



Animationsvideoserie «Little Green Bags»

Copyright:

Universität St.Gallen (HSG), Text: Prof. Dr. Dietmar Grichnik, Kreation: Zense

### **Die 10 Mythen des Entrepreneurship**

Mitte der Neunziger Jahre verkündet uns ein ehemaliger Investmentbanker, dass er zum grössten Onlinehändler der Welt aufsteigen werde.

Ein Studienabbrecher teilt uns mit, dass er den Konsumenten zeigen werde, welche Produkte ihnen gefallen werden, um danach Schritt für Schritt den PC-Markt, den Musikmarkt und den Handy-Markt zu revolutionieren.

Ein junger Mann entwickelt in seiner Studentenbude ein Vergleichsportal für Studentinnen, das heute die grösste Kommunikationsplattform der Welt darstellt und Millionen von Menschen verbindet.

Und ein nach eigenen Angaben durch seine Legasthenie veränderter Schriftsteller wird zum Pionier der kommerziellen Raumfahrt.

Sind Jeff Bezos von Amazon, Steve Jobs von Apple, Mark Zuckerberg von Facebook und Richard Branson von Virgin Galactic Ausnahmereisenerlebnisse? Glücksritter? Zauberer? Super-Entrepreneure, die als einige wenige unser Leben dramatisch verändern?

Dies zu ergründen und mit den Mythen rund um das scheinbar Magische erfolgreicher Unternehmer aufzuräumen, ist die Aufgabe der Forschung rund um Entrepreneurship.

Erfolgreiche Unternehmer sind nicht zwingend männliche Studienabbrecher und heimliche Genies. Nein! Das Potential zum Unternehmertum steckt in allen von uns.

Der Entrepreneur, den wir auf die Reise in die ungewisse Zukunft schicken ist weiblich, und weder Visionärin noch Studienabbrecherin. Auch hat sie nicht viel Geld und keine blendende Idee, die sie zielsicher in die Tat umsetzt. Und doch meistert sie die Unsicherheit wie unsere Super-Entrepreneure. Denn auch sie nutzt – bewusst oder unbewusst – die unternehmerische Methode.

Die Unternehmerische Methode? Was ist das denn?

Wäre Alice eine Managerin, würde sie sich fragen: Welches Ziel strebe ich an und welche Mittel benötige ich, um diese Ziele zu erreichen.

Die unternehmerische Methode hingegen setzt vielmehr bei den vorhandenen, einzigartigen Mitteln einer Person an.

Diese setzen sich zusammen aus deren

- Identität
- Kompetenzen
- und Kontakten

Ausgehend von diesen Mitteln werden dann eine Mehrzahl von möglichen Zielen zur Lösung von konkreten Problemen imaginiert.

Es ist ähnlich wie beim Kochen. Die Unternehmerin wählt nicht ein bestimmtes Rezept aus und besorgt sich dann die nötigen Zutaten. Nein, sie schaut, was sie im Vorrats-Schrank findet und sucht dann nach möglichen Kreationen!

Beim Unternehmertum stehen am Anfang nicht die Ziele im Zentrum sondern die Mittel.

Durch ein Handeln ohne ein einzelnes, festgelegtes Ziel ist ein Richard Branson in der Lage, sich mit seinen gegebenen Ressourcen ein ganzes Portfolio an Zielen und möglichen Vorhaben vorzustellen. Schliesslich hat er vor Virgin Galactic schon Virgin Records und Virgin Airlines gegründet.

Wichtig ist auch: Geschäftsideen entstehen nicht spontan unter der Dusche, sondern entwickeln sich bei Anwendung der unternehmerischen Methode gleich in einer Vielzahl. Die Geschäftsidee ist das einfachste im ganzen Gründungsprozess. Und das Warten auf die „richtige Idee“ kann dazu führen, dass man ewig wartet. Unsere Unternehmerin ist bereits mit allem ausgestattet, was sie zur Gründung braucht. Sie muss nur ins Tun kommen und die Zukunft gestalten.

Aber es fehlt doch an Geld!

Nicht wenn Alice nach der Erfolgsmethode der Superunternehmer handelt. Auch ein Jeff Bezos hat klein angefangen und Amazon am Anfang mit Elternbürgschaften, Lieferantenkrediten und Kreditkartenüberziehungen finanziert – mit seinen verfügbaren Mitteln.

Statt wie eine Managerin die Gewinne zu kalkulieren, definiert unsere Unternehmerin ihren ertragbaren Verluste.

Ertragbar in

- finanzieller
- psychologischer
- und sozialer Hinsicht.

Statt des nächsten Urlaubs gründet sie ein Unternehmen. In kleinen erkundenden Schritten setzt sie die vorhandenen Mittel ein – ihr Geld, ihre Zeit und das Vertrauen Anderer. Sollte sie scheitern, scheitert sie früh und zu für sie vertretbaren Kosten.

Mit ihrem Mittelinventar, ihrem daraus vorstellbaren Zielportfolio und ihrem ertragbaren Verlust hat Alice alle Voraussetzungen, um ihre unternehmerische Reise anzutreten.

Aber Halt! Es gibt andere Personen, die sich für Alice und ihre Vorhaben interessieren. Sicher wollen sie nur die Idee stehlen. Das heisst Alice darf auf keinen Fall darüber sprechen!

NEIN! Was will sie schützen, wenn sie selbst gar nicht weiss, wie genau es aussehen wird? Sie muss sich austauschen, um Ihr Mittelinventar und Ihr Zielportfolio zu erweitern.

Anders als im Management geht es beim Entrepreneurship nicht um eine Win-Lose-Situation nach dem Motto, wer bekommt das grössere Stück vom Kuchen; Und auch nicht um eine Win-Win-Situation: „Gemeinsam machen wir den Kuchen grösser!“

In der unternehmerischen Gegenwart mit unsicherer Zukunft ist der Kuchen noch gar nicht gebacken. Diejenigen, die mitmachen wollen, werden zu Partnern, bringen ihre Mittel ein

und bestimmen gemeinsam, welcher Kuchen gebacken werden soll. Sie handeln die Zukunft gemeinsam aus und ko-kreieren die Produkte.

Ach ja: Bedarf es nicht eines Businessplans mit eindeutigem Ziel, wohin die Reise gehen soll? – Ein solcher Reiseplan kann hilfreich sein, ja, aber manchmal verhindert er auch, dass eine Reise nach Indien im gelobten Land Amerika endet.

Also segle ich ziellos je nach Wind in die eine oder andere Richtung? Unternehmertum ist doch reine Glückssache!

Zugegeben. Glück ist ein Element der Erfolgsformel. Aber wenn ich nach der unternehmerischen Methode handle, erhöhe ich meine Chancen.

Es geht um eine erlernbare Routine im Umgang mit dem Unerwarteten.

Erlernbar? Als Unternehmerin wird man doch geboren? Erfolg steckt schliesslich in den Genen!

Falsch! Die unternehmerische Methode unserer Super-Entrepreneure ist genauso anwendbar für jeden von uns. Jeder besitzt ein einzigartiges Mittelinventar. Was wir daraus machen, bestimmt den Erfolg. "Entrepreneurs are made, not born."

Auch ein Richard Branson hat mit seinen Ventures mehr Misserfolge als Erfolge aufzuweisen, Letztere waren aber nur durch das Lernen aus seinen Misserfolgen möglich und wappnen ihn für die Unsicherheit, die ihn auf der Reise mit seinem Raumschiff ins Weltall erwartet. Vielleicht zählt Alice aus dem unternehmerischen Wunderland demnächst zu seinen ersten Partnern. Nicht als Passagierin, sondern als Kollaborateurin bei der Gestaltung der zukünftigen Welt, in der wir leben. Unternehmern sind keine Propheten. Sie müssen die Zukunft nicht voraussagen, sie gestalten die Zukunft.

Bereit für die eigene unternehmerische Reise? Hier noch einmal eine kurze Zusammenfassung:

Erstens, Entrepreneurship ist kein Ausnahmephänomen, sondern schlummert als unternehmerisches Handlungspotenzial in allen von uns.

Zweitens, nach der unternehmerischen Methode starte ich mit den verfügbaren Mitteln – wer bin ich, was kann ich, wen kenne ich – nicht mit mystischen Zielen oder fiktiven Ideen. Also jetzt; es gibt keinen Grund zu warten!

Drittens, als Unternehmer unterwerfe ich mein Tun nicht einer einzigen, grossartigen Idee. Nein, auf Basis meines Mittelinventars entwickle ich fortlaufend eine Vorstellungskraft über mehrere, mögliche Ziele zur Lösung von konkreten Problemen.

Viertens, statt einer Gewinnerwartung, was soll es mir bringen, dem „Upside Potential“, definiere ich einen ertragbaren Verlust, das „Downside Potential“ und frage: Was ist es mir wert, was bin ich bereit zu verlieren?

Fünftens, ich verheimliche meine Ideen nicht, sondern tausche meine Zielvorstellungen auf Basis meiner Mittel mit anderen aus. Die Geschäftsidee ist das billigste (es gibt so viele Ideen!), mein Mittelinventar das wertvollste im unternehmerischen Prozess.

So entsteht, sechstens, „Co-Creation“ mit zusätzlichen Mitteln und neuen Zielvorstellungen der Partner.

Siebtens, Businesspläne reduzieren wahrscheinlich keine Unsicherheit, verhindern aber sicher das Erreichen ungeplanter, aber erwünschter Ziele.

Achtens, Glück gehört zum unternehmerischen Erfolg dazu. Doch mit der unternehmerischen Methode drehe ich häufiger am Glücksrad.

Neuntens, wir werden nicht als Unternehmer geboren, sondern können den Umgang mit Unsicherheit erlernen.

Zehntens, wer die Zukunft unternehmerisch mitgestaltet, muss sie nicht vorhersagen können.

Die Wissenschaft zeigt viele Parallelen zum Unternehmertum. Auch hier wird experimentiert, um Neues zu ergründen oder Neues zu entwickeln. Unsere Unternehmerin Alice heisst in der Entrepreneurship-Forschung Saras Sarasvathy. Sie ist die Entdeckerin der unternehmerischen Methode bei den Super-Entrepreneuren. Weitere Forscher bringen ihre Mittel und Ziele ein, um das Phänomen Entrepreneurship, bei dem unter höchster Unsicherheit Neues entsteht, zu ergründen.

Wie sieht unsere unternehmerische Gesellschaft der Zukunft aus? Warten Sie nicht darauf, gestalten Sie sie mit!

Direktlink:

<https://www.youtube.com/watch?v=qaXuHIRqTes&list=PLbuayHrXca4IswkVusLanUS1Hk-OQio37&index=14>