Fundamente de Antreprenoriat

Curs 1: Introducere în Antreprenoriat și Inovare

Prof.h.c.Dr. Daniel Metz
daniel@metz.ro

29.02.2024

Supported by eit Digital
Funded by the European Union
innochange

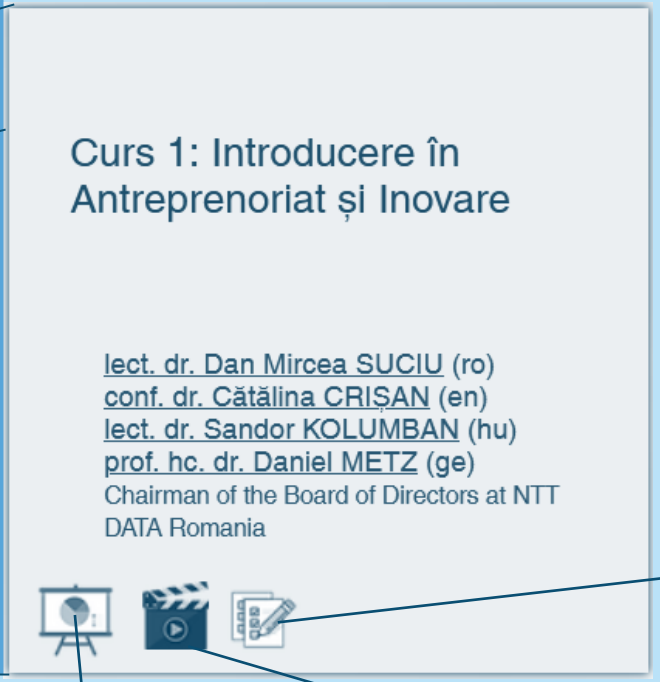
Detalii organizatorice

Acces cursuri

- Cod grup Microsof Teams: **bmf19vb**
- Comunicarea cu reprezentanții facultăților
- Transmiterea ideilor/inițiativelor de a începe o afacere
- Pagina web a cursului:

  https://www.danmirceasuciu.ro/fundamente-de-antreprenoriat

  - slide-urile tuturor cursurilor,
  - înregistrările video ale cursurilor online
  - informații despre speakeri
  - bibliografie



Chestionar cu răspunsuri corecte (în Ro, Hu, En, Ge - pdf)

Slide-uri curs (pdf)

Înregistrarea video a cursului (Youtube)

Metoda și criteriile de evaluare

Chestionar online format din (minim) **5 întrebări** (la final de curs)

Chestionarul e activ doar **30 de minute, începând cu ora 19.30!**

Fiecare întrebare valorează **un punct** →
5 puncte / chestionar, respectiv **60 puncte/semestru**

Formula de calcul a notei finale:

(*nr_puncte_acumulate*) * 9/50 + 1 (*punct din oficiu*)

Structură Curs

1. Inovare și antreprenoriat: principalele definiții și interdependențe.
2. Transformare digitală și gândire inovatoare
3. De la problema la idee. Validarea soluției. Propunere unică de vânzare.
4. Studiul pieței: Cine sunt potențialii clienți și ce așteptări au?
5. Studiul pieței: Cine sunt competitorii și cum se poate obține un avantaj competitiv?
6. Echipa și leadership. Cum se construiește o echipă. Roluri într-o echipă.
7. Plan de afaceri
8. Minimum Viable Product (MVP). Lansarea unui produs
9. Vorbitul în public. Pregătirea și susținerea unui pitch (prezentarea ideii de afacere)
10. Ecosistemul de antreprenoriat, oportunități de creștere.
11. Oportunităţi de finanţare
12. *Workshop față-în-față (data va fi specificată ulterior)*

Transformare digitală și gândire inovatoare

Alexandru ROJA
Head of Innovation and Digital Transformation la Transilvania IT Cluster

De la problema la idee. Validarea soluției.

TBD

Cine sunt potențialii clienți și ce așteptări au?

TBD

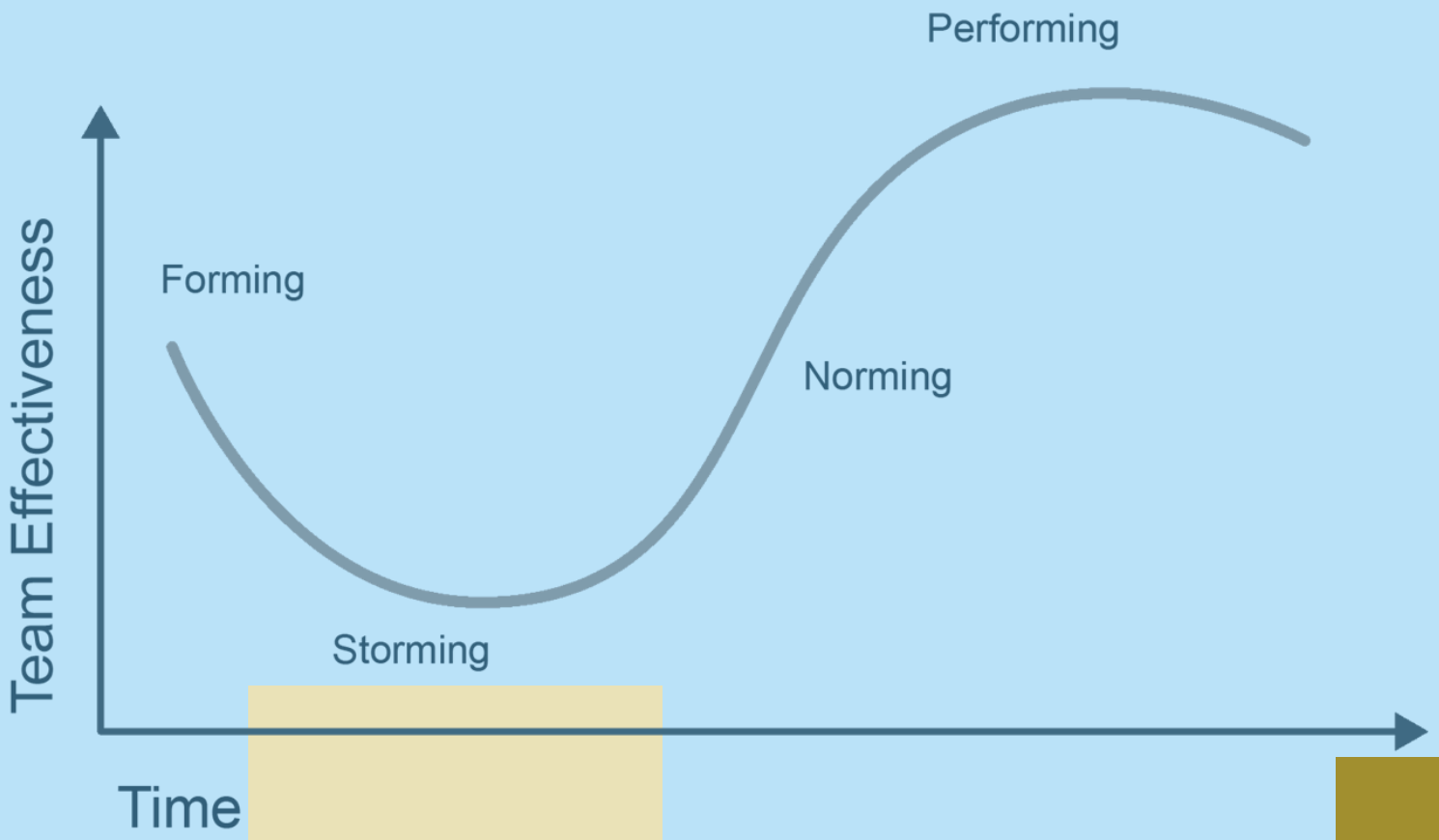
Cine sunt competitorii și cum se poate obține un avantaj competitiv?

TBD

	Criteria						
	Revenue	Profit	Market share	Main activity	No of employee	Product quality	Price
Competitor 1	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text
Competitor 2	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text
Competitor 3	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text
Competitor 4	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text
Competitor 5	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text	Your text

Cum se construiește o echipă. Leadership

TBD

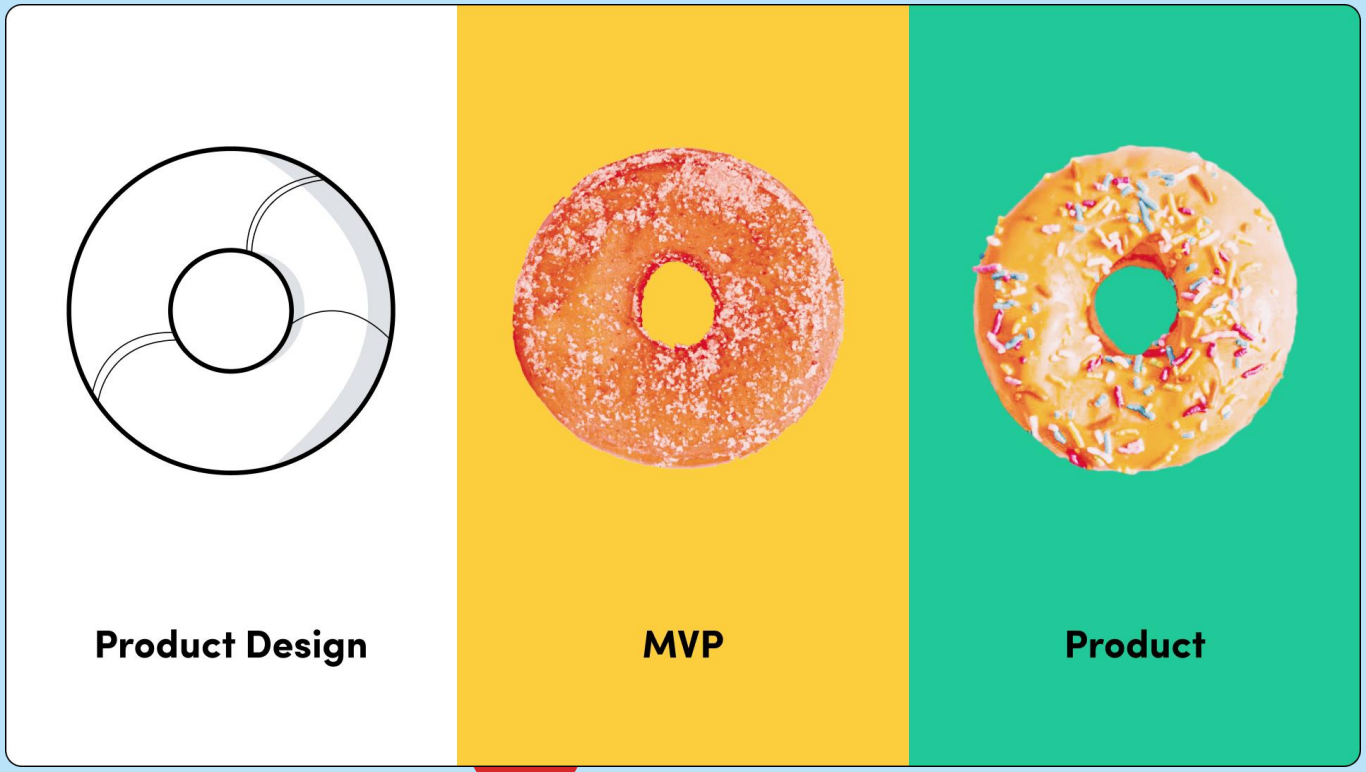


Plan de afaceri

TBD

Minimum Viable Product (MVP). Lansarea unui produs

TBD

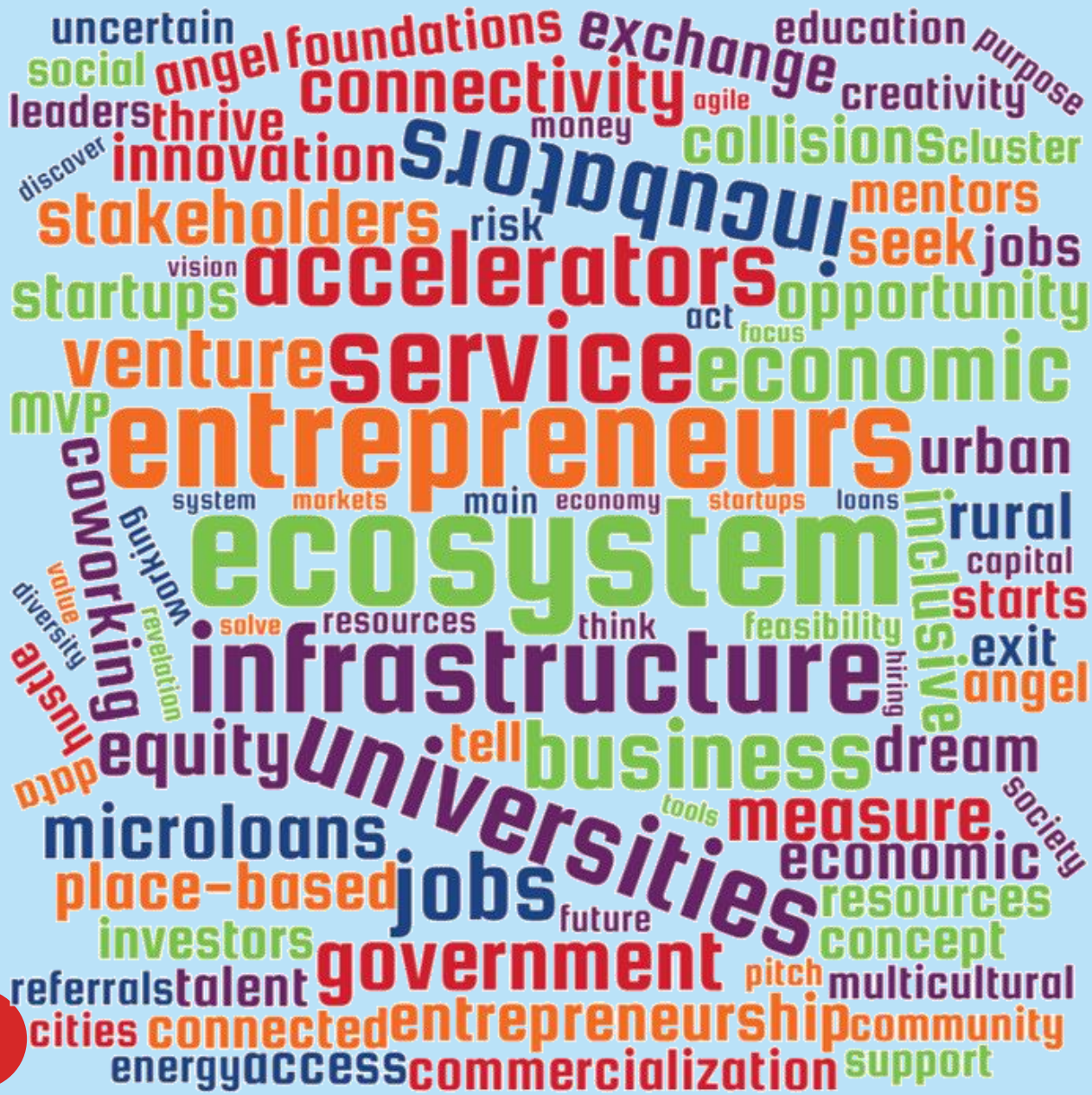


Pregătirea și susținerea unui pitch

TBD

Ecosistemul de antreprenoriat, oportunități de creștere

TBD



Oportunități de Finanțare

Tiberiu MOISĂ
Deputy CEO
Banca Transilvania

1. Vorlesung - Sommersemester 2022/2023

Einführung in Unternehmertum und Innovation

Entstehung und Definition des Unternehmer-Begriffes

- **Obwohl eine Vielzahl von Theorien** im Bereich Entrepreneurship besteht, **fehlt eine einheitliche und eindeutige Begriffsabgrenzung.**
- Der **Begriff des Unternehmers** wird in der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur seit **mehr als 250 Jahren** verwendet.
- Die erste Anwendung unternehmerähnlicher Begrifflichkeiten erfolgte im Mittelalter. Hier wurden mit den Begriffen „**Projector“ oder „Adventurer“** vor allem **Baumeister oder Gauner** bezeichnet.
- **Sprachlich kann der Unternehmerbegriff** aus dem **Englischen „Undertaker“** oder dem **Französischen „Entrepreneur“** abgeleitet werden.
- Das Französiche **Verb „entreprendre“** bedeutet **„etwas unternehmen“ oder „etwas beginnen“** / siehe Swedberg (2000), S. 11.

Definition des Unternehmer-Begriffes. Auflistung nach Bretz (1991)

- **Der Begriff Unternehmer beschreibt eine Persönlichkeit, die eine Unternehmung plant und gründet oder verantwortlich leitet.**
- **Charakteristische Funktionen des Unternehmers** sind:
  - die *Bereitstellung von Kapital*;
  - die *vollständige Übernahme des Risikos* einer Unternehmung.
- **Bretz ordnet ca. 40 Begriffsdefinitionen in Form einer Tabelle** an und gibt zu **jedem Autor:**
    - *Namen;*
    - *Veröffentlichungsjahr;*
    - *den verwendeten Unternehmerbegriff;*
    - *eine stichwortartige Zusammenfassung der Hauptinhalte*.

Auflistung nach Bretz (1991)

- **Richard Cantillon (1755):** Entrepreneur als Risikoträger; Pächter als Prototypen: feste Abgabe an den Grundeigentümer, aber unsicher im Lohn; Unternehmer ihrer eigenen Arbeit: auf eigene Gefahr und eigene Rechnung; auch Bettler und Räuber sind Unternehmer;
- **Adam Smith (1776):** Undertaker als Kapitalist und Kapitalanwender; laissez-faire; freie Verwirklichung von Eigeninteressen als Bedingung für allgemeinen Wohlstand, unsichtbare Hand des Marktes als natürliche Ordnung;
- **Jean-Baptiste Say (1815):** Entrepreneur als Nachfrager/Vereiniger von Produktivdiensten und Anwender/Produzent für den Markt; „gutes Urteil“ als Hauptqualität: Mittler für die Erfüllung von Bedürfnissen;

Auflistung nach Bretz (1991)

- **John Stuart Mill (1860):** Entrepreneur als Kapitalist, Risikoträger und Oberaufseher; Bezieher von Kapitalzins, Risikoprämie und Unternehmerlohn
- **Frederik B. Hawley (1882):** Enterpriser als Träger von produktivem Risiko (Spekulant: unproduktives Risiko); ökonomisch unentbehrlicher Kombinator der Produktionsfaktoren;
- **Josef Schumpeter (1912):** Unternehmer als aktiver, innovativer Durchsetzer neuer Kombinationen; strebt wirtschaftliche Führerschaft an; dynamischer Zerstörer des Marktgleichgewichts
- **Max Weber (1920):** Unternehmer als Rationalisierer/Überwinder des Traditionalismus (Bürokratieansatz) und protestantischer Asket; Disziplin, Selbstkontrolle

Auflistung nach Bretz (1991)

- **Frank H. Knight (1921):** Entrepreneur als Produkt nicht messbarer Ungewissheit; Träger letzter Verantwortung; Broker neuer Technologien; Menschenkenner
- **Ludwig v. Mises (1940):** Jeder handelnde Mensch ist Entrepreneur (dynamische Wirtschaft): Demokratisierung des Konzeptes; „Promoter“ als besonders findiger Entrepreneur;
- **Arthur H. Cole (1949):** Entrepreneur als Gründer, Erhalter oder Ausbauer eines gewinnorientierten Geschäfts; Innovation, Management und Anpassung an äußere Umstände;
- **George L. S. Shackle (1955):** Enterpriser als Unsicherheitsträger und Entscheider: Improvisator, Erfinder; „Bounded Uncertainty“ als Quelle von Kreativität;

Auflistung nach Bretz (1991)

- **Harvey Leibenstein (1968):** Entrepreneur als Ausnutzer von Unzulänglichkeiten: „XInefficiency“, „Slack“, „Fuzzy Areas“, „Input-Completer“;
- **Israel M. Kirzner (1973):** Entrepreneur als findiger Arbitrageur: Ausnutzer von Preisunterschieden bei unvollkommener Information; Wiederhersteller des Marktgleichgewichtes;
- **Mark Casson (1982):** Entrepreneur als Koordinator: Treffen ökonomischer Entscheidungen höchster Komplexität als zentrale Aufgabe, Ziel der Gewinnmaximierung, Pendant des Marktpreissystems, Nutzer von Marktunvollkommenheit durch Vertragsabschlüsse

Definition und Forschungsschwerpunkte des Begriffes Unternehmer.

- Der **französische Begriff des Entrepreneurs ist deutlich älter als der in Deutschland** seit Anfang des 19. Jahrhunderts verwendete Begriff des Unternehmers.
- In der Literatur existieren viele verschiedenen Reviews, **in welchen die für sich stehenden Definitionen auf Gemeinsamkeiten hin analysiert** wurden.
- Anhand der verschiedenen Definitionsansätze lassen sich **Tendenzen zu Forschungsschwerpunkten** erkennen.
- In der **Vergangenheit spielte insbesondere die Betrachtung der unterschiedlichen Sprachräume eine große Rolle**.
- Auch hier lassen sich verschiedene Zweige voneinander abgrenzen und **zu vier Schulen zusammenfassen.**

Philosophie der vier wichtigsten Schulen.

- **Die französische Schule betrachtet** vorwiegend die **Spekulationsfunktion, die Übernahme von Unsicherheiten sowie Kapital** gebende Funktionen;
- Die **britische Schule** fokusiert auf die **Koordination**.
- In der **US-amerikanischen Schule** wird die Funktion der **Unsicherheitsübernahme** als Hauptcharakteristikum analysiert.
- Bei der vierten Schule (**deutsch-österreichische Schule**) werden sowohl Innovations-, Koordinations- als auch Unsicherheitsübernahmefunktion betrachtet.
- Bei den **österreichischen Forschern** wird zudem die **Ausnutzung von Arbitragemöglichkeiten** untersucht.

Philosophie der vier wichtigsten Schulen

Schule	Vertreter	Schwerpunkte
Französische Schule	Savary, Cantillon, Baudeau, Quesnay, Turgot	Spekulationsfunktion, Übernahme von Unsicherheit, kapitalgebende Funktion, Koordinationsfunktion, jedoch viele Unterschiede
Britische Schule	Smith, Ricardo, Mill, Casson	Grundlegendes Verständnis von Unternehmer als Kapitalgeber, Unternehmerdiskussion abstrahiert von Einzelpersonen, Koordinationsfunktion hervorgehoben
US-amerikanische Schule	Knight, Schultz	Umgang mit Unsicherheit, geht jedoch weit über Cantillon hinaus
Deutsch-Österreichische Schule	Thünen, Schumpeter, Von Mises, von Hayek, Kirzner (österr. Zweig)	Betonte Innovationsfunktion, aber auch Koordinationsfunktion oder Übernahme von Unsicherheiten Ausnutzung von Arbitragemöglichkeiten (österreichischer Zweig)

Definition gemäß Gesetz 133/1999 zur Förderung privater Unternehmer zur Gründung und Entwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen

Ein Unternehmer ist „eine **autorisierte natürliche oder juristische Person**, die **einzeln oder gemeinsam mit anderen autorisierten natürlichen oder juristischen Personen** ein **Unternehmen gründet**, um bestimmte **Handelsaktivitäten oder Handelshandlungen durchzuführen** und **durch Produktion von Güttern oder Erbringung von Dienstleistungen** oder **anderweitigen Handelaktionen Gewinne** auf einem Markt unter **Wettbewerbsbedingungen zu erzielen**“.

Hauptarten von Unternehmertum

1. **Kommerzielles Unternehmertum**: Das Hauptziel kommerzieller Unternehmen besteht darin, Gewinn zu erzielen und den Shareholder-Value zu maximieren. Sie streben danach, Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, die auf dem Markt gefragt sind und die Bedürfnisse der Kunden erfüllen, um Einnahmen zu generieren.
2. **Soziales Unternehmertum**: Soziale Unternehmen haben neben der Gewinnerzielung auch soziale oder Umweltziele. Sie streben danach, einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft oder die Umwelt zu haben, indem sie beispielsweise Armut bekämpfen, Bildung fördern oder Umweltprobleme angehen.

Die Innovation als treibende Kraft der Wirtschaftsentwicklung (Vahs D., Brem A., 2015)

- **Innovationen besitzen** für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft **eine besondere Bedeutung.**
- Anfang des letzten Jahrhunderts **definierte der österreichische Nationalökonom Joseph Alois Schumpeter** (1883–1950) **Innovationen als die „Durchsetzung neuer Kombinationen“**, mit denen **Unternehmen aus Gewinnstreben die „ausgefahrenen Bahnen der statischen Wirtschaft“ verlassen**.
- Die **Durchsetzung neuer Kombinationen** bezieht Schumpeter auf:
  - die **Herstellung eines neuen Gutes** als auch auf die **Einführung einer neuen Produktionsmethode;**
  - die **Erschließung eines neuen Absatzmarktes**;
  - die **Eroberung einer neuen Bezugsquelle von Rohstoffen** und Halbfabrikaten;
  - die **Durchführung einer Neuorganisation.**

Die Innovation als treibende Kraft der Wirtschaftsentwicklung (Vahs D., Brem A., 2015)

- Durch die „**schöpferische Zerstörungskraft“ der Innovationstätigkeit,** die nicht stetig und regelmäßig, sondern **„diskontinuierlich“ erfolgt**, wird die **wirtschaftliche Entwicklung vorangetrieben (Schumpeter, 1912)**.
- **Sofern die neuartige Kombination der Produktionsmittel einen erkennbaren Vorteil gegenüber der bisherigen Situation aufweist**, **kommt** der für die gesamte Volkswirtschaft relevante Prozess der **„schöpferischen Zerstörung“ in Gang**: die bis dahin **etablierten Produkte und Verfahren werden nach und nach** durch die erfolgreichen Neuerungen **abgelöst**.
- **Erreicht der dynamische Unternehmer** dank der von ihm verwirklichten Neukombination der Produktionsfaktoren und dem daraus resultierenden Wettbewerbsvorsprung **eine monopolähnliche Marktstellung**, **kommt er in den Genuss hoher Pioniergewinne**, **die sich zur „Monopolrente“ entwickeln können**.

Die Innovation als treibende Kraft der Wirtschaftsentwicklung (Vahs D., Brem A., 2015)

- Dadurch **entsteht jedoch ein für die Wettbewerbssituation unbefriedigender Zustand**.
- **Dieser Nachteil wird aber dadurch (über-)kompensiert**, dass **der Unternehmer** der Volkswirtschaft insgesamt **zu einer höheren Produktivität** und damit **zu einem höheren Wohlfahrtsniveau** verholfen hat.
- Schließlich **ahmen Imitatoren die Neuerungen mit zeitlichem Abstand nach**. Es **entsteht ein Anpassungsprozess**, der **zu einem wirtschaftlichen Gleichgewicht auf einem höheren Niveau führt**, das erst wieder durch eine **erneute erfolgreiche Innovation und deren Folgen gestört wird.**

Die Innovation als treibende Kraft der Wirtschaftsentwicklung (Vahs D., Brem A., 2015)

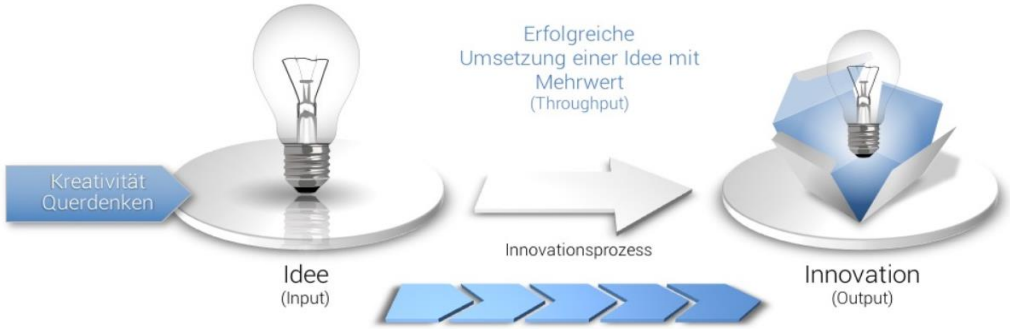
- **Ähnlich zu Schumpeter** sah auch der **deutsche Volkswirt Helmut Arndt** in dem **dynamischen Wettbewerb von Vorstoß und Verfolgung**, also der ständigen Konkurrenz von innovativ-bahnbrechenden Pionierunternehmen und spontan imitierenden Nachfolgern, **die einzig sinnvolle Form des ökonomischen Wettbewerbs** (Arndt, H. 1952).
- **Die Werke von Schumpeter und Arndt können als Ausgangspunkte und als erste Meilensteine der modernen Innovationsforschung angesehen werden**. Sie zeigen, dass der technologische Fortschritt die wirtschaftliche Entwicklung einzelner Unternehmen und ganzer Nationen oder Wirtschaftsräume vorantreibt.

Abgrenzung zwischen den Begriffen *Invention*, *Idee* und *Innovation* (Vahs D., Brem A., 2015)

- **Die Invention oder Erfindung** ist eine **notwendige Vorstufe der Innovation**. **Sie beschränkt sich auf den Prozess der Ideengenerierung und die erstmalige Umsetzung einer neuen Idee.**
- Unter einer **Idee ist dabei ein strukturiert gefasster Gedanke zu verstehen**, **der entweder spontan oder unter Zuhilfenahme von Kreativität entsteht.** Eine Idee muss nicht formalisiert sein und entwickelt sich in ihrem Bestehen kontinuierlich fort.
- Dagegen ist unter einer **Innovation grundsätzlich die erstmalige wirtschaftliche Umsetzung einer neuen Idee (Exploitation/Verwertung)** zu verstehen, das heißt hier geht es um die **ökonomische Optimierung der Wissensverwertung** und damit um den **wirtschaftlichen Erfolg**.

Abgrenzung zwischen den Begriffen *Invention*, *Idee* und *Innovation* (Vahs D., Brem A., 2015)

- **Im Unterschied** zu der zeitpunktbezogenen **Invention** ist eine **Innovation** also **das Ergebnis eines Prozesses, der alle Phasen von der Ideengewinnung über die Ideenumsetzung bis hin zur wirtschaftlichen Nutzung der Problemlösung durch deren Markteinführung** (in der Regel bei Produktinnovationen) **oder durch deren Umsetzung im Unternehmen** (in der Regel bei Prozessinnovationen) umfasst.
- **Die Idee ist lediglich die Invention oder Erfindung einer möglichen Innovation**. **Die Idee** wird erst durch die **wirtschaftliche Umsetzung zur Innovation**.



https://www.growth-factory.at/innovation-4/(19.02.2022)

Der Begriff der Innovation (Vahs D., Brem A., 2015)

- **Der Begriff „Innovation“ stammt von dem lateinischen Wort „innovatio“ ab**, was so viel wie **Neuerung, Erneuerung, Neueinführung oder auch Neuheit** bedeutet und auf „novus“ (neu) zurückgeht.
- „**Neuartig ist mehr als neu**, es bedeutet **eine Änderung der Art, nicht nur dem Grade** nach. Es geht **um neuartige Produkte, Verfahren, Vertragsformen, Vertriebswege, Werbeaussagen, Corporate Identity. Innovation ist wesentlich mehr als eine graduelle Verbesserung und mehr als ein technisches Problem**.“(Hauschildt, J., Salomo, 2011)

Innovative Unternehmensgründungen (Laub U., Schneider D., 1991)

- Die **Gründungsentscheidung resultiert aus der intensiven und erfolgreichen Suche** (Ideenfindung) **nach innovativen Problemlösungen** sowie **dem Willen zur organisatorischen Umsetzung** durch möglichst günstige Wahrnehmung vorhandener Ressourcen.
- **Innovative Gründungen können sowohl Neugründungen** "auf der grünen Wiese" **sowie Ausgliederungen aus bestehenden Unternehmen** sein, wie z.B. spin-off-Gründungen.
- **Im Unterschied zu bereits langfristig bestehenden Unternehmen** mit einem etablierten Namen, mit bestehenden Kommunikations- und Vertriebswegen und einem nachzuweisenden Produkt- und Unternehmenserfolg **liegt die Besonderheit innovativer Gründungen in dem Neuheitsgrad der Problemlösung**, der den gesamten Umsetzungsprozeß beeinflußt.

Marktorientierte Unterscheidungsmerkmale traditioneller und innovativer Unternehmensgründer (Laub U., Schneider D., 1991)

Traditionelle Gründung: (Friseur)		Innovative start-up Gründung: (Lasertechnik)
	Lieferantenkontakte:	
sehr allgemein/bekannt		sehr speziell/unbekannt
	Mitarbeiter:	
Ausbildung standardisiert/ Personalersatz kein Problem		spezielles Know-how/ Personalersatz schwierig
	Absatzmarkt:	
Produkt bekannt Vertriebswege bekannt Produktakzeptanz bekannt		Produkt neu Vertriebswege unbekannt Produktakzeptanz unbekannt

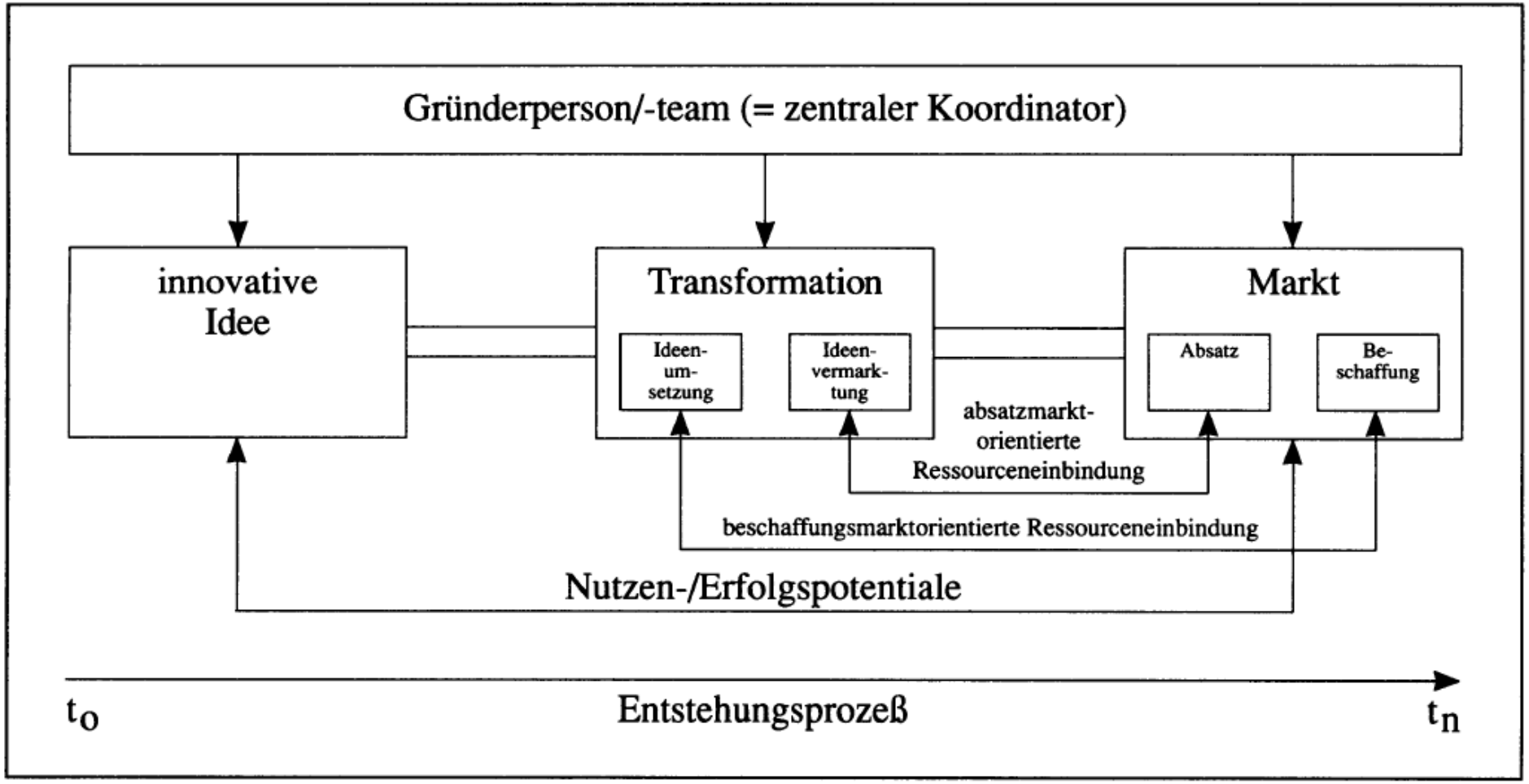
Innovative Unternehmensgründungen (Laub U., Schneider D., 1991)

- **Das Verbinden zwischen Idee und Markt**, **die Ideenumsetzung durch Ressourceneinbindung und die Aktivitäten der Gründerperson** als der zentralen Koordinationsfigur, bilden **die wesentlichen Komponenten des Entstehungsprozesses**.
- **Eine innovative Gründungsidee gibt häufig den Anlass zur Gründung**.
- **Herausfordernd wird** dann, **wenn der Nutzenzuwachs zwar objektiv nachzuweisen** ist, **die Reaktion der Marktteilnehmer jedoch unbekannt ist**. So kann ein **Nutzenzuwachs zwar vorhanden, aber für den Markt nicht erkennbar sein** oder aber der **Zeitpunkt der Markteinführung nicht der Bedürfnisstruktur der Kunden entsprechen**, ebenso wie **der Nutzenzuwachs geringer sein kann als die zusätzlichen Aufwendungen für den Kunden**.
- Die antizipative Beurteilung von Marktreaktion und Marktakzeptanz werden zu einem kritischen Faktor.

Innovative Unternehmensgründungen (Laub U., Schneider D., 1991)

- **Die Gründerperson** oder **das Gründerteam** bilden die **Antriebskraft einer innovativen Unternehmensgründung**. Sie fungieren **als Initiatoren und zentrale Koordinatoren** von der Ideenentwicklung über die Ideenumsetzung bis hin zur Ideenvermarktung. Ihre **geistigen, charakterlichen, fachlichen und physischen Fähigkeiten bestimmen** den gesamten **Gründungserfolg.**
- **Ökonomisches Denken und Verhandlungsgeschick** können insbesondere bei der **organisatorischen Gestaltung der innovativen Unternehmensgründung den Gründungserfolg beeinflussen**. Dies zeigt sich beispielsweise bei der Bestimmung des Verhältnisses von fremdbezogenen und eigenerstellten Teilleistungen, bei der unterschiedlichen Einbindungstiefe von Mitarbeitern oder bei der Auswahl und Gestaltung von Vertriebswegen.
- **Einheitliche Vision des Gründerteams ist die Grundlage des Erfolgs!!!**

Vereinfachte Gesamtbetrachtung des innovativen Unternehmensentstehungsprozesses (Laub U., Schneider D., 1991)



Innovationsarten (Klein R., 2022)

Innovationen sind in verschiedenen Bereichen möglich:

- **Produkt Innovation**: wenn man ein weltweit einzigartiges, neues Produkt auf den Markt bringen, so spricht man von einer echten Produktinnovation. Klassisches Beispiel: Der erste Walkman von Sony;
- **Technische Innovation**: technische Innovationen können in den unterschiedlichsten Formen auftauchen, z.B. im täglichen Alltag (Beispiel: Elektrischer Korkenzieher) oder in der Industrie (Beispiel: Kurvenlicht bei den Fahrzeugen);
- **Design Innovation**: Sehr oft werden Design Innovationen mit einem speziellen Preis ausgezeichnet. Dabei ist das Produkt (und somit auch der Kernnutzen), nicht wirklich neu, besticht aber durch ein sehr innovatives Design. Beispiel: Das I-Phone;
- **Service Innovation**: Wenn man dem Kunden einen einmaligen Service bietet so spricht man von Service Innovation. Beispiel: Der Auto Wasch-Service im Parkhaus.

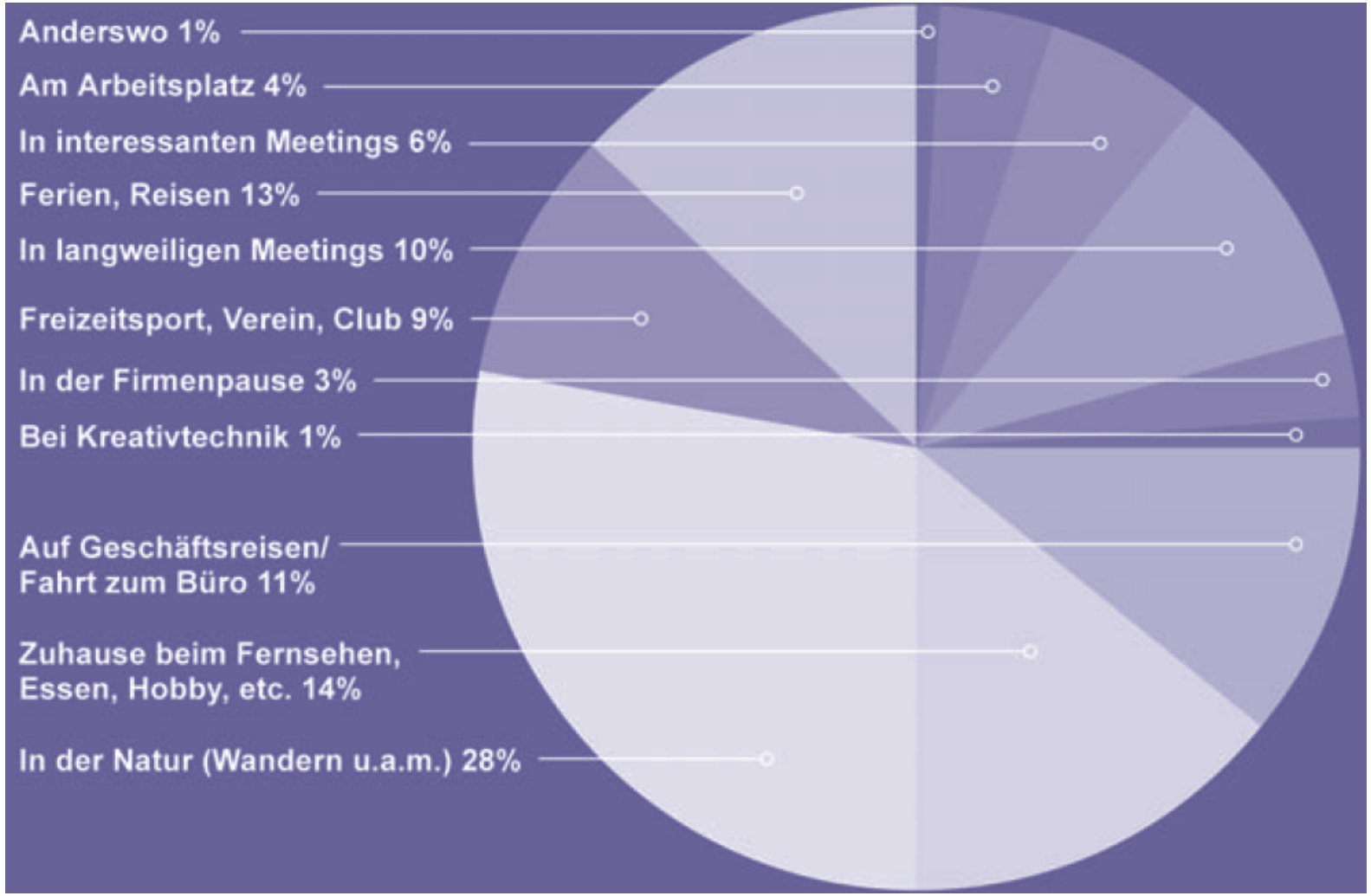
Schritte, Konzeptionen und Instrumente für den Innovationsprozess

Schritte	Konzepte und Instrumente
Ideen-gewinnung	**Konzeption:** Dank Kreativitätstechniken die Nähe zum Kunden, seinen Bedürfnissen und Kundenintegration gewinnen, Mitarbeiter-involvierung, Screening neuer technologischer Möglichkeiten **Instrumente:** Kunden-Innovations-Panel, Lead-User-Integration, Auswertung von Kundenumfragen, Integration des Kunden in den Leistungsprozess, Mystery-Shopping, Blueprinting, Erfahrungs-austauschgruppen, Brainstorming, Technologietrends-Workshop, problem reversal technique (Umkehrfragen)
Ideenprüfung und -auswahl	**Konzeption:** Ideenbewertung und Gewichtung, Prüfung der Innova-tion hinsichtlich Kernkompetenztauglichkeit, Auswahlverfahren für Ideen **Instrumente:** Bewertung durch Plausibilitätskriterien, Machbarkeit, Wahrscheinlichkeit des Auftretens von Konkurrenz, Lebenszykluslän-ge, Integration in bestehende Prozesse, Erschließung neuer Märkte. Prüfung durch Kernkompetenztauglichkeit im Sinne von Einzigartig-keit der Dienstleistung, des Prozesses, der Prozesskompetenz der Mitarbeiter, Identifizierbarkeit, Entwicklungsfähigkeit, Integration in andere Märkte, Auswahlverfahren durch Nutzwertanalysen

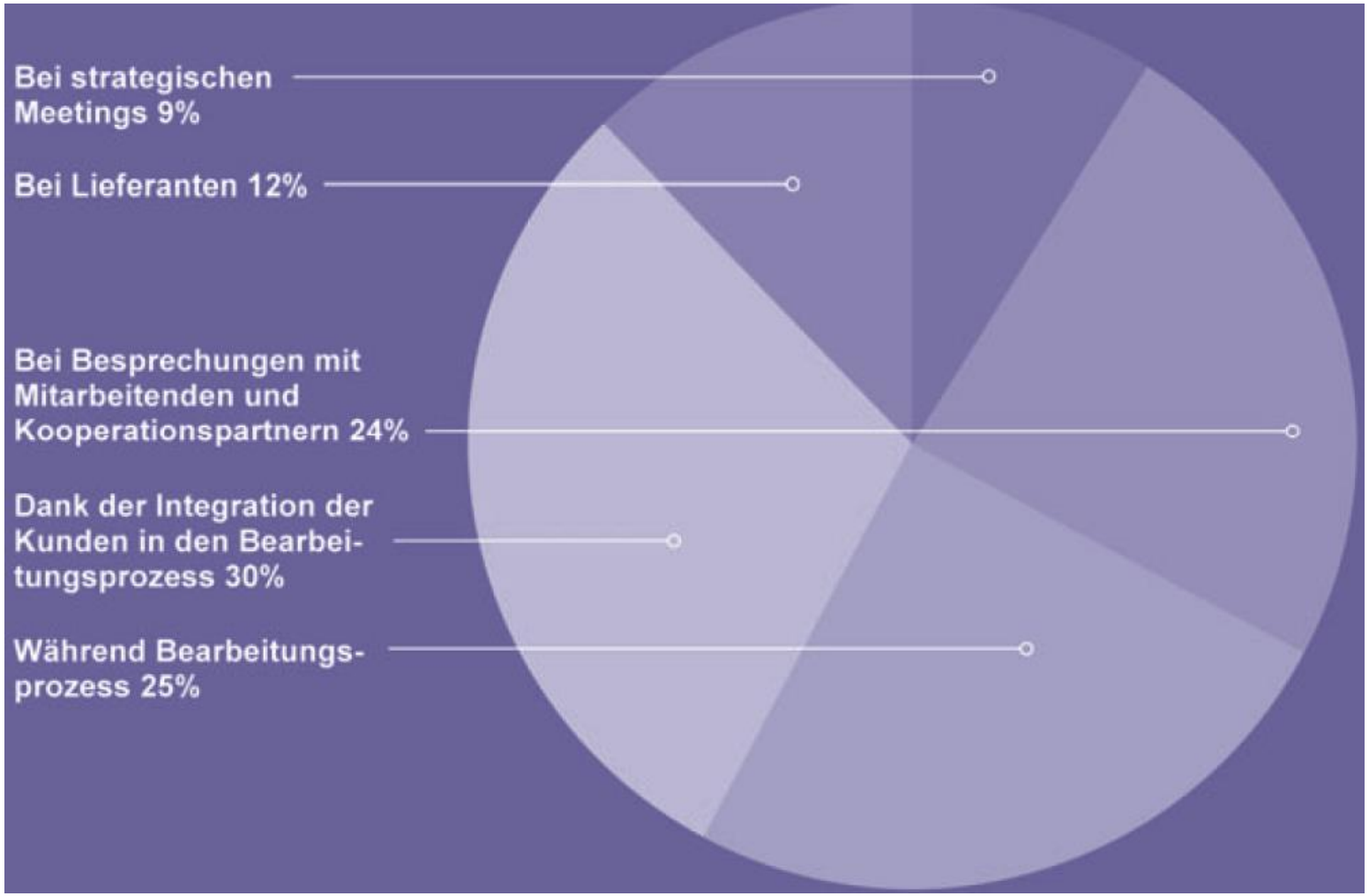
Schritte, Konzeptionen und Instrumente für den Innovationsprozess

Schritte	Konzepte und Instrumente
Leistungs-design	**Konzeption:** Bestimmung des Designkonzepts, Erstellung eines Businessplans (Drehbuch), Entscheidung über Design und Businessplan **Instrumente:** Prozessgestaltung, Businessplanerstellung durch Festlegung des Ziels der Innovation und potenzielle Kundengruppen, Leistungsvorstellung, Märkte, Konkurrenz, Marketing, Herstellung und Betrieb, Organisation und Management, finanzielle Angaben
Tests	**Konzeption:** Testdurchführung mit und ohne Kundenintegration **Instrumente:** Testdurchführung mit Kundenintegration durch Konzepttest, Pretests, Kundenbefragung. Tests ohne Kundenintegration, Blueprinting, Erfahrungsaustausch unter Dienstleistern
Einführung	**Konzeption:** Markteinführung, Übernahmebereitschaft durch den Kunden (Adaption) mittels Aufzeigen der Leistungseigenschaften **Instrumente:** Eventmarketing, Öffentlichkeitsarbeit, breit gestreute Werbung, relative Vorteilhaftigkeit bezüglich technischer, wirtschaftlicher, sozialer Aspekte, Positionierung im Leistungsdreieck „Preis – Qualität – Zeit“

Wo ideen entstehen (Krause E.D. (2013)



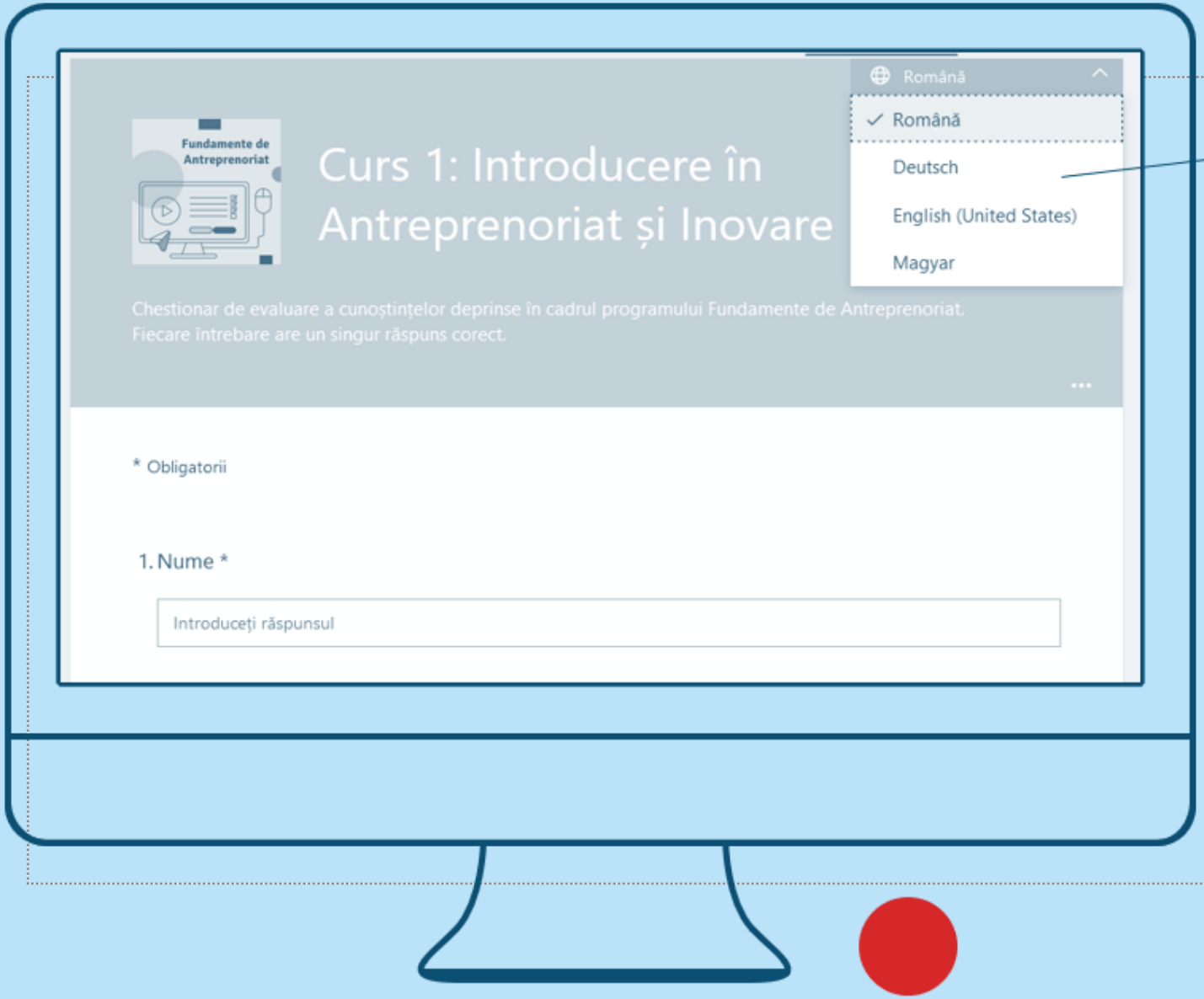
Wie werden Ideen zu Innovationen transformiert (Krause E.D. (2013)



Schlußfolgerungen (Krause E.D. (2013); Klein R. (2022))

- **Kreativität, Innovation und Entrepreneurship sind eng miteinander verbunden**.
- Die **Möglichkeit mit einer gänzlich neuen Geschäftsidee ein neues Angebot zu schaffen**, ergibt sich aus der **Veränderung** bei Wünschen und **Bedürfnissen der Kunden, dem Kundenverhalten oder ganz neuen Kundenbedürfnissen**.
- Erst der kreative Unternehmer, dem es gelingt, seine Ideen und Vorstellungen über neue Prozesse, Dienstleistungen oder Produkte **in Innovationen zu transferieren und anschließend damit auf dem Markt Nutzen für den Kunden zu kreieren**, kann **langfristig auf dem Markt existieren**.
- Die **Existenzgründung mit einer vollständig neuen Geschäftsidee ist eher selten und die Innovation ist oftmals mit intensiver Entwicklungsarbeit verbunden**. Trotzdem gelingt es jedem 8. Entrepreneur, die Existenzgründung mit einem innovativen Angebot und einer neuen Geschäftsidee zu starten.

Chestionar de evaluare



Selecție limbă chestionar
(implicit e selectată limba folosită în *browser*)

Chestionar de evaluare! →

CREDITS: This presentation template was created by **Slidesgo**, including icons by **Flaticon** and infographics & images by **Freepik**.

Literaturverzeichnis:

- Günter Faltin Hrsg, (2018) Handbuch Entrepreneurship. SpringerGabler. Wiesbaden.
- Christian Schulz, Stephan A. Rehder, (2017) Entrepreneurship; Verlag W. Kohlhammer. Stuttgart.
- Nadine Uebe-Emden, (2019) Entrepreneurship Education an Hochschulen für Gründer und Nachfolger - Anforderungen und Herausforderungen unter besonderer Berücksichtung potenzieller Strukturbrüche der Unternehmensnachfolge, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. Wiesbaden.
- Tobias Kollmann, (2019) E-Entrepreneurship Tobias Kollmann Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH. Wiesbaden.
- Bretz, H. (1991): Zur Kultivierung des Unternehmerischen im Unternehmen. Von den historischen Wurzeln bis zur unternehmerischen Avantgarde im Management, in: Laub, U. D./Schneider, D. (Hrsg.): Innovation und Unternehmertum: Perspektiven, Erfahrungen, Ergebnisse, Gabler Verlag, Wiesbaden, S. 273-295.
- Swedberg, R. (Hrsg.) (2000): Entrepreneurship – The social Science View, Oxford Management Reader, Oxford University Press, Oxford.
- Fallgatter, M. J. (2001): Unternehmer und ihre Besonderheiten in der wissenschaftlichen Diskussion – Erklärungsbeiträge funktionaler und positiver Unternehmertheorien, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Jg. 71, H. 10, S. 1217-1235.

Literaturverzeichnis:

- Witt, Peter (2006): Stand und offene Fragen der Gründungsforschung. Studie für das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Vallendar.
- Barringer, Bruce R.; Ireland, R. Duane (2008): Entrepreneurship. Successfully Launching New Ventures, 2. Auflage, New Jersey.
- Dietmar Vahs/Alexander Brem (2015): Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung, 5., überarbeitete Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.
- Schumpeter, J.A.: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. (Nachdruck der 1.Auflage von 1912. Herausgegeben und ergänzt um eine Einführung von Jochen Röpke und Olaf Stiller), Berlin 2006 [1911/12]
- Hauschildt J., Salomo S.: Innovationsmanagement, 5. Auflage, Vahlen Verlag (2011).
- Laub U., Schneider D. (1991): Innovation und Unternehmertum - Perspektiven, Erfahrungen, Ergebnisse, Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Krause E.D. (2013): Kreativität, Innovation, Entrepreneurship, Springer Verlag, Wiesbaden.
- https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-finden/geschaeftsidee-suchen/innovation/ René Klein (21.02.2022)