

„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

2. Wie wird die Gründung eines Unternehmens vorbereitet?

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“

2.1 Geschäftsidee

Prof. Dr. Jörg Freiling

Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship



Lernziele

-  Verständnis, wann man von einer Geschäftsidee spricht (Kernelemente)
-  Erkenntnisse, wie man Geschäftsideen generieren kann
-  Verständnis, wie man Geschäftsideen bewertet



Grundlagen: Geschäftsidee

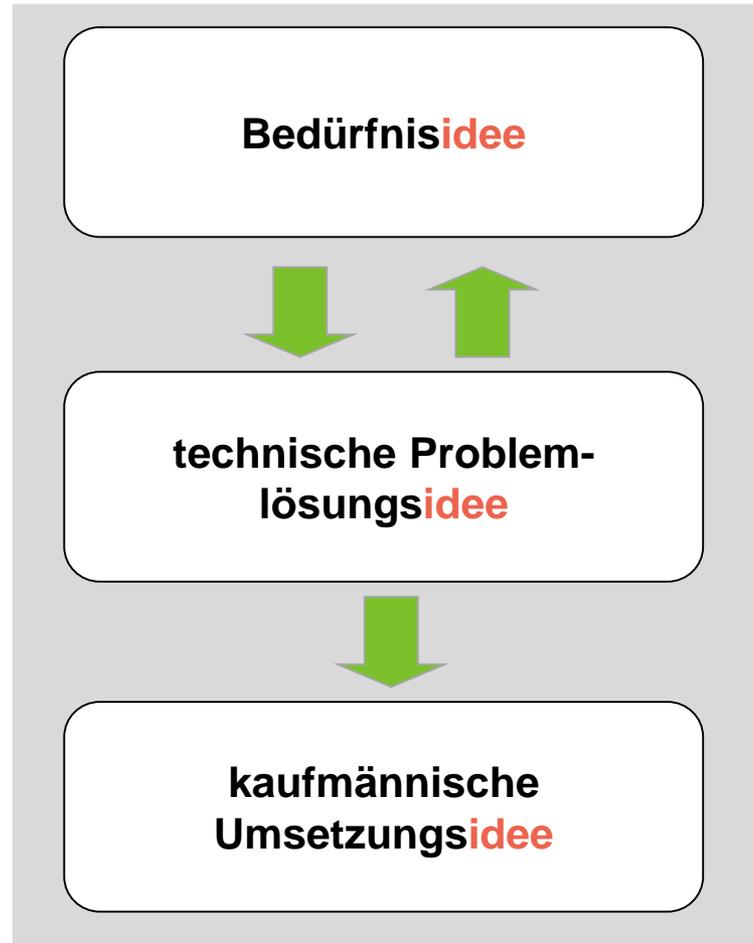


Was ist eine Geschäftsidee?

- *Grobkonzept*
- einer geschäftlich betrachtet *nachhaltigen Überbrückung*
- zwischen einem definierten marktlichen *Bedürfnis* und
- einer darauf zielenden *Angebotskonzeption*,
- deren *Umsetzung* und
- *Kommerzialisierung* *realistisch* erscheinen



Woraus besteht eine Geschäftsidee?



Quelle: Freiling (2006): S. 198f.

Perspektive für Geschäftsbasis

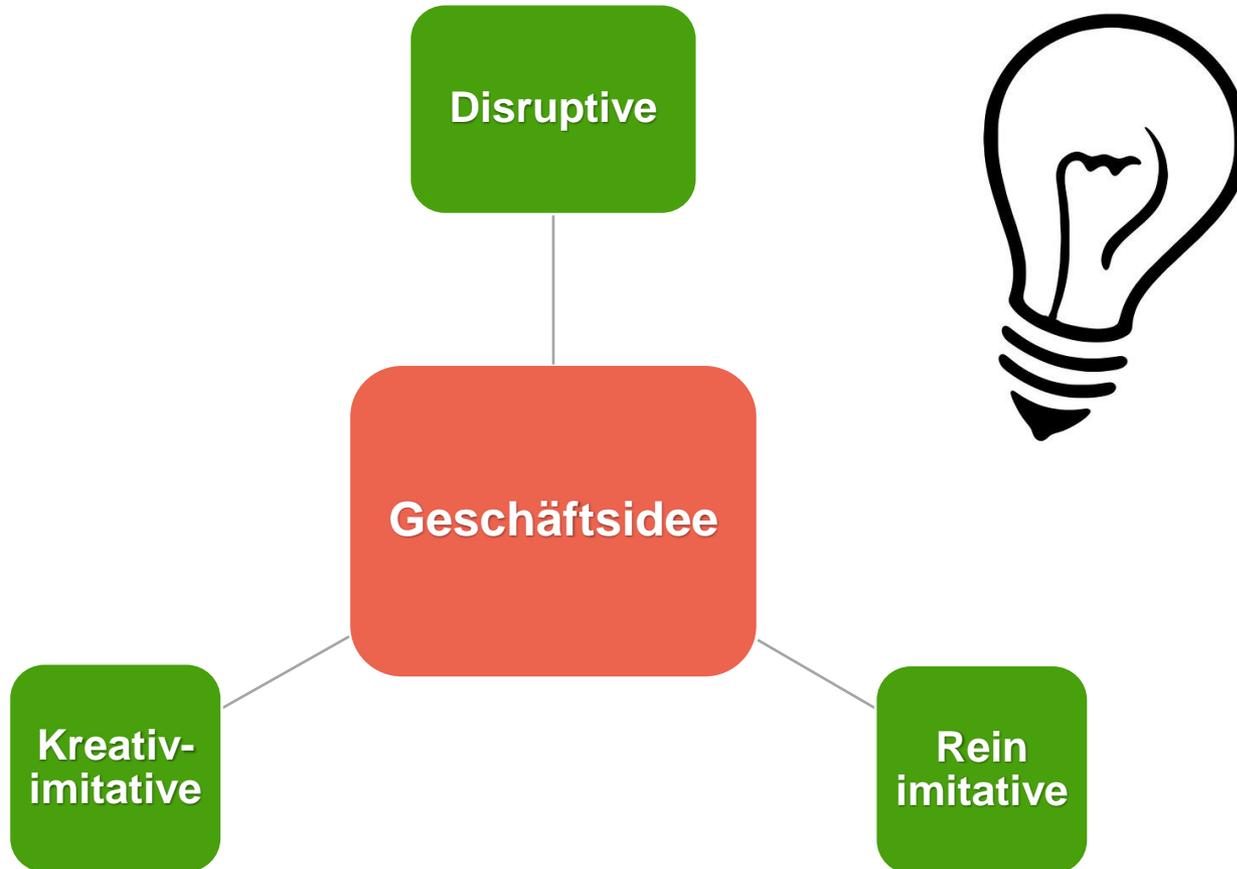
Wenn man auf Geschäftsideen kommen möchte, dann geht es nicht darum, über Startup-Ideen nachzudenken, sondern Probleme zu suchen. Am besten Probleme, die du selbst hast!



Paul Graham, Gründer von Y Combinator

Bild: JD Lasica – <https://www.flickr.com/photos/jdlasica/12810692454> - CC BY 2.0

Basics





Ideengenerierung

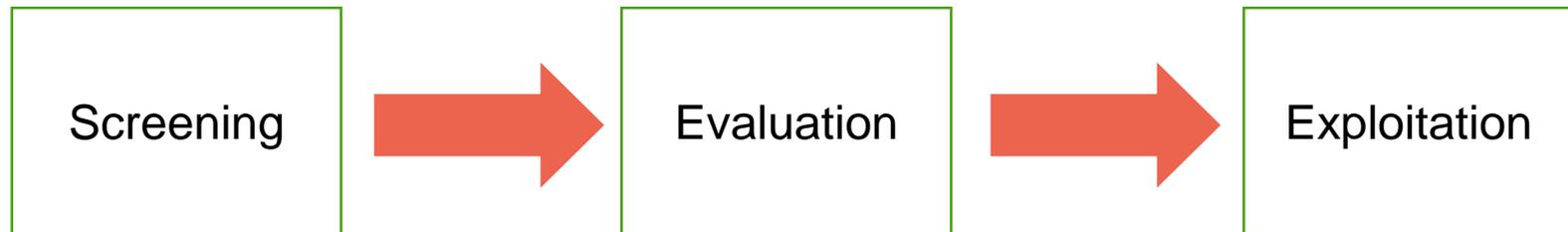


Wie kommt man zur Geschäftsidee?

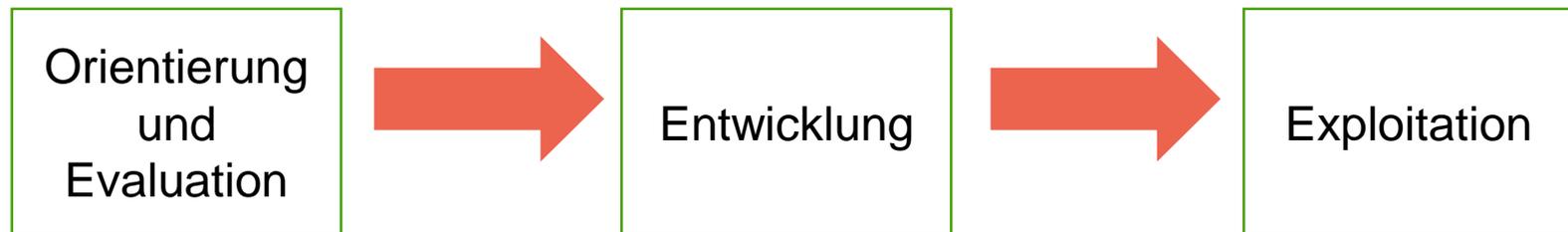
Abschnitt	Inhalte
Erste Anregungen und Ideen	Gedankenspiele zur Festlegung eines Suchkorridors, einer Problemstellung und einer grundsätzlich denkbaren Lösung
Opportunität	marktliche Möglichkeit, die aus eigener Sicht erreichbar ist/sein könnte
Geschäftsidee	Opportunität, für die ein technischer Umsetzungsplan besteht und eine spätere Wirtschaftlichkeit möglich erscheint

Auf dem Weg zur Geschäftsidee

entdeckendes Verfahren von Geschäftsideen



kreierendes Verfahren von Geschäftsideen



Leitfragen zur Findung neuer Ideen

Persönliche Fragen

- Wer bist du?
- Was treibt dich an?
- Was magst du?
- Wen kennst du?
- Was weißt du?



Technische Fragen

- Welche unerfüllte Nachfrage und welche Probleme haben Kunden?
- Welche Produkte existieren in anderen Ländern, aber noch nicht im Heimatland?
- Welche Technologien existieren und sind zugänglich?
- Wie viel würden die Kunden für ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung bezahlen?
- Wer sind deine zukünftigen Wettbewerber?



Drei Ansätze zur Geschäftsidee

**(1)
Zufallsbedingter
Prozess**



**(2) Gezielter
Suchprozess ohne
Einsatz einschlägiger
Methoden**

**(3) Systematischer,
methodengestützter
Suchprozess**

Unterschiede der Verfahren

Zufallsorientierte Vorgehensweise

- Idee als Ausgangspunkt in Frühphase
- Geringe Zahl von Alternativen zur Entscheidungsfindung

Systematische Vorgehensweise

- Versuch, viele Alternativen in Frühphase zu generieren
- Spätere Verengung und Fokussierung



Ideenbewertung



Teilbereiche der Machbarkeitsuntersuchung

- 1** Marktliche Machbarkeit
- 2** Technisch-organisatorische Umsetzbarkeit
- 3** Finanzielle Machbarkeit
- 4** Kommerzielle Machbarkeit
- 5** Nachhaltigkeitsperspektive

