

Was etablierte Unternehmen von Start-ups lernen können



Dr. Kai Flehmig-Pichlmaier,
Vorstandsvorsitzender des
Deutschen Gründerverbands

Ein Gastbeitrag von Dr. Kai Flehmig-Pichlmaier, Vorstandsvorsitzender des Deutschen Gründerverbands.

▶ Start-ups gelten als Pioniere, setzen sich über Konventionen hinweg und verkörpern für viele Menschen Sehnsüchte, die im Unternehmensalltag verloren gegangen sind. Selbst renommierte Unternehmen strecken daher zunehmend ihre Fühler in Richtung Start-ups aus. Doch was können sie überhaupt von ihnen lernen?

Erfolgreiche Start-ups sind zunächst einmal höchst effizient. Die Koordination im Team verläuft schnell und lässt gleichzeitig viel Raum für Eigeninitiative. Die Verantwortung für jeden Einzelnen ist hoch. Dies sorgt nicht nur für kreative Arbeitsergebnisse, sondern auch für motivierte Mitarbeiter. Jeder identifiziert sich mit seiner Aufgabe – auch wenn diese häufig kaum definiert ist.

Große Unternehmen sind auf Sicherheit und Planbarkeit ausgelegt. Organisatorische, hierarchische Strukturen blockieren jedoch schnelle Reaktionen. Start-ups sind hingegen äußerst anpassungsfähig. Hier wird täglich etwas Neues ausprobiert. Dabei zählt nicht die Entwicklung einer neuen Idee, sondern die Suche nach Problemen und deren Lösung. Häufig entscheidet der Kunde direkt, was gemacht wird – während in klassischen Innovationsabteilungen der Controller die Fäden in der Hand hält.

In der Hoffnung, dass der Teamgeist abfärbt, hat sich die eine oder andere Konzernfachabteilung bereits für einen bestimmten Zeitraum in ein Start-up einquartiert. Das funktioniert jedoch nur begrenzt. Die Start-up-Kollegen tragen schließlich häufig ein gemeinsames Unternehmensrisiko – bei Mitarbeitern

in Konzernen ist das nicht der Fall. Viele große Unternehmen führen derzeit auch neue Strukturen ein, an denen Start-ups andocken können. Davon profitieren beide Partner. Doch Vorsicht: Wenn Start-ups – bedingt durch die Zusammenarbeit – aufhören, Kundenbedürfnisse unmittelbar zu befriedigen, haben beide verloren. Dies schwächt die Kundenbindung und birgt die Gefahr nicht kalkulierter Mehraufwände. ◻

Vier Dinge, die Unternehmen von Start-ups lernen können

01 ___ Spielen = Lernen

Viele Start-ups begeben sich spielerisch auf die Suche nach Erkenntnissen und Fähigkeiten. Sie haben kein festes Ziel, auf das sie hinarbeiten – und treffen trotzdem zur richtigen Zeit die richtigen Managemententscheidungen.

02 ___ Kundenfokus

Nur weil man etwas Neues produziert, heißt das nicht, dass dies auch gebraucht wird. Erfolgreiche Innovationen berücksichtigen daher immer einen echten Mehrwert für den Kunden.

03 ___ Das Büro verlassen!

Fakten über die Bedürfnisse der Kunden findet man nicht im Büro oder in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung. Stattdessen hilft ein enger Kontakt mit den Kunden.

04 ___ Fehler machen!

Start-ups verfolgen eine erforschende Strategie, um aus Ungewissheit Wissen zu machen. Das geht nur, indem man experimentiert, Fehler macht, aus ihnen lernt und daraufhin die Weichen stellt.