...

Nicht vergessen...

- Die 100%-ige Geschäftsidee von Beginn an gibt es nicht – Ideen entwickeln sich!
- Eine Idee ist nur der Anfang, nicht das Ende der Unternehmensentwicklung (Daumenregel: 1% Idee + 99% Umsetzung = Geschäftserfolg)
- Bei einer neuen Idee/ Innovation IMMER von Beginn an die Wechselkosten für potenzielle Kunden berücksichtigen!
- Ideen können auf diversen Wegen generiert werden
- Sehr gute/ authentische Ideen entstehen meist spontan im Alltag oder während des Arbeitslebens



Vielen Dank

Dr. Manuel Effenberg
Head of E-School
Hasso-Plattner-Institut, Potsdam