

MODUL 2

BEREITSCHAFT ZU ERFORSCHEN

-KURZE ZUSAMMENFASSUNG-



I WAS IST DIE BEREITSCHAFT ZU ERFORSCHEN?

Die Bereitschaft zu Erforschen umfasst folgende 3 Bereiche:

- die Bereitschaft, die eigenen Grenzen und Kapazitäten zu verstehen um darüber hinaus wachsen zu können
- Bereitschaft, Marktchancen zu erkennen zu verstehen, sowie
- der Wille, die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen.

II UNTERNEHMERISCHE FÄHIGKEITEN UND DIE KOMPETENZEN EINES SOZIALEN UNTERNEHMERS

Die wichtigsten Fähigkeiten - die neben den wertvollen technischen Kompetenzen, **jede(r) UnternehmerIn** haben sollte – sind **soziale und persönliche Fähigkeiten**.

- **Selbstwahrnehmung** – Jede(r) UnternehmerIn muss ihre/seine eigenen Stärken und Schwächen kennen, um in der Lage zu sein die Fähigkeiten zu stärken und die Probleme, die durch Schwachstellen entstehen zu lösen.
- **Netzwerk Bewusstsein** – Der Erfolg einer/s UnternehmerIn/s hängt nicht nur von ihr/ihm selbst ab sondern auch von den Kunden und Lieferanten. Der/m UnternehmerIn muss bewusst sein, dass auch Freunde und Familie beim Projekterfolg eine wichtige Rolle spielen. Auf der anderen Seite muss ihr/ihm bewusst sein, wie Erfolg und Misserfolg eines Projektes die Menschen um sie/ihn herum beeinflussen.
- **Belastbarkeit** – bedeutet nicht eine starke, sondern eine flexible Person zu sein. Zum Beispiel wenn jemand ein Hindernis auf ihrem/seinem Weg findet, sollte sie/er darüber springen und einen Ausweg finden können.
- **Vorausschauen** – Man muss in der Lage sein, die zukünftigen Entwicklungen des Unternehmens und der Umwelt vorzusehen, indem man die aktuelle Lage des Marktes, der Gesellschaft, der Nutzer, der Kunden usw. analysiert.

Fähigkeiten einer/s sozialen UnternehmerIn/s

Neben den oben genannten Fähigkeiten, gibt es spezielle Fähigkeiten die ein(e) **soziale(r) UnternehmerIn** haben sollte:

- **Bewusstsein über die soziale Auswirkung** – soziale Unternehmer müssen sich der sozialen Auswirkung auf Umwelt und die Menschen herum bewusst sein, die sie während der Umsetzung eines Projektes schaffen.
- **Fähigkeit, die Auswirkungen zu planen und zu maximieren** – Soziale UnternehmerInnen planen absichtlich die Maximierung einer sozialen Auswirkung. Eigentlich sind die sozialen Auswirkungen für soziale Unternehmer kein Nebenprodukt einer regelmäßigen Tätigkeit – es ist etwas das sie verfolgen, während die Businessseite den Umsatz steigern will. In diesem Zusammenhang bedeutet es, mit den Einnahmen Aktivitäten zu finanzieren, die positive soziale Auswirkungen aufweisen. Der Gewinn wird für Reinvestitionen verwendet. Auf diese Weise ist es den sozialen Unternehmern möglich, soziale Auswirkungen zu erhöhen und den sozialen Einfluss den er hat oder nachdem er sucht zu maximieren.

Eine Lebenseinstellung

Unter Berücksichtigung der Fähigkeiten und Kompetenzen einer/s UnternehmerIn/s, insbesondere einer/s sozialen UnternehmerIn/s, hier eine wichtige Frage die diskutiert werden sollte ist:

Ist das Unternehmertum eine Art zu leben oder ein Weg um den Lebensunterhalt zu verdienen?

- Für die meisten UnternehmerInnen ist das Unternehmertum ein Lebensstil. Sie sehen sich normalerweise nicht als bloße freie Mitarbeiter. UnternehmerInnen neigen dazu, sich selbst als Menschen zu sehen, die eine Leidenschaft verfolgen und für die es schwierig ist sich von einem Projekt zu lösen. Es muss erwähnt werden, dass die Fähigkeit sich von einem Projekt zu lösen tatsächlich sehr wichtig ist, da es sich dabei nicht um den Start eines Sprints handelt. Eigentlich ist

ein Projekt ein Marathon und man muss in der Lage sein, Bemühungen über eine Zeit zu halten.

- Viele dieser UnternehmerInnen sind sehr mit der Innovation besessen, die sie auf den Markt bringen möchten. Etwas Neues zu beginnen ist ein wichtiges Ziel, keine Pflicht. Die Obsession mit der Innovation ist nur gesund solange sie auch richtig gemanagt wird.

III INNOVATION IM BUSINESS

Innovation bedeutet nicht, eine brillante Idee zu haben oder an etwas zu denken, an das zuvor noch keiner gedacht hat. Die Anforderungen der Kunden, Nutzer, Bürger, usw. müssen immer im Auge behalten werden, wenn wir über soziales Unternehmertum sprechen. Dann wird die Innovation auch den tatsächlichen Bedarf erfüllen. Die Basis für den Erfolg in Innovationen und im Geschäft ist die Verknüpfung zwischen Innovation und Bedarf.

Innovation und die Möglichkeit auf dem Markt

Du hast eine Chance wenn du eine Idee mit dem sozialen Bedarf verknüpfst. Die erste Frage die sich ein(e) UnternehmerIn stellen sollte: „Gibt es einen Bedarf für meine Idee?“ Und dann, wenn die Menschen nach Neuem fragen: „Fragen die Leute nachdem was ich ihnen anbiete?“ Dann muss berücksichtigt werden dass Nutzer oder Konsumenten meist sehr konservativ sind. Sie lieben etwas, das gut funktioniert und solange es gut funktioniert, suchen sie nicht nach anderen Optionen. Selbst wenn man ihnen versprechen kann, dass die eigene Arbeit besser ist, werden sie lieber in ihrem Komfortbereich bleiben. Deswegen ist es wichtig zu klären, was man mit der Innovation tun will wenn man eine Idee hat.

Denke, Designe, Entwickle, Verkaufe... BEGINNE VON VORNE!

Es ist eine große Herausforderung, innovative Projekte oder innovative Produkte/ Dienstleistungen auf den Markt zu bringen, da Verbraucher meist einen gewissen Respekt davor haben, etwas zu verwenden das neu für sie ist. Die Versuchung ist groß, ein Geheimnis um die Entwicklung innovativer Produkte oder Dienstleistungen zu machen bei denen viel Geld und Zeit investiert wurde. Da die Angst besteht, dass jemand die Idee kopieren

könnte, erfahren die Kunden erst in letzter Minute über das Produkt. Zu diesem Zeitpunkt ist der Erfinder schon emotional an das Produkt / die Dienstleistung gebunden, was meist schon ein Rezept für Misserfolg ist. Derzeit ist es Trend, Kunden und Nutzer von der ersten Minute an in den Design Prozess einzubinden.

Das Human Centred Design Konzept ist eine Design Thinking Methodik, welche die Nutzer von Anfang an in den kreativen Prozess einzubinden versucht. Es basiert auf die rasche Entwicklung von Prototypen und Iteration der Produkte / Dienstleistungen mit Hilfe von Feedback der Nutzer. Der Grundgedanke ist, Prototypen zu kreieren sobald die ersten Ideen bereit stehen. Diese werden dann gemeinsam mit den Kunden in der Praxis getestet. Basierend auf den Ergebnissen wie die Nutzer mit dem Produkt interagieren, werden diese weiter entwickelt und mögliche fehlende Funktionen werden inkludiert.

Eine andere Methode, die bei der Einführung neuer innovativer Produkte verwendet wird, ist die **LEAN-Start-Up Methode**. Die Grundlage dieser Methodik ist die Erstellung eines minimal brauchbaren Produktes. Dieser erste Minimalversuch gibt Antworten auf einige grundlegende Hypothesen, welche verwendet werden wenn ein neues Produkt oder eine Dienstleistung auf den Markt gebracht wird. Die kritischste Hypothese lautet: „ Ist dies ein wertvolles Produkt für meine Kunden?“ In Wirklichkeit kann niemand diese Frage beantworten bevor er/sie das Produkt an den ersten Kunden zu verkaufen versucht hat. Auch hier geht es wieder darum, Prototypen zu iterieren und den richtigen Weg zum Markt zu finden. Auf diesem Weg muss sichergestellt werden, dass das kreierte Produkt oder der Service dem Lebensstil und den Bedürfnissen der Kunden gerecht wird.

Das alles sind die Gründe, warum die **Bereitschaft**, die eigenen Fähigkeiten, die Bedürfnisse der Kunden und die Marktchancen **zu Erforschen** so wichtig für UnternehmerInnen ist.