

Wie Unternehmen innovativ sein können – Investor und Start-up-Berater gibt Tipps

plus

LESEDAUER: 8 MIN



Wie kann ein Unternehmen innovativ agieren? Jens Freiter gab beim diesjährigen Bodensee Business Forum Antworten. (Foto: Michael Scheyer)

Wie kann ein Unternehmen innovativ agieren? Die globale Welt verändert sich "wahnsinnig schnell", Geschäftsmodelle sind immer unbeständiger, sagt **Jens Freiter**, Business Angel, Investor und Berater für Start-ups beim diesjährigen Bodensee Business Forum. Der Experte gibt in seinem Workshop Tipps für Unternehmen, wie sie sich in dieser Welt weiterentwickeln können. Am Ende geht es um das Innovationsökosystem.

Theoretisch hat die Firma **Eastman Kodak** die Digitalkamera erfunden. Praktisch hat es ihr aber wenig gebracht. Denn der Konzern unterschätzte die Idee und wurde am Ende von anderen überholt.

Als Steve Sasson von **Kodak** 1975 die Digitalkamera erfand und baute, war er der Erste weltweit. Im Unternehmen erkannte man aber nicht das Potenzial und setzte weiter auf den Farbfilm und die analoge Kamera. Denn das Geschäft lief gut, man war gut aufgestellt. Wieso auf etwas Neues setzen, von dem man wenig weiß? Später überholte die Konkurrenz Kodak mit ihren digitalen Bemühungen und 2012 musste der Konzern die Insolvenz anmelden. Was hat Kodak falsch gemacht?

"Unternehmen müssen sich permanent weiterentwickeln", sagt Jens Freiter. Weil ständig ein Mentalitätswandel stattfindet, müssten sich auch in Unternehmen verändern.

In Firmen, die gut laufen, sehe man oft nicht die Notwendigkeit, innovativ zu denken. Auch wenn man ein Kernprodukt hat, "muss man auch an angrenzende Bereiche gehen", sagt Freiter. In seinem Workshop bringt er den Zuhörerinnen und Zuhörer näher, wie ein Unternehmen - egal ob Mittelständler oder Großunternehmen - innovativ arbeiten kann.



Jede Lösung braucht ein Problem.

Jens Freiter

Am Anfang von jeder Weiterentwicklung steht die gute Idee. Wie man die findet? "Jede Lösung braucht ein Problem", sagt Jens Freiter. Man müsse sich fragen, ob der Kunde das Produkt oder die Dienstleistung auch wirklich möchte und dafür zahlt. Ersteres würde Zweiteres nicht immer einschließen. Wichtig für eine gute Idee sei es auch, dass sie den strategischen Zielen des Unternehmens entspricht. Um dann die richtige Idee aus vielen auszuwählen, müsse man überlegen, welche davon hilfreich für das eigene Portfolio sind. Im Weiteren, so Freiter, gehe es darum, zu überprüfen, was die Risiken sind.

Als Beispiel nennt Freiter, der auch Start-ups berät, eine App, deren Entwickler es ermöglichen wollten, dass Arbeitnehmer sich digital für wöchentliche Zuschüsse anmelden können. Für Arbeitnehmer könnte das in gewissen Branchen durchaus hilfreich sein. "Die Idee an sich war klasse", sagt Freiter. Es habe sich aber herausgestellt, dass viele Arbeitgeber das nicht möchten.

Eine gute Idee muss vermarktet werden

Mit einer guten Idee ist es dann aber noch nicht getan. Denn - wie auch bei Kodak - reicht die meistens nicht zum Erfolg, solange man nichts daraus macht. "Eine tolle Idee muss auch vermarktet werden", sagt Freiter. Er erlebe es in Unternehmen oft, dass es lange dauert, bis eine Idee durchgekämpft und realisiert wird. Der Berater macht in seinem Workshop klar: Eine Idee muss entwickelt und getestet werden.



Es geht nicht darum, keine Fehler zu machen, sondern sie früh genug zu erkennen.

Jens Freiter

Am Ende müsse man aus diesen Prozess lernen. "Es geht nicht darum, keine Fehler zu machen, sondern sie früh genug zu erkennen", sagt Freiter. Dann müsse man die Reißleine ziehen und dürfe nicht weiter investieren.

Dabei gehe es auch darum, das Umfeld eines Unternehmens anzuschauen, sich klarzumachen, wo man steht und was das Umfeld macht. Diese beiden Bereiche müsse man übereinander legen und schauen, wo es Abweichungen gibt. Wie aber findet ein Unternehmen heraus, ob eine Idee gut läuft?

So kann ein schnelles Geschäftsmodell entwickelt werden

Freiter gibt in seinem Workshop ein Instrument an die Hand: Das Business Modell "Canvas". In wenigen Schritten lässt sich damit ein Geschäftsmodell aufstellen. Die Idee: Es müssen neun Felder aus vier Bereichen durchdacht werden. Die sind zum Beispiel: Schlüsselaktivitäten, Nutzenversprechen, Kosten, Ertragsströme oder Kundenbeziehung. "In einer Stunde kann man so ein Geschäftsmodell für fast alles entwickeln", sagt Freiter. Wichtig dabei sei es auch, die Umgebung eines Unternehmens anzuschauen. Welche Trends gibt es in der Branche? Mittlerweile sei Nachhaltigkeit zum Beispiel sehr wichtig, sagt Freiter.

In welchem Feld ergibt Innovation Sinn?

Wer sein Unternehmen kennt, stellt sich danach die Frage: Wo innoviere ich? 70 Prozent von Geld und Zeit in einem Unternehmen gehen in das Kernprodukt. Am Beispiel von Google war das im Jahr 2007 die Suchmaschine und Werbung. 20 Prozent sollte ein Unternehmen in angrenzende Bereiche stecken - im Fall von Google war unter anderem das "Google Video", "Desktop Suche" oder "Book Search". Teile davon konnte das Unternehmen umsetzen, statt "Google Videos" hat man Youtube aufgekauft. Die letzten zehn Prozent, so Freiter, stecke man dann in transformationale Projekte. Dieser Bereich sei es, der am Ende etwas verändern würde, sagt Freiter. Und ist gleichzeitig auch der, in dem das größte Risiko steckt.

Im Fall von dem US-Konzern Kodak lag die Digitalkamera im Bereich der zehn Prozent. Man wollte das lukrative Geschäft nicht durch eine unerprobte Idee sabotieren. Man war nicht darauf eingestellt und ausgerichtet, sagt Freitag. Für die heutige Welt könne ein Unternehmen aber nur bestehen, wenn es weiter denkt und nicht darauf setzte, dass es, ohne etwas zu verändern, in zehn Jahren noch da steht, wo es jetzt steht.

Veröffentlicht: 20.10.2021, 12:36 Uhr



RONJA STRAUB
Crossmedia-Volontärin

Folgen



https://www.schwaebische.de/ueberregional/wirtschaft_artikel,-wie-unternehmen-innovativ-sein-koennen- arid,11425590.html