

Das Schweigen der Entrepreneure

25.05.2017

Warum Reden Gold ist und Schweigen nicht mal Blech

Bahnbrechende Innovationen entstehen in einem Prozess des „trial and error“-Prinzips. Moderne Konzepte wie die Lean-Start-up Methode betonen daher die Wichtigkeit von Austausch und Feedback ab der ersten Minute. Doch viele Entrepreneure halten ihre Geschäftsideen viel zu lang geheim – mit teilweise dramatischen Folgen. Die Gründe dafür sind überraschend.



Viel zu wenige Entrepreneure tauschen sich gegenseitig aus. Das hat Konsequenzen, meint Prof. Nikolaus Franke.

Warum Entrepreneure über ihre Idee reden sollten

Bei Entrepreneurship und Innovation kommt es oft anders, als man denkt. Instagram startete als Check-In Software, YouTube sollte eine Dating-Website werden und das weltführende



Entrepreneurship & Innovation Insights

Ausgabe 5 unserer 10-teiligen Serie von Prof. Nikolaus Franke



Univ. Prof. Dr.
Nikolaus Franke

Nikolaus Franke ist Leiter des Instituts für Entrepreneurship & Innovation, des WU

Gründungszentrums, und der User Innovation Research Initiative an der WU Wien. Er ist auch Akademischer Leiter des Professional MBA Entrepreneurship & Innovation der von der TU Wien sowie der WU Executive Academy angeboten wird.

[Mehr Informationen](#)

[Kontakt via E-Mail](#)

Nächste Schritte

Mikroprozessorunternehmen Intel wurde mit dem Ziel gegründet, Speicherchips herzustellen. Erst als Xerox vom Verkauf auf Leasing umstellte, wurden Kopierer erfolgreich und auch Apple plante ursprünglich, alle Apps für das iPhone selbst zu entwickeln.

Es ist ein anhaltendes Muster, dass erste Ideen und Pläne oft nicht die besten sind. Dem Produkt fehlen vielleicht wichtige Eigenschaften, andere sind überflüssig, zentrale Annahmen über Kunden und Wettbewerb können falsch sein, man übersieht gigantische Chancen in Märkten, die man nicht kennt, und das Geschäftsmodell, das aus der technischen Erfindung eine revolutionierende Innovation macht, ist möglicherweise noch nicht gefunden. Die wissenschaftliche Forschung nennt daher als Konsequenz Offenheit, Flexibilität, Marktexperimente – und so viel Kommunikation wie möglich. Entrepreneurinnen sollten ihre Ideen und Pläne frühzeitig mit unterschiedlichen Personen diskutieren und Kritik als Chance zur Verbesserung interpretieren. GeheimniskrämerInnen werden vom Markt bestraft.

Wie verhalten sich Entrepreneurinnen tatsächlich?

Einzelfälle lassen erahnen, dass Entrepreneurinnen dieser einleuchtenden Empfehlung nicht immer folgen. So klagt ein bekannter Investor beispielsweise „if we got a dollar every time someone told us to sign a non-disclosure agreement, we´d retire right now“. In einem wissenschaftlichen Projekt des Instituts für Entrepreneurship und Innovation der WU (Martin Finkenzeller, Nikolaus Franke, Ines Reith) haben wir dies daher systematisch untersucht. Aus mehr als 50.000 Beschreibungen von Start-up-Projekten, die aktiv MitgründerInnen suchen, haben wir 500 zufällig ausgewählt und 64 potenziellen InteressentInnen vorgelegt. Entnommen haben wir sie der führenden Plattform www.cofounderslab.com, auf der Entrepreneurinnen ihr Projekt präsentieren können, um potenzielle MitgründerInnen zu finden. Natürlich muss es das Ziel der Entrepreneurinnen sein, alle entscheidungsrelevanten Informationen offenzulegen – nur so können sich schließlich die passenden Interessenten mit komplementären Fähigkeiten selbst selektieren. Das Ergebnis ist jedoch niederschmetternd: 71,2% der Profile waren so allgemein gehalten, dass keinerlei Einschätzung möglich war. Selbst Entrepreneurinnen, die gezielt nach einer personellen



BROSCHÜREN
DOWNLOAD



INFOMATERIAL
BESTELLEN



BERATUNGSGESPRÄCH
VEREINBAREN



JETZT BEWERBEN

Ähnliche Themen

ENTREPRENEURSHIP &

INNOVATION

BROSCHÜREN

Ergänzung ihrer Kompetenz suchen, sind also überwiegend verschlossen. Man kann sich ausmalen, wie es bei Entrepreneuren aussieht, die alles im Alleingang machen möchten.

Der Grund für Geheimhaltung ist nicht die Angst vor Imitation

Um zu untersuchen was die Gründe für das problematische Schweigen sind, haben wir ein umfangreiches Experiment durchgeführt. Insgesamt 754 Entrepreneure wurden von uns zu Aspekten wie Produkt, Entwicklungsstand, Markt, Geschäftsmodell etc. befragt. Um die Glaubhaftigkeit zu erhöhen, haben wir dafür eigens trainierte Schauspieler eingestellt, die u.a. Investoren, Kunden und Mitgründer (glaubhaft) verkörperten. Als Erklärungsvariablen dienten Motive, die wir anhand einer Literaturanalyse und 23 Tiefeninterviews mit Entrepreneuren ermittelt hatten.

Das Ergebnis ist überraschend: Weder die Angst vor einem unkontrollierbaren Wissensabfluss bzw. Ideendiebstahl noch die Hoffnung auf konstruktives Feedback entschieden darüber, ob ein/e Entrepreneur sein/ihr Konzept bereitwillig erläuterte oder nicht. Unterstellt man rationales Verhalten, dann sollten dies eigentlich die Hauptmotive sein. Denn tatsächlich stellen diese beiden Faktoren wohl die objektiv wichtigsten Chancen und Risiken der Offenlegung dar.

Entscheidend: Die Art der Kommunikation

Eine erstaunlich hohe Erklärungskraft haben demgegenüber Faktoren, die die soziale Seite der Kommunikation betonen. Wenn die GesprächspartnerInnen als unsympathisch wahrgenommen wurde und der Entrepreneur herabsetzende negative Kritik und das Risiko, öffentlich „das Gesicht zu verlieren,“ befürchtete war die Zurückhaltung deutlich ausgeprägter als wenn die Gesprächssituation und das Gegenüber als positiv und wertschätzend empfunden wurde.

Natürlich ist klar, dass man sich lieber mit einem sympathischen Menschen austauscht als mit jemanden, der einem unangenehm ist. Doch man darf nicht vergessen: die Frühphase eines Unternehmens ist kein Kaffeekränzchen. Es geht vor allem darum, das Start-up sinnvoll zu entwickeln und Informationen einzuholen, die dabei helfen können.

Persönliche Befindlichkeiten sollten dem nachrangig sein. Doch offenbar identifizieren sich viele Entrepreneurere so stark mit ihrer Geschäftsidee, dass sie mögliche Kritik an ihrem „Baby“ als Angriff empfinden, dem sie lieber ausweichen.

Zu wenig Austausch: Entrepreneurship mit gezogener Handbremse

Wenn Entrepreneurere isoliert vom „Big Bang“ träumen und sich bis dahin vom notwendigen Austausch abschotten, dann schmälern sie ihre Chancen auf unternehmerischen Erfolg nachhaltig. Dies ist nicht nur ein Problem für den individuellen Entrepreneur. Kollektiv gesehen bedeutet es, dass Entrepreneurship sozusagen mit gezogener Handbremse fährt. Weniger Austausch bedeutet Ressourcenverschwendung, die permanente Neuerfindungen des Rades, mehr Pleiten, weniger Vorbilder und einen Hemmfaktor bei der Entwicklung einer sich selbst verstärkenden Entrepreneurship-Szene.

Die Konsequenz ist ein deutlich geringeres Niveau an Innovation, Fortschritt, Wachstum, Wohlstand und Beschäftigung. Es handelt sich somit um ein fundamentales gesellschaftliches Problem.



Die Entwicklung einer unternehmerischen Kultur bringt die Gesellschaft mit ihrer Entrepreneurere weiter.

Entrepreneurship-Bildung als Mittel gegen das Schweigen der Entrepreneurere

Der Schlüssel zur Lösung dieses Problems ist die Entwicklung einer unternehmerischen Kultur. Zu ihr gehören die Akzeptanz von Fehlern und der professionelle, sachliche und proaktive

Umgang mit Kritik – und das Wissen um moderne Konzepte des Entrepreneurships. Neben den Medien haben unsere Bildungssysteme eine Schlüsselfunktion. Sie müssen vermitteln, wem gegenüber und in welchen Situationen man als Entrepreneur welche Informationen auf welche Weise preisgeben sollte. Entrepreneure müssen wissen, wann Reden Gold und Schweigen nicht einmal Blech ist.

SEITE TEILEN



Programme

MBA

EXECUTIVE MBA

Global Executive
MBA

Executive MBA
Bucharest

Executive MBA PGM

PROFESSIONAL MBA

Professional MBA
Übersicht

Energy
Management

Entrepreneurship &
Innovation

Finance

Health Care
Management

Marketing & Sales

Project
Management

Public Auditing

Sozialmanagement

MASTER OF LAWS

Master of Legal
Studies in
European
Business Law

Master of Legal
Studies

Master of
Business Law

LL.M.
(International Tax
Law)

DIPLOM BETRIEBSWIRTIN

UNIVERSITÄTSLEHRGÄNGE

Health Care Management

Logistik & Supply Chain
Management

Marketing & Sales

Post Graduate
Management (PGM)

Risiko- &
Versicherungsmanagement

Sozialmanagement

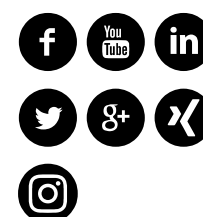
Tourismus- &
Eventmanagement

EXECUTIVE EDUCATION

Kurzprogramme

Custom Programs

Folgen Sie uns



Melden Sie sich für
unseren
Newsletter an

Kontaktieren Sie
uns
/ Details

WU Executive Academy
+43-1-31336-4816
+43-1-31336-904816 (Fax)
executiveacademy@wu.ac.at

© 2017, WU Executive
Academy
Allgemeine
Geschäftsbedingungen
Impressum