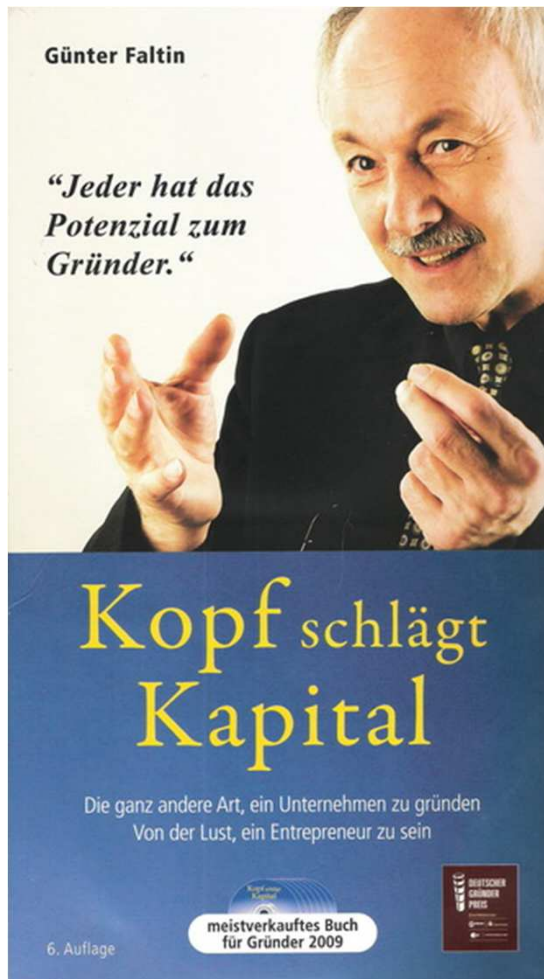


Entrepreneurial Design



Prof. Dr. Günter Faltn

Im Mittelpunkt von Faltns Lehre steht die Idee, dass Entrepreneurship heute allgemein zugänglich sei. In Abgrenzung zu Business Administration sei Entrepreneurship ein kreativer Akt. In der postindustriellen Gesellschaft sei ein durchdachtes Ideenkonzept („Entrepreneurial Design“) für den Erfolg einer Unternehmensgründung ausschlaggebender als die Verfügung über große Mengen von Kapital. Darüber hinaus könne eine Gründung aus fertigen Komponenten erfolgen. Es genüge bereits, vorhandene Komponenten in einer neuen Weise miteinander zu kombinieren. Durch die weltweite Normierung von Qualitäten und Leistungen könne der Entrepreneur sogar „im Konzert der Großen mitspielen“.

Das heutige Verständnis von Entrepreneurship gründet auf der Arbeit des Ökonomen Schumpeter. Für Schumpeter ist ein Unternehmer eine Person, die bereit und fähig ist, neue Ideen oder Erfindungen in erfolgreiche Innovationen umzusetzen. Der Unternehmer ist die Ursache von Veränderungen weg vom alten Gleichgewicht. Er ist nicht Erfinder, sondern Innovator, der neue Ideen aufgreift und durchsetzt und damit aktuelle Strukturen zerstört und neue schafft. So ist das Zerstören von alten Strukturen verantwortlich für die industrielle Dynamik und langfristiges Wirtschaftswachstum. Gegenüber Schumpeters Beitrag aus dem 20. Jahrhundert lässt die traditionelle Mikroökonomie in ihrem theoretischen Gerüst wenig Spielraum für Unternehmertum. Sie nimmt stattdessen an, dass die Ressourcen sich gegenseitig durch ein Preissystem finden.



Joseph A. Schumpeter

Was unterscheidet den Entrepreneur vom Manager?

Prof. Faltin: Wenn man ein Unternehmen gründen will braucht man vor allem ein gutes Konzept. Wenn man nur das macht, was alle anderen auch schon tun hat man viele Nachteile. Man ist nicht bekannt, niemand hat auf einen gewartet. Man hat als Gründer meist auch kein Geld, um auf sich aufmerksam zu machen. Deswegen ist es vor allem am Anfang sehr wichtig, sich mit dem Konzept zu beschäftigen. Sie brauchen eine Innovation. In der Schumpeterschen Tradition von Entrepreneurship, und ich glaube das ist eine gute Tradition, ist es wichtig mit einer Innovation in den Markt zu gehen. Oder einfacher ausgedrückt: dass sie besser sind als das Bestehende. Wenn sie das nicht sind, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass sie zu den 80 Prozent Gründungen gehören, die nach fünf Jahren nicht mehr existieren. Das ist der Grund, warum ich das gedanklich trenne. Übrigens wird das im angelsächsischen Raum auch getrennt. Dort gibt es die beiden Begriffe "Entrepreneurship" und "Business Administration". Administration heißt Prozesse optimieren, es heißt Ordnung halten im weitesten Sinn. Es braucht aber die Funktion des Entrepreneurs, des Innovators, um ein Unternehmen erfolgreich am Markt zu positionieren.

Aufgabe:

Definieren Sie die typischen Aufgaben eines Entrepreneurs und eines Managers.
Diskutieren Sie die Bedeutung des Entrepreneurs für den Erfolg eines Unternehmens.

„Es geht beim kreativen Denken nicht immer nur um Problemlösung. Wir müssen die Dinge infrage stellen, um Möglichkeiten zu eröffnen, auch wenn wir sicher sind, die richtige und einzige Antwort schon gefunden zu haben.“

(Edward de Bono – britischer Schriftsteller)

Um heute ein Unternehmen zu erschaffen, sollten wir lernen, anders zu denken
(Prof. Faltin).

Die meisten Unternehmensgründer widmen sich nicht zuerst der Entwicklung einer Idee und einem darauf aufgebauten Konzept, sondern fangen einfach an. Sie gründen imitativ. Eine konzept-kreative Gründung macht das Gegenteil.

Es entsteht ein Markt, den es vorher so nicht gegeben hat und auf dem der Gründer oder die Gründerin alleine agieren kann. Jedenfalls eine Zeit lang.

(Prof. Faltin)

Ein gutes Entrepreneurial Design besteht in erster Linie aus einer tragfähigen Idee.

1. es müssen klare Marktvorteile vorliegen
2. es muss einen deutlichen Vorsprung vor Imitatoren geben
3. man muss das Unternehmen vor technologischer Veralterung schützen
4. man muss das Unternehmen vor wirtschaftlicher Veralterung schützen
5. man muss den Finanzierungsaufwand so gering wie nur irgend möglich halten
6. das Marketing muss integraler Bestandteil des Designs werden.

Die Vorstellung eines eleganten Entrepreneurial Designs ist es, dass die Kräfte so ausbalanciert sind, dass das komplexe System Unternehmen beinahe automatisch funktioniert.

Ein funktionierendes Entrepreneurial Design setzt eine intensive Beschäftigung mit der Geschäftsidee voraus.

Erfolgsbeispiel Teekampagne:



- Das Unternehmen wurde als universitäres Praxisprojekt von Herrn Prof. Faltin initiiert.
- Der Unternehmensgründung ging eine intensive Beschäftigung mit den Marktstrukturen im Teehandel voraus.
- Die Teekampagne handelt ausschließlich ein Produkt: Darjeeling Tee,
- diesen nur in Großpackungen und im Rahmen der Kampagne zeitlich begrenzt.
- Dadurch werden Verkehrswege und Verpackungsmaterial gespart;
- durch radikale Begrenzung des Sortiments erreichte die Teekampagne von Beginn an logistische Größenordnungen, dass es ökonomisch Sinn macht, den Zwischenhandel auszuschalten.
- Der Tee der Teekampagne ist nicht immer und überall verfügbar, die Kunden kaufen ihren Jahresvorrat an Darjeeling Tee im Versand und helfen so, die Kosten für Lager und Logistik erheblich zu minimieren.
- Diese Vorteile zusammen zeichnen das Prinzip Teekampagne aus und ermöglichen einen deutlichen Preisvorteil – höchste Qualität zu einem sehr günstigen Preis
- Heute ist die Teekampagne weltweit größter Importeur für Darjeeling Tee