

Gastbeitrag

Der Startup Code: Was Mittelständler von den "jungen Wilden" lernen können

Mittelständische Unternehmen tun sich mit der digitalen Transformation mitunter noch etwas schwer. Warum sich also nicht von denen inspirieren lassen, die die Hürde schon genommen haben?

Text: Lena Herrmann

18. April 2018



Johannes Ellenberg ist davon überzeugt, dass Mittelständler viel von Startups lernen können

Foto: Johannes Ellenberg

Aufzuhalten ist der digitale Wandel nicht mehr. Neue Technologien reduzieren die Kosten enorm, vor allem für internetbasierte Geschäftsmodelle. Sie glauben, das betrifft Ihre Branche nicht? Falsch, denn IT-getriebene Technologien machen vor keiner Branche halt. Es ist nur noch eine Frage der Zeit, wann es auch Ihren Markt trifft.

In der Musikindustrie, den Medien und im Handel sind der Digitalisierung schon reihenweise Traditionsunternehmen zum Opfer gefallen. Als nächstes stehen Banken, Versicherungen, Telekommunikation, Bildung und Tourismus auf dem Prüfstand, und auch der Maschinenbau und die Autoindustrie werden nicht verschont bleiben.

Warum? Weil alles, was automatisiert werden kann, auch automatisiert wird. Denken Sie nur einmal an die Möglichkeiten des 3-D-Drucks – eine technische Revolution, die in etlichen Branchen etablierte Geschäftsmodelle hinwegzufegen droht.

Doch viele Unternehmen tun sich mit der Transformation schwer. Sie betrachten die Digitalisierung als Technologieprojekt – und verkennen dabei, dass sich die gesamte (Geschäfts-)Welt in einem viel weiter

reichenden Umbruch befindet. Am konsequentesten begriffen haben dies viele der Startups, die quer durch alle Branchen die Märkte neu aufrollen.

Von Startups lernen heißt Zukunft lernen

Was aber machen Startups eigentlich anders? Wie unterscheidet sich ihre Methodik? Und warum und wie können sie Mittelständlern auf dem Weg in die digitale Welt von morgen als Vorbild dienen?

1. Sie denken vom Kunden aus. Dies haben sich offiziell wohl alle Unternehmen auf die Fahnen geschrieben, doch niemand stellt Kunden so konsequent in den Mittelpunkt allen Handelns wie Startups. Bei ihnen geschieht Innovation von außen nach innen, in etablierten Betrieben meist umgekehrt – ausgehend von den eigenen Produkten und Technologien.

2. Sie schöpfen die Möglichkeiten der digitalen Welt voll aus. Für Startups ist die Digitalisierung eine Selbstverständlichkeit. Kein Wunder, sind ihre Gründer doch meist Digital Natives, die mit dem Internet aufgewachsen sind. Von Social Media bis zu den Geschäftsmodellen – sie sind in digitalen Welt zuhause.

3. Sie leben Eigenverantwortung statt Hierarchien. Startups kommen ohne Hierarchien aus, die langsam machen und in denen viele Ideen stecken bleiben. Bürokratie ist ihnen fremd. Jeder einzelne Gründer und alle Mitarbeiter sind maximal für ihr Handeln verantwortlich, wegdelegieren gibt es nicht.

4. Sie setzen auf Zugang statt Besitz. Startups sichern sich Ressourcen, ohne diese selbst zu besitzen – sei es Know-how, Produktionskapazitäten, Räumlichkeiten oder Mitarbeiter. FlexBus gehört kein einziger Bus selbst, und Airbnb keine Wohnung. Und doch haben beide ihre Märkte in kürzester Zeit komplett umgekrempelt.

5. Sie kennen die Antwort auf die Frage "Warum soll es uns geben?". Startups haben eine Vision, die über das Geldverdienen als Sinn hinausgeht. Das macht sie für kreative Köpfe und Wissensarbeiter attraktiv, die an etwas Großem mitwirken wollen. Viele Angehörige der Generation Y und Z sind Sinnsucher, die sich nur von einer wirklichen Idee bewegen lassen.

6. Sie denken nicht in Grenzen. Für Startups gibt es kein "unmöglich". Sie wollen Dinge, die Branche und manchmal auch gleich die ganze Welt zum Besseren verändern.

7. Sie sind Spezialisten der disruptiven Innovation. Veränderung vollzieht sich in etablierten Unternehmen meist evolutionär, in Startups revolutionär. Radikale Disruption ist ihr Kernprinzip – auch bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen.

8. Sie streben nach Schnelligkeit statt Perfektion. Startups verfügen über geringe Ressourcen. Das zwingt zu schnellem Handeln. Sie gehen in deutlich kürzerer Zeit an den Markt – mit einer ersten Produktversion, die noch nicht perfekt ausgereift sein muss. Anschließend analysieren sie die Erfahrungen der Kunden – und optimieren in Schleifen immer weiter. So lernen sie, das Geschäftsmodell Schritt für Schritt zu validieren.

9. Sie pflegen eine positive Fehlerkultur. Scheitern erlaubt: Für Startups sind Fehler weder Katastrophe noch Versagen, sondern bergen die Chance zu lernen und somit den richtigen Weg zu finden. Dinge ausprobieren, verwerfen, scheitern, neu anfangen – das ist ihr Prinzip.

10. **Sie bewegen sich in Netzwerken.** Freelancer, User, Kunden und Lieferanten, Verkäufer und Händler, Follower und Fans: Startups stehen in laufender Verbindung mit ihrem weltweit gespannten Netzwerk. Aus diesem ziehen sie Wissen, Feedback und Unterstützung. Damit benötigen sie viel weniger eigene Ressourcen. So können sie z.B. auf eigene Entwickler verzichten – in ihrem Netzwerk finden sie genug freie Köpfe.

Das Beste aus beiden Welten

Immer mehr etablierte Unternehmen arbeiten daher mit Startups zusammen. Sie beteiligen sich an ihnen, gründen Inkubatoren, Hubs, Acceleratoren oder ausgelagerte Digitaleinheiten. Vorreiter sind vor allem die großen Konzerne; doch auch der Mittelstand kann und sollte sich diesen Schritt zutrauen.

Natürlich lässt sich ein etabliertes mittelständisches Unternehmen nicht in ein quirliges Startup verwandeln – aber darum geht es auch gar nicht. Entscheidend sind die Synergien, von denen beide Parteien profitieren können. Mittelständler kennen ihre Märkte, verfügen über Erfahrung, Finanzkraft und einen Kundenstamm, besitzen Know-how, haben funktionierende Geschäftsmodelle, Strukturen und Prozesse.

Startups hingegen haben meist nichts als bahnbrechende Ideen und eine völlig andere Herangehensweise an Herausforderungen. Doch gerade deshalb können sich Mittelständler von ihnen viel abschauen – und sich damit zukunftsfest machen für die digitale Welt. Es geht nicht darum, die eigenen Werte zu verraten und krampfhaft zu versuchen, es den jungen Wilden gleichzutun.

Das Erfolgsrezept lautet vielmehr: Mithilfe ihrer Methodik den notwendigen Wandel einleiten beziehungsweise zu beschleunigen – und so das etablierte Geschäft auf flexiblere Beine zu stellen, mit denen es schneller laufen kann.

Startup-Methoden für den Mittelstand

Kurzum: Startups liefern in vielerlei Hinsicht die Blaupause für unternehmerischen Erfolg im Digitalzeitalter. Denn in der Welt von morgen gelten völlig neue Gesetzmäßigkeiten – von der radikalen Kundenzentrierung bis zur engmaschigen Kooperation in Netzwerken. Mittelständische Unternehmen sind gut beraten, sich mit diesen Prinzipien auseinanderzusetzen – und das Feld nicht den zahlreichen Konzernen zu überlassen, die bereits mit Startups zusammenarbeiten.

Johannes Ellenberg ist der Kopf von Accelerate Stuttgart, einem Digitalisierungs- und Start-up-Hub für Baden-Württemberg. Er unterstützt Gründer und etablierte Unternehmen bei der Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle. Als Coach und Redner begleitet er Kunden bei ihrer digitalen Transformation.

In seinem Buch "**Der Startup Code - Was der Mittelstand von Startup lernen kann und muss**" beschäftigt er sich damit, wie der Mittelstand mit einer frischen Startup-Denke zukunftsfähige Modelle entwickeln kann.

Mehr zum Thema Kundenbindung im Mittelstand lesen Sie in der aktuellen vierteiligen Serie "Mit Kundenbindung zur Lieblingsmarke". Darin geht es um eine Reihe von Unternehmen, die mit verschiedenen Kundenbindungsmaßnahmen erfolgreich sind. Sichern Sie sich **hier Ihr**

Serien-Bundle.

Noch mehr Marketing-Know-How für den Mittelstand gefällig? Dann besuchen Sie die **W&V MAKE -Konferenz für mittelständische Entscheider am 8. Mai 2018 in Düsseldorf.**
