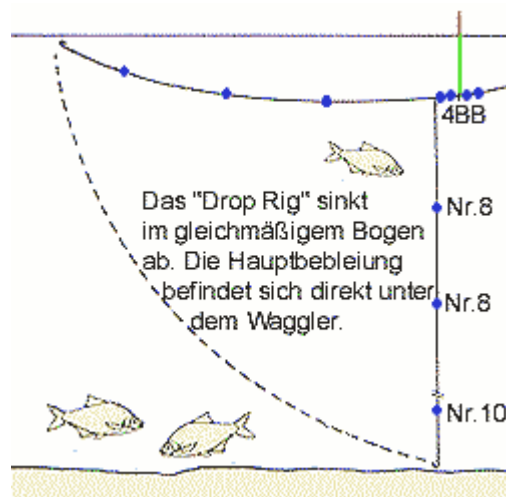


Ideen zum Anbeissen

Modulsammlung zur Förderung von Ideen der Innovationskraft

Projektnummer FAU BE 11 und BE 12



Status 13. April 2007

Impressum

Projektgruppe: Thomas Föh
Manuel Kunz
H.U. Stadler

Autor: Manuel Kunz

Projektleitung: Dr. Franz Duss

FAU Fachverein Arbeit und Umwelt
Projektwerkstatt Bern
Langmauerweg 12
3011 Bern

Telefon 031 312 46 38
Fax 031 972 16 17
bern@fau.ch
www.fau.ch

1. Ausgangslage und Problemstellung

Wer kennt das nicht: Plötzlich ist eine mögliche Geschäftsidee im Gedächtnis aufgetaucht. Oft vergisst man sie wieder, aber manchmal beisst sich eine Idee im Gedächtnis fest. Dann kommen beispielsweise folgende Fragen:

- Wie ist die mögliche Nachfrage für mein Produkt/Dienstleistung? Wurde die Idee von der Konkurrenz schon umgesetzt?
- Was habe ich für Kosten? Wie kann ich das finanzieren?
- Will ich mich überhaupt diesem Risiko aussetzen und auf das bisherige „sichere“ Leben verzichten? Kann ich mein Umfeld diesem Risiko aussetzen?
- An wen kann ich mich wenden?

Es gibt immer wieder erstaunliche Ideen. Geschäftsideen sind sogar Massenware. Sie werden im Leben eines Einzelnen zu tausenden produziert. Die Globalisierung hat globale Nischenmärkte erschaffen, welche selbst „verrückten“ Ideen Erfolgchancen ermöglicht. Von den vielen generierten Ideen werden nur wenige realisiert, leider auch solche, welche Erfolg haben könnten oder sogar genial sind. Oft wird nicht mal die Planung in Angriff genommen, die Hürden sind zu hoch. Viel zu viel wird nicht ausgeschöpft und bleibt in der Schublade.

Ideen sind aber für eine Wirtschaftsregion sehr bedeutsam: Für das Wirtschaftswachstum wie auch für den Strukturwandel von Wirtschaftsregionen spielen Neugründungen eine wichtige Rolle. King/Levine haben in ihrem endogenen Wachstumsmodell in einem ihrer zwei Teilmodelle den Zusammenhang zwischen Innovation und Wachstum unterstrichen¹.

31% der Beschäftigten der Schweiz sind in Mikrounternehmen tätig. 99% aller Neugründungen sind Mikrounternehmen. Ihr Anteil an den neu geschaffenen Stellen beträgt 92%.² Selbständigkeit ist daher ein wichtiger Bereich in der Volkswirtschaft und meist gekoppelt mit innovativen Geschäftsideen.

¹ Vgl. Levine (1997), S. 691

² Vgl. Bundesamt für Statistik (2001), S.280ff

Damit eine Idee überhaupt skizziert wird, sind aber, wie oben angedeutet, erste Hürden zu nehmen:

Hürde 1: Der Business Plan

Ein Businessplan kostet Energie und vor allem Zeit. Das Erstellen eines Businessplans kann eine mehrmonatige Vollzeitbeschäftigung sein. Dass Geschäftsideen angesichts dieser Hürde erst gar nicht in Betracht gezogen werden, ist angesichts dieser auch teilweise fachlichen Herausforderung nachvollziehbar.

Hürde 2: Persönliche Aspekte

Eine Geschäftsidee kostet nicht nur Energie und Zeit, sie stellt auch ein persönliches Risiko dar. Dabei ist das Risiko nicht nur finanzieller, sondern auch persönlicher Natur. Als Risikofaktoren wären zum Beispiel das persönliche Umfeld oder die eigene Stressbelastung zu nennen. Gerade diese Hürde wird oft unterschätzt, ist aber für den Weg in die Selbständigkeit unerlässlich.

Andere Hürden

- Die wohl wichtigste Hürde ist die Frage der Finanzierung. Nach Fertigstellung des Businessplans müssen meistens Geldgeber akquiriert werden. Auf diese Thematik wird aber in dieser Modulsammlung nicht weiter eingegangen, sondern als exogen gegeben betrachtet.
- Der Staat, die Kantone, die Wirtschaftsregionen, die Privatwirtschaft (v.a. Banken) und diverse NGO's stellen Informationen, Förderungsprogramme und Instrumente zur Innovationsförderung bereit. Allerdings lässt insbesondere die Kommunikation noch zu wünschen übrig. Viele kennen die Anreizsysteme der Wirtschaftsförderung nicht, was ideenrealisierendem Verhalten entgegenwirkt.

Zusammengefasst kann durch die Minimierung dieser Hürden die Motivation jedes Einzelnen mit einer Geschäftsidee und die Innovationskraft generell gestärkt werden. Viele potenziell erfolgreiche Ideen gehen schon in den Kinderschuhen angesichts dieser Hürden verloren. Zwischen Geschäftsidee und Businessplan klafft eine Lücke welche darum aufgefüllt werden soll.

Ein kleines Gedankenexperiment: Wenn heute von 1000 Geschäftsideen 10% erfolgreich sein werden, so hätte man in 3 Jahren 100 neue Start-ups, würde es nicht an den verschiedenen Hürden scheitern. Viele der 1000 Ideen gehen schon bei der *Wahrnehmung* der möglichen Hindernisse verloren. So werden durch diesen Effekt bei-

spielsweise schon 40% der potenziell erfolgreichen Ideen herausgefiltert, was die Innovationskraft empfindlich hemmen kann.

Hindernisse sind zudem nicht rein finanzieller Natur oder in Form von finanziellem Risiko vorhanden, sondern sind auch auf der persönlichen Ebene zu finden. Selbständigkeit an sich ist *neben* der Geschäftsidee ein Risiko. Selbst potenziell erfolgreiche Ideen können ohne gesundes Mass an Hartnäckigkeit und einem unterstützenden Umfeld kaum realisiert werden.

2. Ziele und Zielgruppe

Anhand obenstehender Problemstellung hat sich der FAU darum im Rahmen des Projektes „Innovationstransfer“ genau dieser Thematik angenommen. Auf Basis des „Innovations-Checks“, einer früheren FAU Publikation, haben die Autoren diese Idee aufgenommen und in ein modulartiges System übergeleitet.

2.1 Ziele

„Förderung von Geschäftsideen, indem die Publikationen die fachliche und persönliche Hürde zu einem Businessplan oder Selbstständigkeit senken und so den realisierten Geschäftsideenoutput erhöhen.“

Die Hürden sollen mittels von uns bereitgestellten Instrumenten einfacher zu bewältigen sein und quasi als „Anlaufhilfe“ für den weiteren Schritt (Businessplan) gelten.

Zusätzlich soll für das Espace Mittelland ein Modul bereitgestellt werden, welches einen kurzen Überblick über Instrumente und Anreize der ansässigen Wirtschaftsförderung bereitstellt.

Weiterhin werden folgende Unterziele definiert:

- Die obengenannte Hürden „Business Plan“ und „Persönliche Aspekte“ werden getrennt in Modulen erarbeitet. In einem dritten Modul werden regionsspezifische Informationen zur Wirtschaftsförderung erarbeitet.
- Die verschiedenen Module sind unabhängig voneinander nutzbar
- Es wird bei allen Modulen auf Prägnanz und Kürze geachtet.
- Die Module sollen für die nachfolgend definierte Zielgruppe verständlich sein.

- Neben der aufklärenden Wirkung, sollen die Module auch ermutigen.

2.2 Zielgruppe

Unabhängig von Alter, Finanzkraft oder Bildungsniveau soll das Modulsystem jeden Menschen, welcher eine Geschäftsidee mit sich trägt ansprechen.

Einen speziellen Fokus ist zudem auf FAU-Teilnehmer gerichtet.

3. Module

Zur Förderung der Innovationskraft wurden 3 Module entwickelt, welche unabhängig voneinander gestaltet wurden und auch unabhängig voneinander sind.

3.1 Modul 1: Von der Geschäftsidee zum Markterfolg (inkl. Checkliste)

Dieses Modul beleuchtet die sachlichen Aspekte einer Geschäftsidee und geht im Skript auf die Killerfaktoren von Geschäftsideen ein. Die Checkliste ist ein „Pre-Businessplan“ mit Fokus auf Zahlen. Dieser soll im Idealfall in nur einen Tag auszufüllen sein und hat die Funktion, nur die Geschäftsideen, welche nicht „machbar“ sind, herauszufiltern. Bei „gut“ und „mittel“ bewerteten Ideen soll die Geschäftsidee in den eigentlichen Businessplan überführt werden.

Kurz: Mittels dieses Moduls kann eine Geschäftsidee mit wenig Aufwand „angetestet“ werden.

3.2 Modul 2: Der Weg in die Selbständigkeit

Dieses Modul nimmt die wenig beleuchteten persönlichen Aspekte ins Zentrum. Es besteht wie Modul 1 aus einer Broschüre und einer Checkliste. Hier wird auf die persönlichen Risiken eingegangen, zeigt aber auch die Chancen einer Selbständigkeit auf.

3.3. Modul 3: Wie weiter? Instrumente und Förderkonzepte im Espace Mittelland (in Arbeit)

In diesem Modul werden Informationen und Instrumente der Innovationsförderung im Espace Mittelland zusammengetragen. Ziel dabei ist, den Träger einer Geschäftsidee die Informationssuche zu erleichtern und gegebenenfalls neue Möglichkeiten aufzuzeigen.

Literaturverzeichnis:

Bundesamt für Statistik (2001): Der spezielle Beitrag – Neu gegründete Unternehmen. In: Bundesamt für Statistik (Hrsg.): Statistisches Jahrbuch der Schweiz 2001, Zürich, S. 285-288

Levine, Ross (1997): Financial Development and Economic Growth: Views and Agenda. In: Journal of Economic Literature. Vol. 35, S. 688-726