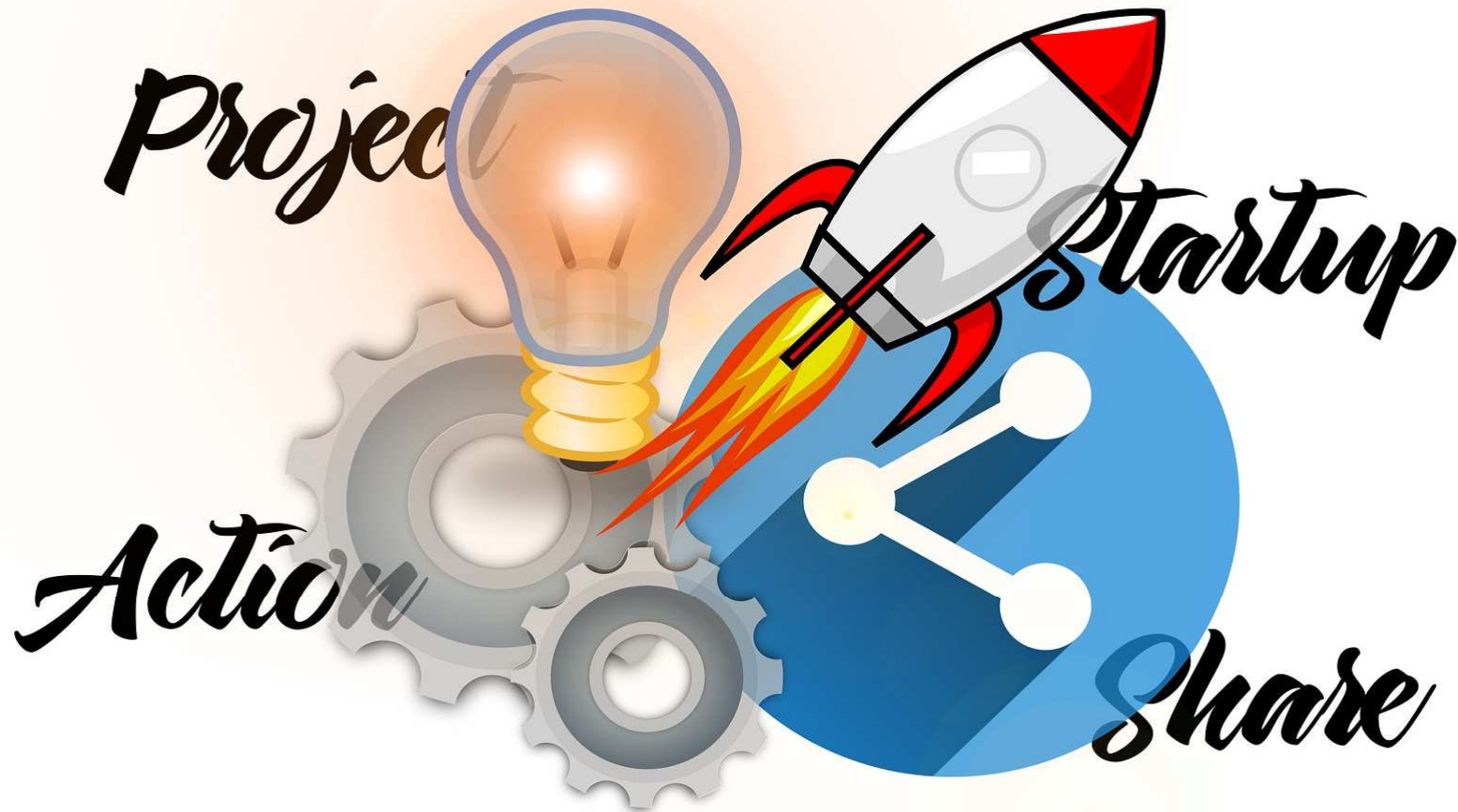


Digitales Gründen in der Praxis

Prof. Dr. Martin Przewloka

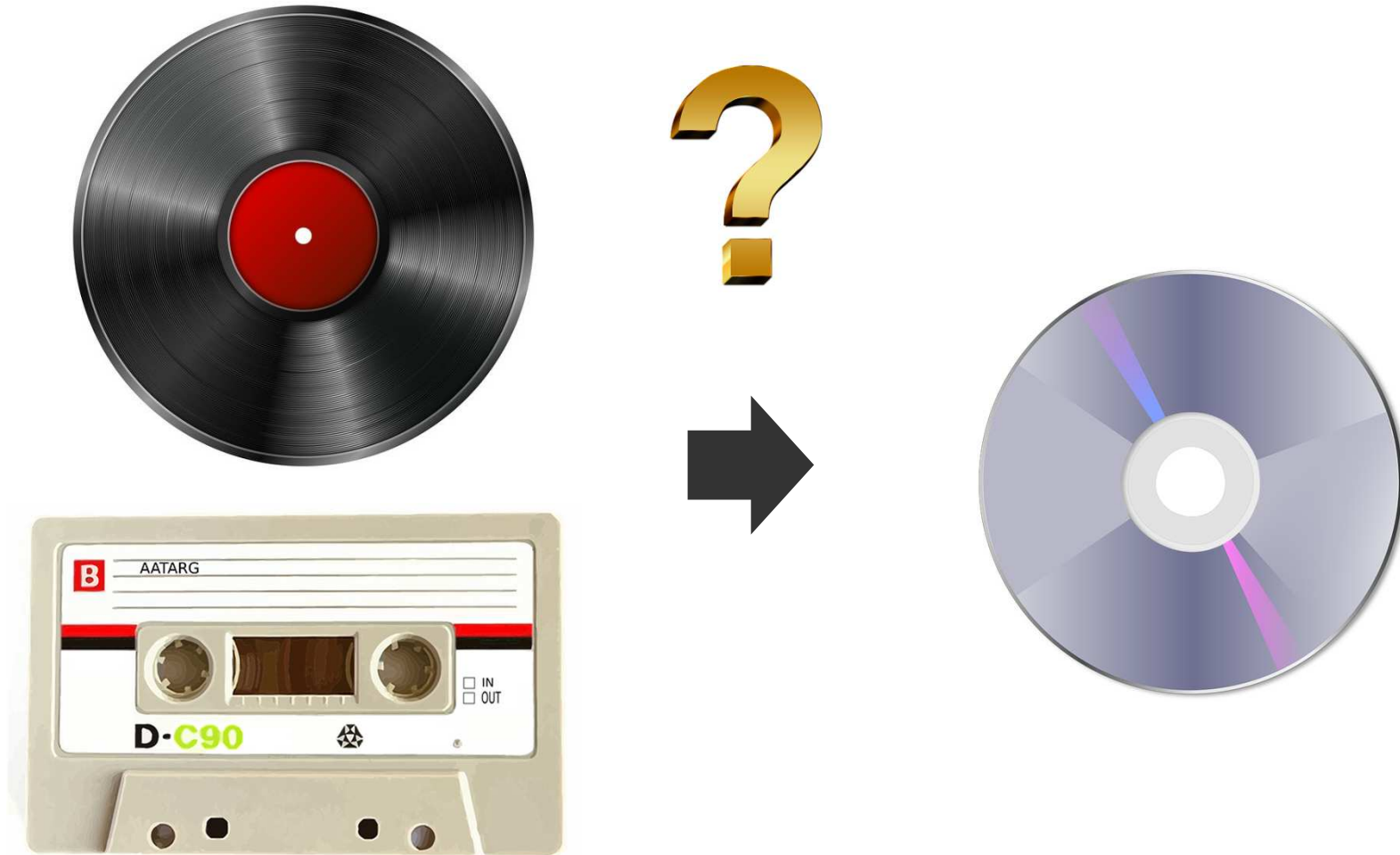
November 2018



Was macht eigentlich „Digital“ aus?



Was macht eigentlich „Digital“ aus?



Was macht eigentlich „Digital“ aus?



„Digital“ ist weit mehr als Technologie! Paradigmenwechsel so weit das Auge reicht!

Wertschöpfung

maßgeblich linear,
stabil („Ketten“)

Steuerung

zentral,
überwacht/
kontrolliert

Produkt

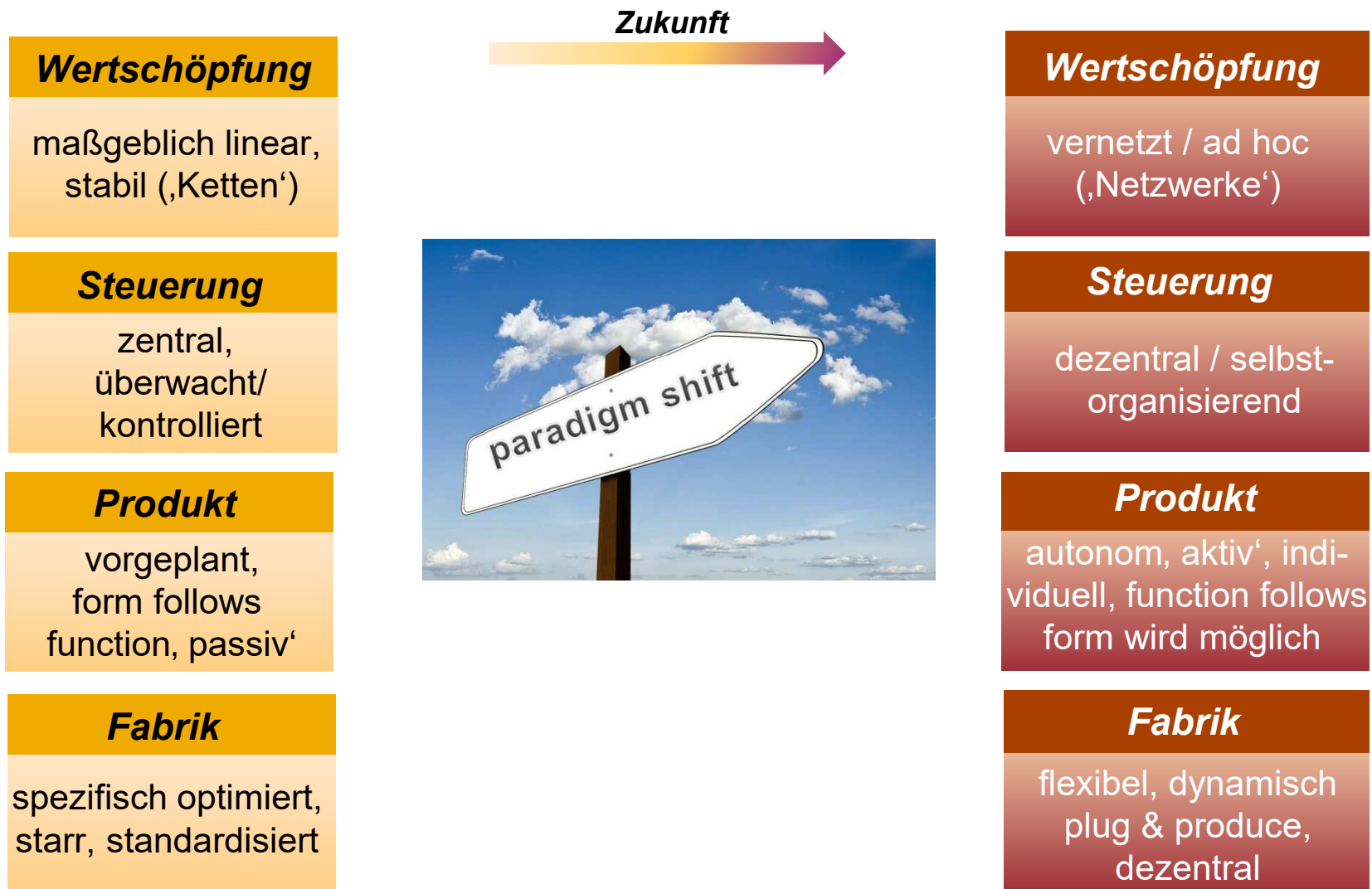
vorgeplant,
form follows
function, passiv‘

Fabrik

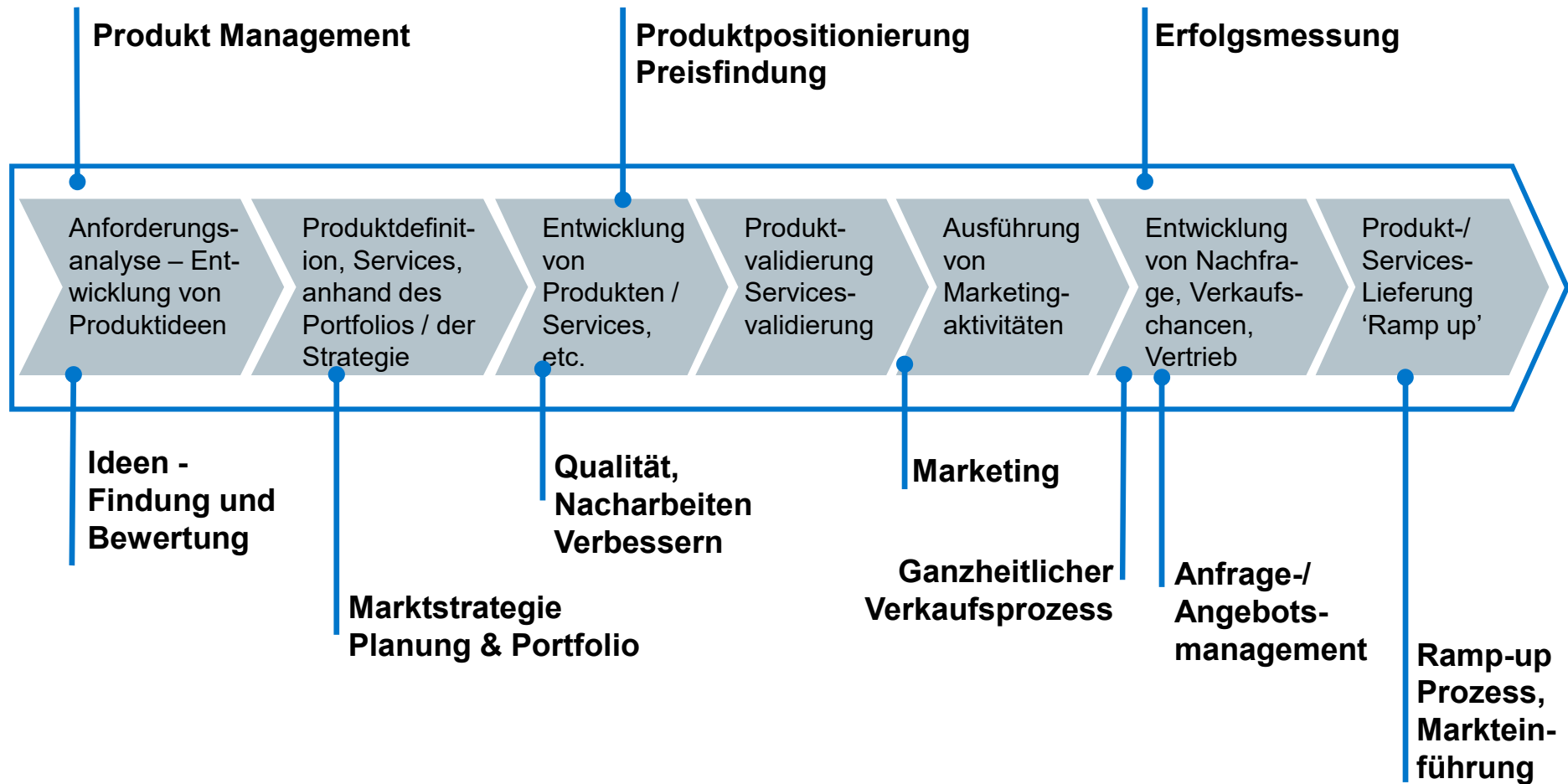
spezifisch optimiert,
starr, standardisiert

heute

„Digital“ ist weit mehr als Technologie! Paradigmenwechsel so weit das Auge reicht!



Warum ist alles in der Digitalen Welt nicht ganz so einfach?



Warum ist alles in der Digitalen Welt nicht ganz so einfach?

Ideen gibt es genug

Warum ist alles in der Digitalen Welt nicht ganz so einfach?

Ideen gibt es genug

Umsetzen ist schwierig

Warum ist alles in der Digitalen Welt nicht ganz so einfach?

Ideen gibt es genug

Umsetzen ist schwierig

Seinen Markt finden ist noch schwieriger

Warum ist alles in der Digitalen Welt nicht ganz so einfach?

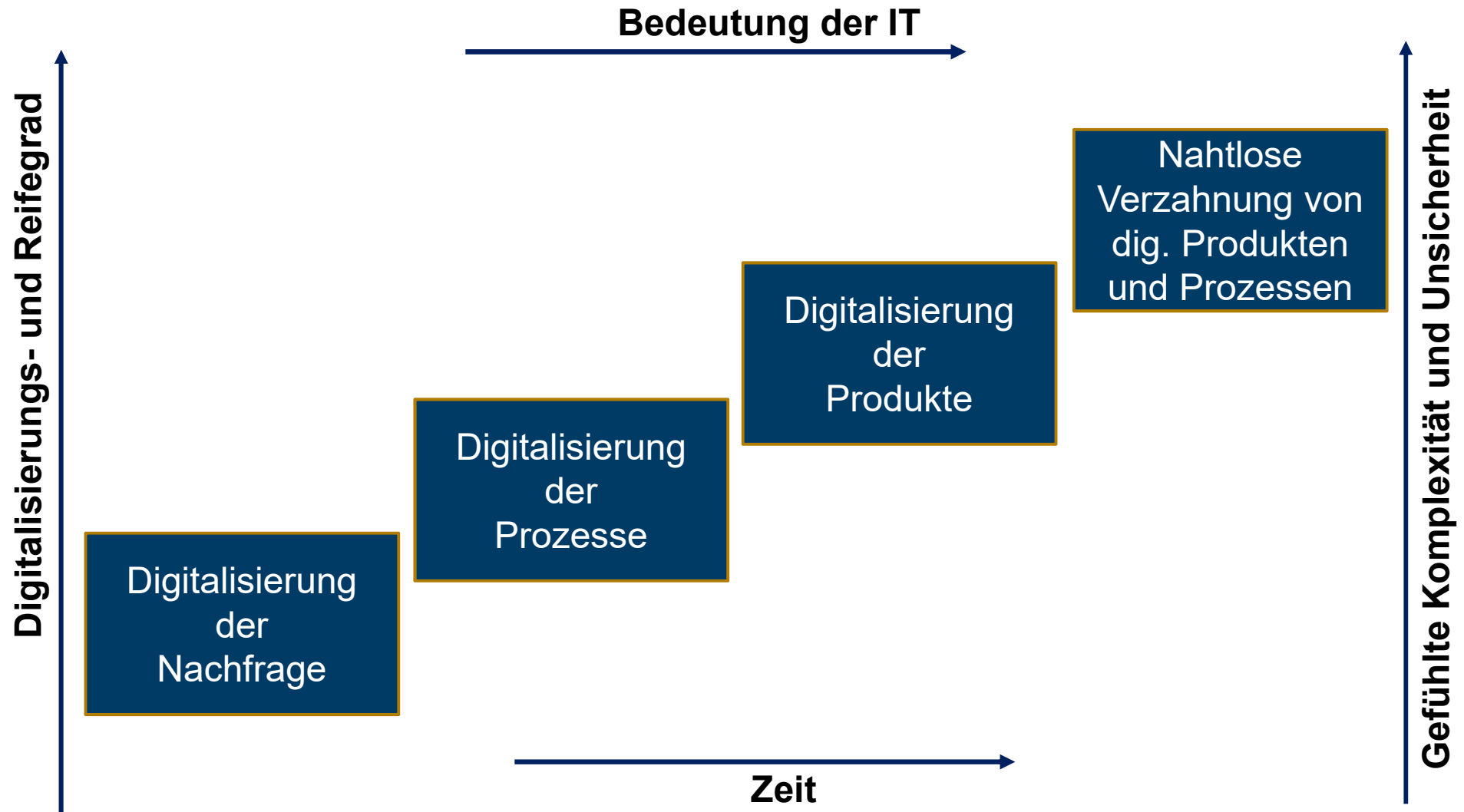
Ideen gibt es genug

Umsetzen ist schwierig

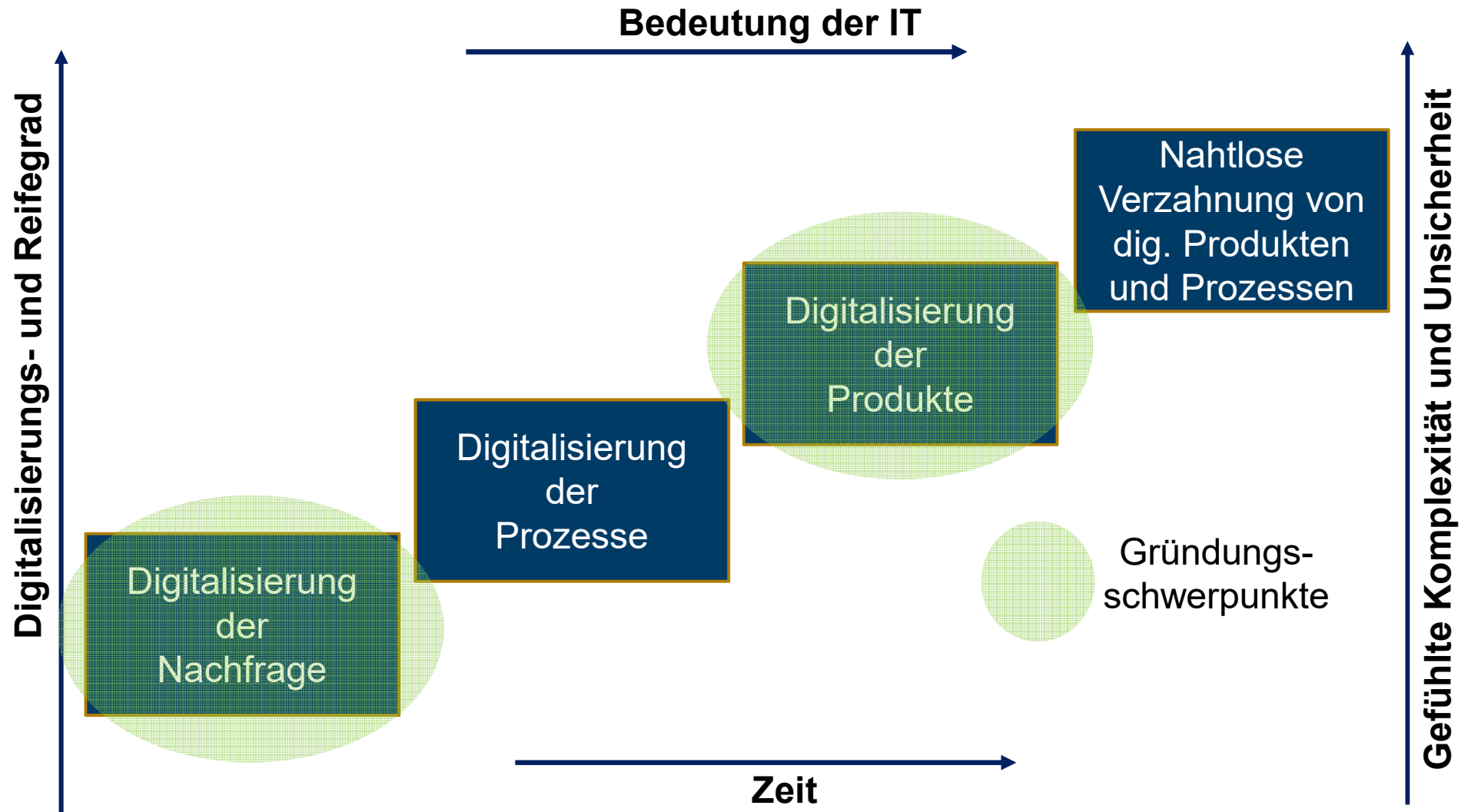
Seinen Markt finden ist noch schwieriger

Aber den Markt für sich gewinnen ist schwieriger denn je!

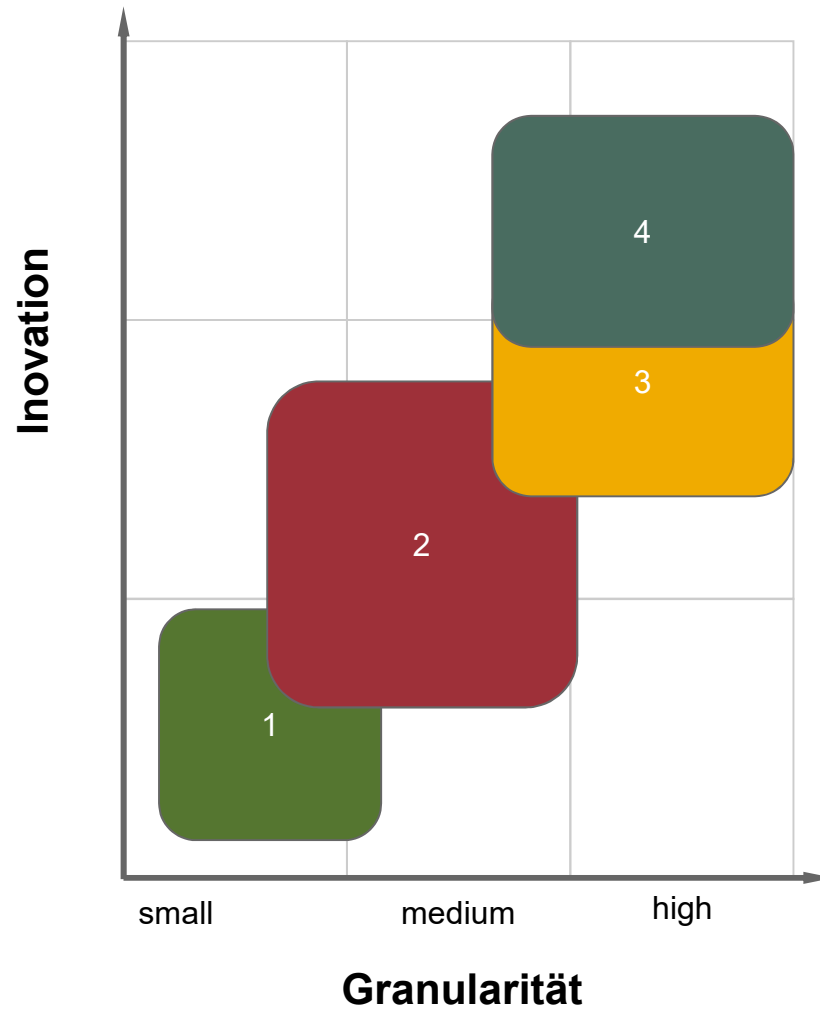
Welche Schritte durchläuft die Digitalisierung?



... und wo finden sich die meisten „digitalen“ Gründungen wieder?



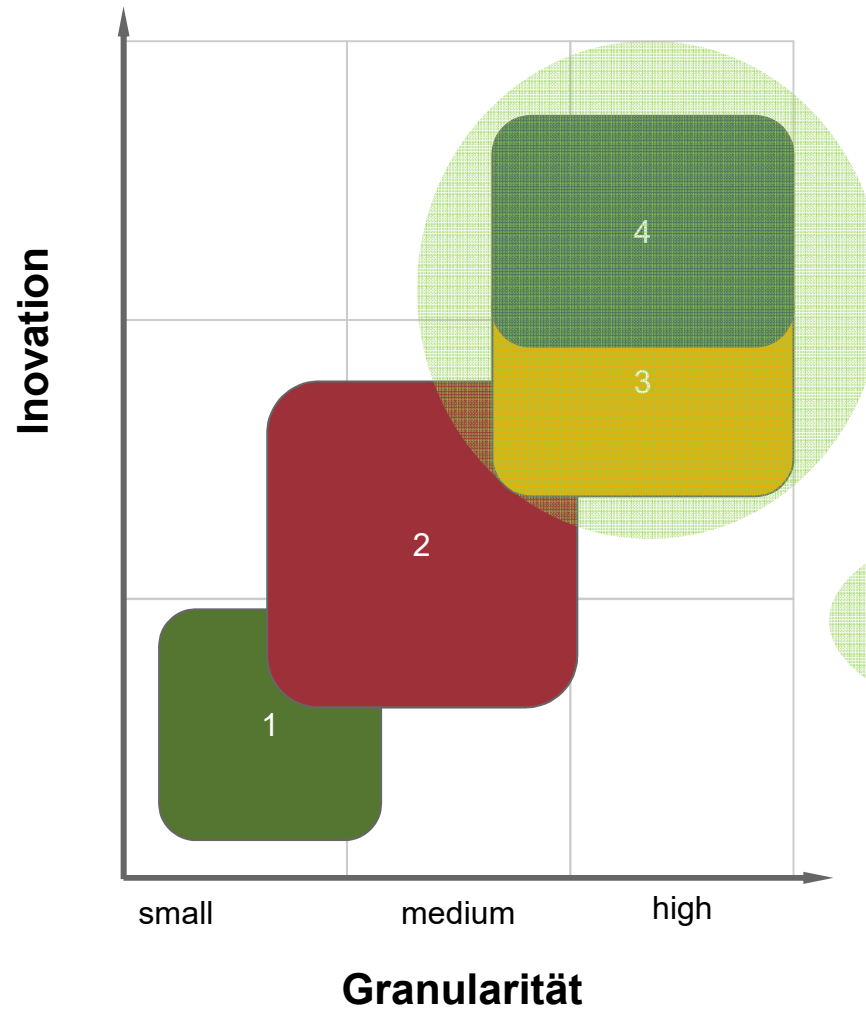
Welchen Innovationsgrad soll man anstreben?



Aus Sicht eines Unternehmens:

- (1) **Incremental:** Erweiterung des bestehenden Produktfolios, geringes Risiko für Marke, bestehendes Portfolio, Positionierung, etc..
- (2) **Adjacent:** Neue Lösung oder Technologie, ergänzt das bestehende Produktportfolio
- (3) **Distant:** Neue Produktlinie
- (4) **Disruptive:** Hohes Risiko, außerhalb der bestehenden Organisation

... und wo finden sich die meisten „digitalen“ Gründungen wieder?



Aus Sicht eines Unternehmens:

- (1) **Incremental:** Erweiterung des bestehenden Produktfolios, geringes Risiko für Marke, bestehendes Portfolio, Positionierung, etc..
- (2) **Adjacent:** Neue Lösung oder Technologie, ergänzt das bestehende Produktportfolio
- (3) **Distant:** Neue Produktlinie
- (4) **Disruptive:** Hohes Risiko, außerhalb der bestehenden Organisation

Gründungs-
schwerpunkte

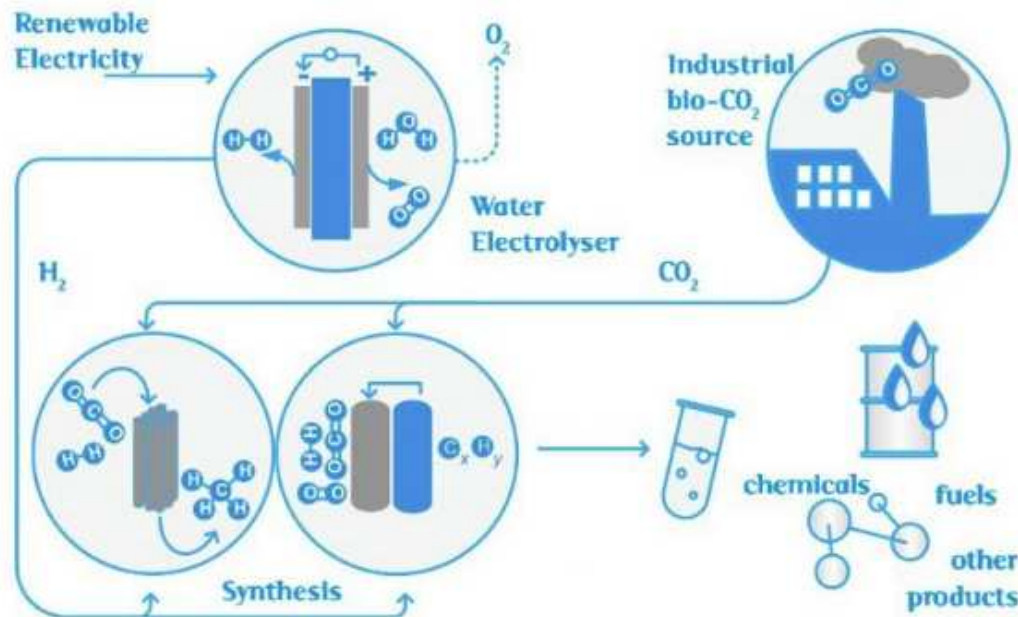
In der Praxis:



Gewinner Deutscher Gründerpreis 2018

Ineratec Karlsruhe:

Mobile Anlagen zur Gas-to-Liquid-Erzeugung



Bildquelle: ineratec.com

- Ausgesprochen hoher Technologiefokus
- Ausgesprochen hohes Risiko
- Sehr hohes Investitionsvolumen
- Impact im Erfolgsfall ausgesprochen hoch!
- Hohe mediale Aufmerksamkeit notwendig

Ausgründung (Software/IT)

Quelle: deutsche.startups.com

Signavio wächst auf knapp 10 Millionen Umsatz. Verluste kennen die Berliner bisher kaum



DONNERSTAG, 15. NOVEMBER 2018 ALEXANDER HÜSING

Bei Signavio stehen die Zeichen auf Wachstum. Unter dem Strich beurteilten die Signavio-Macher die wirtschaftliche Lage des Unternehmens "als positiv". Auch für 2017 und 2018 erwarten die Firmenmacher "ein beschleunigtes Wachstum".

- Ausgründung Institut – Business Process Management - 2009
- Netzwerk
- Extrem hohes wissenschaftliches Know How (Vorsprung)
- Extrem hohe Wachstumsgeschwindigkeit, keine Pause
- Hohes Investitionsvolumen (46 Mio.)
- Cloud von Beginn an (Technologie)
- Internationalisierung (D und US)

Erfolgreichste (Umsatz) deutsche App - 2011

Quelle: lovoo.com



- Trend
- Social Media
- USP: Live Radar
- Freemium Modell
- Einfach
- Hohe Nutzerzahl (40Mio.)
- 100% Venture Kapital (BAWOGO Ventures)

High Touch + Digital => „Gutes Eiweiß“

Quelle: pumperlgsund-bio.de



- Trend / Bio / Protein
- 1 Zentrales Produkt (Bio-Eiweiß)
- Geschäftsmodelle (Starter-Paket, Abo)
- Services (Rezepte)
- Marke
- Multiplikatoren
- Einfach

Plain Field

Quelle: 1acare.de

The screenshot shows the 1ACare website interface. At the top, there is a logo for 1A CARE and a tagline: "1ACare – Der schnelle Weg zu Pflege, Sanitätshaus, Hilfsmitteln". A search bar is present with the placeholder text "Wonach suchen Sie?". Below the search bar, there are navigation links: "Wegweiser", "Marktplatz", "Dienstleistungen", and a shopping cart icon labeled "Warenkorb". The main content area features a large image of an elderly man in a wheelchair being assisted by a woman. Overlaid on this image is a search form titled "Pflege-Hilfsmittel". The form includes a checkbox for "Mit Rezept", a search input field with the example "z.B. Rollator", a dropdown menu for "Krankenkasse" with "actimonda" selected, and a postal code input field with "z.B. 33576". A "Suchen" button is at the bottom of the form. Below the main image, there is a section titled "Ihre Vorteile bei 1ACare" with a list of benefits: "✓ Bestens informiert", "✓ Großer Marktüberblick", "✓ Preis- & Leistungsvergleich", "✓ Individuelle Suchoptionen", and "✓ 100% transparent". To the right of this list is the 1A CARE logo.

- Unbesetzte Nische „Plain Field“
- Komplexe Randbedingungen mit IT gelöst
- Marketing/Vertrieb werden über Erfolg/Misserfolg entscheiden
- Freemium Modell zur Markteinführung
- Kunde, Kunde, Kunde (Mehrwert)
- Risiko und Chance des Ersten

Schluss

- Erfolg und Misserfolg sind mehr denn je von **Umsetzung, Marketing und Vertrieb** abhängig. Die Bedeutung der Idee (Einmaligkeit, Schutz, etc.) ist in der digitalen Welt deutlich reduziert

Schluss

- Erfolg und Misserfolg sind mehr denn je von **Umsetzung, Marketing und Vertrieb** abhängig. Die Bedeutung der Idee (Einmaligkeit, Schutz, etc.) ist in der digitalen Welt deutlich reduziert
- Nicht die Technologie treibt, sondern **kundenseitiger Bedarf und unmittelbarer Mehrwert**. Technologie wird zum Enabler. **Komplexität stört!**

Schluss

- Erfolg und Misserfolg sind mehr denn je von **Umsetzung, Marketing und Vertrieb** abhängig. Die Bedeutung der Idee (Einmaligkeit, Schutz, etc.) ist in der digitalen Welt deutlich reduziert
- Nicht die Technologie treibt, sondern **kundenseitiger Bedarf und unmittelbarer Mehrwert**. Technologie wird zum Enabler. **Komplexität stört!**
- „Gamechanger“ werden viel diskutiert, die erfolgreichen Modelle sind zwar innovativ, aber wenig disruptiv. Die richtige Kombination aus **„Analog“ und „Digital“** verspricht mit die höchsten Erfolgchancen

Schluss

- Erfolg und Misserfolg sind mehr denn je von **Umsetzung, Marketing und Vertrieb** abhängig. Die Bedeutung der Idee (Einmaligkeit, Schutz, etc.) ist in der digitalen Welt deutlich reduziert
- Nicht die Technologie treibt, sondern **kundenseitiger Bedarf und unmittelbarer Mehrwert**. Technologie wird zum Enabler. **Komplexität stört!**
- „Gamechanger“ werden viel diskutiert, die erfolgreichen Modelle sind zwar innovativ, aber wenig disruptiv. Die richtige Kombination aus „**Analog**“ und „**Digital**“ verspricht mit die höchsten Erfolgchancen
- Der Entwicklung **neuer Geschäftsmodelle** kommt eine der zentralsten Bedeutungen zu. Gerade hier haben startups besonders hohe Freiheitsgrade und Chancen, zugleich aber auch die größten Risiken

Vielen Dank!!

Kontakt:

Prof. Dr. Martin Przewloka

1ACare GmbH: martin.przewloka@1acare.de

Institut für Digitale Assistenzsysteme

martin.przewloka@institut-das.de