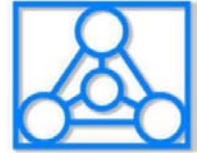


# Learning business by doing business



Finden und Bewerten von Geschäftsideen,  
Marktanalysen für Gründungen und Schutzrechte

---

TOPSIM - Startup! Lehrgespräch

TATA Interactive Systems GmbH, Tübingen

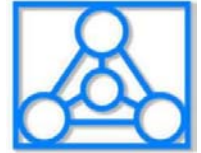


# Unterschied zwischen Geschäftsidee und Produktidee

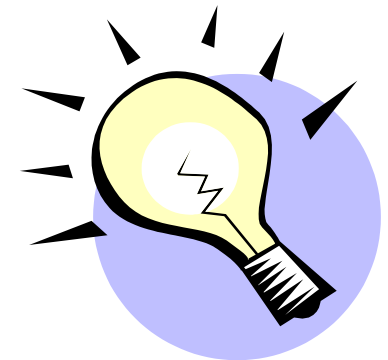


	<b>Geschäftsidee</b>	<b>Produktidee</b>
Welches Objekt wird betrachtet?	Unternehmen	Produkt
Was soll erreicht werden?	Unternehmerische Ziele	Kundenbedürfnisbefriedigung
Worauf ausgerichtet?	Marktorientiert	Kundenorientiert
Wo liegt die Kompetenz?	Marketing und Vertrieb	Entwicklung/Produktion
Wo liegt das Interesse?	Geldgeber	Kunden und Geldgeber

# Einordnung der Geschäftsidee nach dem Merkmal der Innovation



<b>Markt</b> <b>Produkt</b>	<b>Alt</b>	<b>Neu</b>
<b>Alt</b>	Marktdurchdringung	Marktentwicklung
<b>Neu</b>	Produktentwicklung	Diversifikation



# Methoden der Ideenfindung

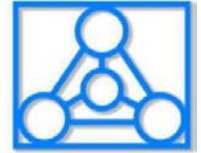


- Beobachtungen/Erfahrung
- Insiderwissen
- Recherche
- Kreativitätstechniken
  - Brainstorming
  - Mind Map Methode
  - 6-3-5-Methode
  - Morphologische Methode
- Ideenbörsen
- Ideenwettbewerbe

*Die leuchtende Idee*

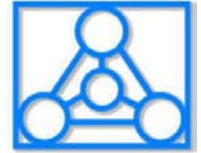


## Selektieren einer Produktidee



- Bewertungsmethoden (quantitativ)
  - Amortisationsrechnung
  - Kapitalwertmethode
  - Sensitivitätsanalyse
- Bewertungsmethoden (qualitativ)
  - Moderation
  - Szenariotechnik
- Nutzwertanalyse (Scoring-Modell)

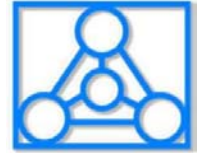
## Leitfragen für die Geschäftsidee



Die Geschäftsidee bzw. Produktidee muss folgende Fragen beantworten:

- Wer ist Kunde des Produkts?
- Warum soll der Kunde das Produkt kaufen?
- Was genau stellt die Innovation der Geschäftsidee dar?
- Was ist einzigartig an der Idee?
- Warum ist das Produkt besser als vergleichbare Alternativen?
- Wie leicht ist die Geschäftsidee kopierbar?
- Wie lässt sich mit dem Produkt Geld verdienen?
- Was kommt danach?

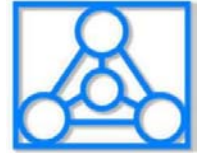
# Wer ist Kunde des Produkts?



- Käuferereigenschaften ermitteln
  - Gemeinsame Merkmale (z. B. Nutzen usw.)
  - Unterschiedliche Merkmale (z. B. Branchen usw.)
  
- Zielgruppen bestimmen



Warum soll der Kunde das Produkt kaufen?

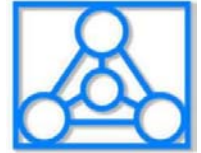


Welches ist das Hauptverkaufsargument?

- Produkt (Design, Funktionalität...)
- Preis
- Point of Sale (POS)
- Service



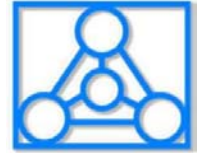
# Was genau ist die Innovation?



- Alleinstellungsmerkmale
- First Mover
- Technologieführer
- Kostenführer
- Geschäftskonzept
- Produktkonzept

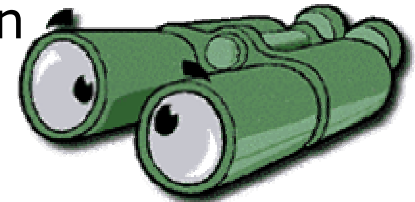


# Marktbeobachtung und Marktanalyse



## Marktbeobachtung:

- Identifikation und Analyse der Marktteilnehmer
- Erkennen und bewerten verwandter Produkte
- Verfolgung von Produktentwicklungen
- Prognose der Marktentwicklungen
- Ausfindig machen von Trends



## Marktanalyse:

- Wie hoch ist das gesamte Absatzvolumen?
- Mit welchem Marktanteil kann gerechnet werden?
- Welchen Absatz erzielen die Konkurrenten?

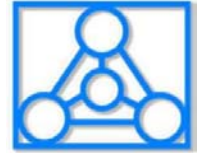
## Informationsquellen für Marktanalysen



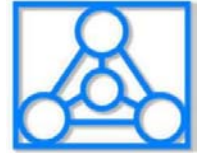
- Brancheninformationen
- Regionale Informationen
- Produktinformationen
- Allgemeine Informationen
  - Gesamtwirtschaftliche Informationen
  - Statistiken



# Brancheninformationen

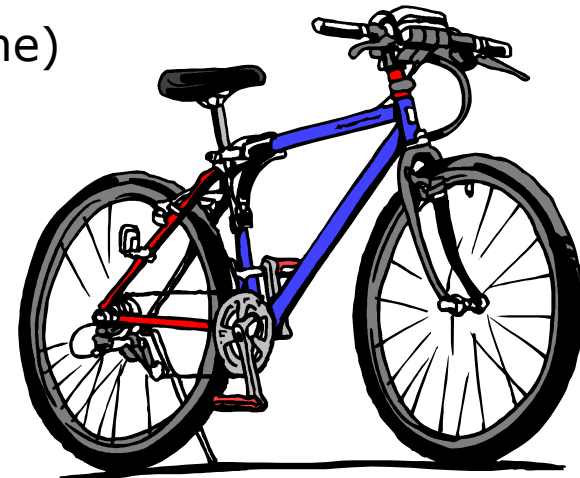


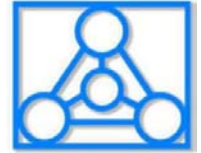
- Fachverbände
- Großbanken, die regelmäßig Branchenanalysen veröffentlichen
- Sparkassen und Raiffeisenbanken/Volksbanken
- Statistisches Bundesamt
- Industrie – und Handelskammern
- Marktforschungsinstitute



# Fallbeispiel I: Fahrradproduktion

- Brancheninformationen
  - [http://www.ziv-zweirad.de/index\\_fahrrad.htm](http://www.ziv-zweirad.de/index_fahrrad.htm)
  - <http://www.radmarkt.de>
  - Verband der Fahrrad- und Motorradindustrie e.V. (VFM)
- Produktinformationen
  - Messen (EUROBIKE od. IFMA Cologne)
  - Fachzeitschriften (Radmarkt, usw.)
  - Kundenbefragung (Interviews usw.)
- Sonstige Informationen
  - Statistisches Bundesamt
  - IHK Gelbe Seiten
  - Marktforschungsinstitute



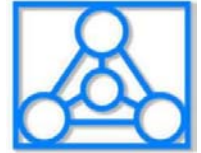


## Fallbeispiel II: Fitnesscenter

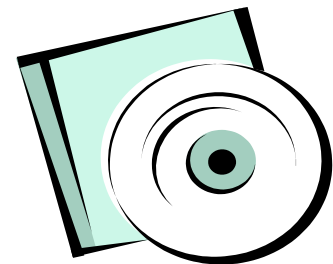
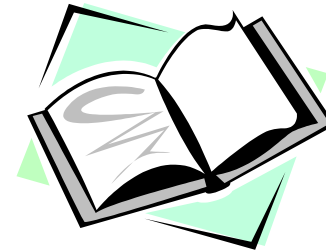
- Regionale Informationen
  - Gelbe Seiten
  - IHK
- Produktinformationen
  - Messe (FIBO, BALANCE)
  - Kundenbefragung
  - Angebote
- Sonstige Informationen
  - Statistisches Bundesamt
  - Fachzeitschriften (Fit For Fun, usw.)

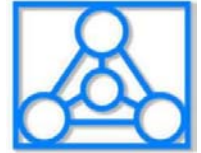


## Fallbeispiel III: Online-Shop



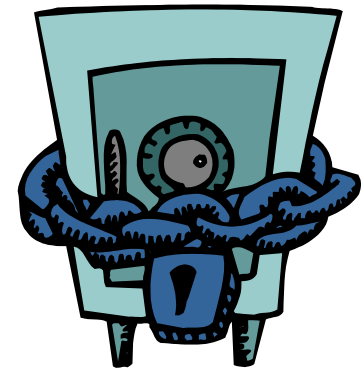
- Internetanalyse
  - Nutzerstruktur
  - „Hits“/Surf-Rankings
- Branchenanalyse
  - Warengruppen
  - Image der Marken
- Sonstige Informationen
  - Technische Entwicklungen
  - Rechtliche Entwicklungen



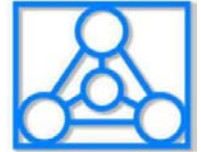


## Schutzrechte

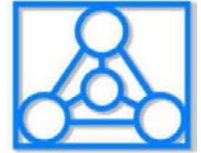
- Zu beantragende Schutzrechte
  - Patentrechte
  - Gebrauchsmuster
  - Geschmacksmuster
  - Markenrechte
- Urheberrechte
- Nicht rechtlich geschützt
  - Geschäftskonzepte
  - Rezepte



# Produkt- und Verfahrensschutzrechte



	<b>Patente</b>	<b>Gebrauchsmuster</b>	<b>Geschmacksmuster</b>
<b>Objekt</b>	Technische Erfindung (Erzeugnisse und Verfahren)	Technische Erfindung (Erzeugnisse)	Designschutz für Form- und Farbgestaltungen
<b>Bedingung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• weltweite Neuheit (ohne vorherige Veröffentlichung!)</li> <li>• deutliches Abheben vom Stand der Technik</li> <li>• Gewerblich anwendbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• weltweite Neuheit</li> <li>• Abheben vom Stand der Technik</li> <li>• Gewerblich anwendbar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zwei- oder dreidimensionale Gegenstände</li> <li>• neu</li> <li>• auf einer schöpferischen Leistung beruhend</li> </ul>
<b>Dauer</b>	20 Jahre	10 Jahre	5 Jahre (auf 20 Jahre verlängerbar)



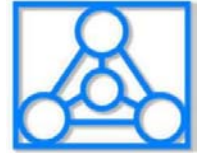
## Patentrecht

Die Vorteile der Patentanmeldung:

- Beschaffung von Gründungskapital
- Absicherung der Unique Selling Proposition
- Erweiterung strategischer Möglichkeiten

Fallbeispiel: Computersoftware

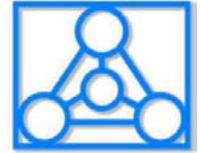
- Objekt: Algorithmus und grunds. Prinzipien
- Bedingung: technische Lösung, neu
- To Do: Anmeldung beim DPMA



## Patentrecht

### **Was kann nicht patentiert werden?**

- Entdeckungen
- ästhetische Formschöpfungen
- Pläne, Regeln und Verfahren
  - für gedankliche Methoden
  - für Spiele und geschäftliche Tätigkeiten
- bloße Wiedergabe von Informationen
- den Naturgesetzen widersprechend

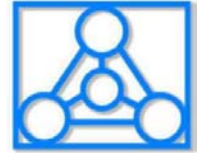


## Markenrecht

- Herkunfts- Qualitäts- und  
Werbekennzeichen
- Unterscheidungskräftig
- Nicht nur beschreibend

Fallbeispiel: Computersoftware

- Objekt: Bezeichnung und Icons
- Bedingung: nicht beschreibend, abgrenzbar
- To Do: Anmeldung beim DPMA



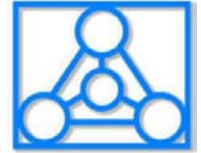
## Urheberrecht

Schöpfung (Werk) mit

- geistigem Gehalt,
- einer bestimmten Formgebung,
- individuell und
- einem Mindestmaß an Gestaltungshöhe

Fallbeispiel: Computersoftware

- Objekt: Quellcode des Programms
- Bedingung: Nachweis der Urheberschaft
- To Do: (-); gilt automatisch mit der Vollendung



## Arbeitnehmererfindungsgesetz

- Regelt die Zurechnung von Erfindungen
- Im Arbeitsverhältnis grundsätzlich gebundene Erfindungen
- Arbeitgeber hat Recht auf Erfindung
- Verzicht bedeutet freie Erfindung
- Verzicht muss schriftlich vorliegen

