

# Ideenschmiede

**Der Marktplatz für Ideen**

Senator Thunfisch

14. September 2023

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Stand des Wissens</b>	<b>5</b>
2.1	Der klassische Innovationsprozess . . . . .	7
2.2	Der Startup-Innovationsprozess . . . . .	8
2.3	Wie läuft Innovationsumsetzung statt? . . . . .	9
2.3.1	Staatlich geförderte Innovation . . . . .	9
2.3.2	Privatwirtschaftliche Innovation . . . . .	10
2.4	Wie Innovationskraft steigern? . . . . .	10
2.5	Open Innovation . . . . .	12
<b>3</b>	<b>Ideenschmiede</b>	<b>13</b>
3.1	Businessplan Phase 1: Der Marktplatz für Ideen . . . . .	13
3.1.1	Finanzen . . . . .	15
3.1.2	Kunden . . . . .	15
3.1.3	Nutzer . . . . .	15
3.2	Ideenüberfluss . . . . .	15
3.3	Entlohnung von Mitarbeitern . . . . .	17
3.4	Minimum Viable Product . . . . .	19
3.5	Nächste Aufgaben . . . . .	19
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>20</b>

# 1 Einleitung

Was bringt in einer Gesellschaft Fortschritt und Wachstum? Historisch gesehen waren es Technologie und Wissenschaft, die als Treiber des wirtschaftlichen Fortschritts anzusehen sind [1]. Im Laufe dieses Fortschritts verbesserte sich die Versorgung der Bevölkerung in jeglicher Hinsicht. Das Versorgungsproblem existiert aktuell in der westlichen Welt nicht mehr. An seine Stelle ist auf individueller Ebene für viele ein Sinnproblem und auf globaler Ebene sind soziale und ökologische Probleme getreten. Doch technologische Entwicklung verursacht des öfteren auch neue, eigene Probleme. Da Technologie unseren Alltag immer mehr prägt, halte ich es für wichtig, dass ein demokratischer Prozess darüber entscheidet, welche Technologien in Zukunft entwickelt werden sollten. Damit soll die Welt der Zukunft mehr zum Techno-Utopia werden und keine Techno-Dystopie. Meine Vorstellung von Utopie ist, dass jeder in die Lage versetzt wird, seinen oder ihren Sinn zu finden und zu erfüllen. Für das erste benötigt man genug Zeit zum reflektieren. Dann muss man sich an die Arbeit machen diesen Sinn zu erfüllen. Umgekehrt ist der Sinn einer Arbeit heute nach der Sicherheit der Stelle die zweitgrößte Erwartung von Arbeitnehmern an ihre Arbeitgeber [2]. Die Arbeit ist neben der Liebe in der nun großteilig religionslosen westlichen Gesellschaft zentrale Quelle für Sinn [2]. Auch das Streben nach Selbstverwirklichung nimmt eine immer größer werdende Rolle im Arbeitsleben ein. Mehr Menschen ihren Traum von der Selbstständigkeit zu ermöglichen und mehr Menschen durch passives Einkommen die Möglichkeit zu geben, soviel zu arbeiten wie sie möchten (was meistens weniger arbeiten bedeutet) und gleichzeitig Innovation und Fortschritt zu beschleunigen, sollten gesellschaftliche Ziele sein. Der Vorschlag um diese Ziele zu erreichen, der hier unterbreitet wird, ist eine Internetplattform namens *Ideenschmiede*. Die Plattform soll in erster Linie (technische) Innovation und angehende Unternehmensgründer fördern. Das soll über eine Funktionstrennung von Idee haben und Idee umsetzen erreicht werden. Im ersten Entwicklungsschritt der *Ideenschmiede* sollen Nutzer Businessideen und technische Ideen miteinander teilen. Aus den dort entstehenden Diskussionen können die Nutzer wichtige Lektionen für ihre angestrebte Unternehmung entnehmen und online ein Netzwerk aufbauen mit möglichen Co-Foundern und (technischen) Beratern. Dabei soll Umsatz für die *Ideenschmiede* generiert werden, indem ein geringer Prozentsatz der Gewinne dabei entstehender Unternehmen an die Ideenplattform gehen. Im nächsten Schritt sollen sich Unternehmen anmelden. Die Unternehmen stellen ihre Arbeit vor oder verweisen auf ihre Webseite. Sie können auch Problemstellungen vorstellen. Die privaten Nutzer der Plattform können nun Ideen zur Problemlösung vorbringen

oder Ideen für neue oder gemeinsame Projekte, Kooperationen oder laterale Innovation (anwenden bekannter Technik auf neues Feld) vorbringen. Sie können auch auf neue Technologien aufmerksam machen, die für die jeweilige Firma nützlich sein könnte. Dabei soll Umsatz für die *Ideenschmiede* generiert werden, indem Unternehmen angemeldet sind und für gute Ideen die Ideengeber bezahlen. Die *Ideenschmiede* erhält einen geringen Prozentsatz davon. Die Bezahlung kann eine Einmalzahlung pro Idee oder ein jährlicher Prozentsatz von (aus der Umsetzung der Idee gewonnenen) Gewinnen sein. Im finalen Schritt soll ein Votingsystem aufgebaut werden, bei dem die Nutzer abstimmen können welche Unternehmungen gesellschaftlich erstrebenswert sind. Die *Ideenschmiede* tritt bei diesen Unternehmen dann vermehrt als Risikokapitalgeber ein. Zusätzlich soll ein System aufgebaut werden, das Nutzern ermöglicht, auch Geld in *Ideenschmiede*-Unternehmen zu investieren. Die Beteiligungen sollen digital hinterlegt werden. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass mindestens 20 % des Unternehmensgewinns der *Ideenschmiede* an die aktiven und ehemalige Mitarbeiter ausgezahlt wird. Der Algorithmus zur Berechnung hierfür beinhaltet das Grundgehalt und die gearbeiteten Stunden. Die Gewinnbeteiligung ehemaliger sinkt jährlich um die Hälfte ab. Damit soll die Möglichkeit für diese Menschen gefördert werden, selber zu gründen.

## 2 Stand des Wissens

Zunächst ist es wichtig, den Begriff Innovation zu definieren. Oftmals wird folgende Definition angeführt: Innovation ist das Produkt aus Erfindung und Kommerzialisierung der Erfindung [3]. Ich glaube wir brauchen eine neue Art zu wirtschaften und Innovationen in den verschiedensten Bereichen um die Probleme vor denen wir stehen zu lösen. Zum Einen brauchen wir Instrumente, die ökologisch schlechtes Verhalten wirtschaftlich bestrafen, andererseits führt wirtschaftliche Stagnation zu stagnierenden Löhnen und einem Gefühl für normale Menschen, im Leben nicht voranzukommen. Wie Eingangs erwähnt sind Wissenschaft und Technik die Treiber des Fortschritts. Wenn in einem (Wirtschafts-) System die Inputgrößen gleich bleiben oder sogar kleiner werden und der Output größer werden soll muss im Prozess dazwischen Optimierung und Innovation stattfinden. Ein Beispiel für kleiner werdende Inputgrößen sind die Bevölkerungszahlen in vielen westlichen Ländern oder ein Hang dazu weniger Stunden zu arbeiten. Der Output welcher größer werden soll ist die Wirtschaftsleistung von ebendiesen Ländern oder zumindest der Wirtschaftsoutput pro Person. Effizienzverbesserungen und Innovation steigern die mit den verwendeten Ressourcen erzielten Wert und sind somit direkt mit dem volkswirtschaftlichen Output verbunden. Dabei ist zwischen Verbesserungen oder Optimierung und Innovation zu unterscheiden (Abb. 2.1).

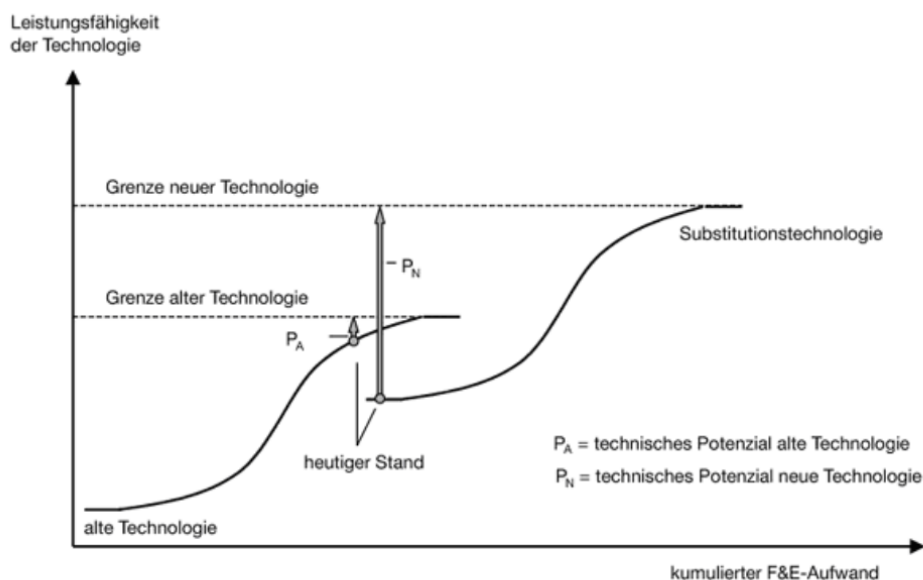


Abbildung 2.1: Alte Technologie und Substitutionstechnologie [4].

In der Abbildung wird deutlich, dass Effizienzverbesserungen einer alten Technologie

irgendwann nicht mehr mit der neuen Technologie mithalten können. Gibt es allerdings keine Substitutionstechnologie (= Innovation) auf dem Markt, kommt es zur Stagnation. Wenn es in vielen Bereichen der Wirtschaft zu dieser Stagnation kommt, kann es in der entwickelten Welt langfristig keinen Fortschritt geben. In diesem Dilemma befinden wir uns aktuell, außer im Bereich der Digitaltechnik, so Peter Thiel. Er geht außerdem auf den Zusammenhang zwischen Globalisierung und Innovation ein (Abb. 2.2). Er beschreibt Innovation damit, etwas neues zu schaffen, von 0 zu 1 zu gehen und Globalisierung als das Kopieren von Vorhandenem (von 1 zu n gehen). Das Kopieren geht mit Konkurrenz zwischen den Kopierern einher. Um diese Konkurrenz zu vermeiden sollte man in einem neuen Geschäft möglichst anstreben etwas Neues zu machen, also von 0 zu 1 zu gehen. Denn nur wer ein echtes Alleinstellungsmerkmal besitzt, kann viel Geld verdienen indem er eine Monopolstellung aufbaut. Nach Thiel ist der Aufbau eines Monopols die einzige Art und Weise, wie man mit einem Unternehmen viel Geld verdient, denn im Preiskampf vieler undifferenzierter Anbieter schmilzt der Gewinn weg. Das Kopieren bringt auf einer globalen Ebene mehr wirtschaftliche Gleichheit zwischen unterschiedlichen Staaten.

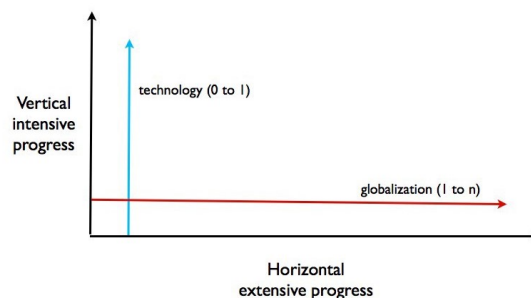


Abbildung 2.2: Technologie und Globalisierung nach Peter Thiel [5].

Technischer Fortschritt wird nach Thiel hauptsächlich in entwickelten Ländern betrieben, um die Wirtschaft bei stagnierenden oder sinkenden Inputgrößen weiter wachsen zu lassen oder zumindest nicht schrumpfen zu lassen. Thiel argumentiert darüber hinaus, dass dieser technische Fortschritt in den letzten Jahrzehnten langsamer geworden ist und das zu geringerem Wirtschaftswachstum in den USA führte. Dies ist eine Annahme, die nicht viele Beobachter teilen, weil es in den letzten Jahrzehnten rasante Fortschritte in der Computer- und IT-Welt gab. Aber in den materiellen Dingen habe sich nicht viel verändert seit den 70er- Jahren. Als ein Grund nennt Thiel, dass die leicht zu erreichenden Früchte vom Baum des technischen Fortschritts bereits abgeerntet wurden und nun ein größerer Aufwand mit Innovation verbunden ist. Darüber hinaus argumentiert er aber auch, dass eine neue Kultur an Universitäten (ca. seit 1970) dazu beigetragen hat, dass

der technische Fortschritt insgesamt verlangsamt wurde. Oftmals hört man die Behauptung, dass der technische Fortschritt exponentiell schneller wird. Das ist z.B. bei der Entwicklung der Kosten pro Rechenleistung bei Computern seit mehreren Jahrzehnten der Fall (Moore'sches Gesetz). In welchen anderen Bereichen das exponentielle Wachstum ebenfalls existiert, ist schwer zu sagen, da am Anfang einer Entwicklung exponentielles von linearem Wachstum kaum zu unterscheiden ist. Ebenfalls ist technische Stagnation schwer zu bemessen, aber es lassen sich Beispiele nennen. Im Jahre 1969 flogen die Amerikaner zum ersten Mal zum Mond. Im Jahre 2011 (mit dem Ende des Space Shuttleprogramms) waren die USA selber nicht mehr in der Lage Astronauten zur internationalen Raumstation zu schicken. Erst durch das deutlich günstigere Trägersystem von SpaceX (=Innovation) erhielten die USA diese Möglichkeit wieder. Unter der Annahme, dass das Problem der technischen Stagnation in der entwickelten Welt wirklich besteht, besteht auch Handlungsbedarf und eine große Chance für das Unternehmen, welches dieses Problem löst.

## 2.1 Der klassische Innovationsprozess

Der klassische Innovationsprozess besteht aus folgenden Phasen (Abb. 2.3) [8]:

- Strategie: In dieser Phase wird die Strategie für das Produkt festgelegt, um ein Alleinstellungsmerkmal zu erreichen.
- Produktdefinition: In diesem nächsten Schritt wird das Produkt selbst definiert und die Marktanforderungen werden ermittelt, um die Kundenerwartungen zu erfüllen [9]. Ideen für innovative Produkte werden generiert und bewertet.
- Produktkonzept: Das Produktkonzept wird auf der Grundlage der Produktdefinition erstellt, um die Validierungs- und Produktionsphasen zu koordinieren. Die möglichen Kosten und benötigten Ressourcen werden entsprechend der Business-Case-Berechnung der Innovationsidee berücksichtigt. Die Entwicklung des Produkts beginnt.
- Validierungsphase: Es werden Prototypen entwickelt und getestet, die die diversen Anforderungen zu erfüllen haben.
- Produktionsphase: Wenn die Innovation in kleinem Maßstab produziert wird und die Prozesse genehmigt sind, beginnt die Produktion einer (Vor-)Serie, und die neuen Produkte werden anschließend in großen Mengen produziert.

- Markteinführung und Kommerzialisierung: Die Innovationen sind bereit, in Serie produziert zu werden. Die Endprodukte werden mit einer Kommunikations- und Marketingstrategie auf den Markt gebracht, um die höchsten Verkaufszahlen zu erreichen. Für die Markteinführung können verschiedene Indikatoren (z. B. die Anzahl der eingeführten Produkte) den Erfolg der Produktinnovation bemessen.



Abbildung 2.3: Der Innovationsprozess nach Cooper [10].

In diesem Innovationsprozess werden die Annahmen, die man am Anfang macht (z.B. Marktanforderungen und Kundenerwartungen) sehr spät von der Realität getestet (bei der Markteinführung). Es besteht also die Gefahr, dass wenn die Kundenanforderungen nicht komplett klar sind, teure Fehlentwicklungen entstehen.

## 2.2 Der Startup-Innovationsprozess

Bei Startup-Unternehmungen steigen die Chancen auf Erfolg, wenn es einen Plan gibt, nach dem gehandelt wird. In seinem Buch „Lean Startup“ beschreibt der Autor Eric Ries wie ein Produkt oder Service betrachtet werden soll, bevor es den sogenannten Product-Market-Fit gibt. Er beschreibt die Produktentwicklung als ein Experiment, dessen Ziel es ist, den Product-Market-Fit herzustellen. Im Laufe des Experiments muss die gestellte (Produkt-) These immer wieder überprüft werden und wenn nötig geändert werden. Beispielsweise können die Bedürfnisse der Kunden an das Produkt oder den Service von den Entwicklern falsch eingeschätzt werden, weshalb man möglichst früh in Kontakt mit den Kunden kommen sollte um Fehlentwicklungen zu vermeiden. Um die eigentliche Produktentwicklung zu beschleunigen, empfiehlt Ries eine Schleife möglichst schnell zu durchlaufen und möglichst schnell Produktiterationen zu fahren. Die Schleife beginnt mit der Idee, die umgesetzt (gebaut) werden muss. Das Produkt wird überprüft (gemessen), woraus Daten gewonnen werden können, mit denen man lernt und neue Ideen entwickelt (Abb. 2.4).

Dieses Modell sei besonders für Startups praktikabel, weil sie nur über begrenzte Ressourcen verfügen und die Produktentwicklung besonders schnell geschehen muss. Das erste Produkt (Minimal Viable Product, MVP) muss dabei nicht perfekt sein, sondern soll nur die grundlegenden Funktionen aufweisen, um zu überprüfen, ob das Produkt von den Kunden so gewünscht ist. Bei Internetunternehmungen wird oftmals sogar empfohlen, nur



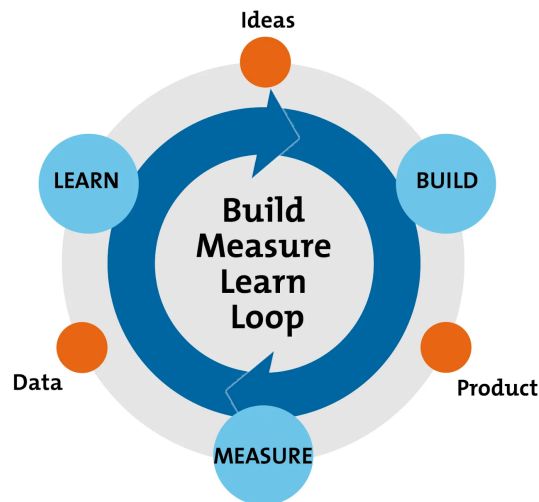


Abbildung 2.4: Startup-Innovationsschleife nach Eric Ries [6].

eine Mailingliste einzurichten und potenzielle Kunden zu fragen, ob sie für das Produkt zahlen würden. Wenn sich viele für die erste Produktversion interessieren und sich in die Mailingliste eintragen, zeigt das ihre Bereitschaft, für das Produkt oder den Service Geld auszugeben.

## 2.3 Wie läuft Innovationsumsetzung statt?

### 2.3.1 Staatlich geförderte Innovation

Die staatlich geförderte Innovation findet oftmals im Bereich der Grundlagenforschung statt, aber es gibt auch angewandte Forschung. Die Mitarbeiter sind oftmals (zumindest in Deutschland) befristet beschäftigt und verbringen einen nicht unerheblichen Teil ihrer Zeit und Arbeit damit, Forschungsanträge zu schreiben, um an staatliches Geld für ihre Projekte zu kommen. Dennoch ist vom Staat geförderte Forschung und Entwicklung wichtig, um Projekte zu finanzieren, die nicht in Aussicht stellen, einen direkten finanziellen Mehrwert zu erzeugen. In staatlichen Forschungsanstalten sind die Prozesse und der Umgang mit den Mitarbeitern jedoch oftmals nicht optimal, um ein Höchstmaß an Innovation zu erreichen. Eine Menge Bürokratie bremst hier Innovatoren, auf der Habenseite ist es hier möglich, an Kapital für Forschungsprojekte zu kommen, auch für private Firmen, die Innovation betreiben.

### 2.3.2 Privatwirtschaftliche Innovation

Die großen gesellschaftlichen Veränderungen werden jedoch meist nicht direkt durch staatliche Innovationsprojekte erreicht. Ich reden von den Dingen wie dem Smartphone oder dem Elektroauto (oder das Auto allgemein). Woran das liegt kann nur spekuliert werden. Meine These ist die, dass viele Mitarbeiter in den Forschungsanstalten viele Hürden übergehen müssen, bis sie eigene Projekte leiten können, geschweige denn große Projekte initiieren können. Außerdem müssen Innovationen (annähernd) wirtschaftlich sein, um große Technologieumbrüche hervorzurufen. In den beiden großen beschriebenen Umbrüchen (Smartphones und Elektromobilität) sind eher die Anwendung von vorhandener, relativ neuer Technik auf neue Bereiche entscheidend, als dass Grundlagenforschung betrieben wurde. Zusätzlich wurden bei dem Smartphone (Apple) und der Elektromobilität (Tesla) verschiedene Bereiche in ein Produkt zusammengeführt und clevere Ideen gut umgesetzt (Apple: mobile Schnittstelle zum Internet, verschiedene Funktionen in einem Gerät, erweiterbare Funktionen durch den Appstore; Tesla: Rollender Computer, Updates over Air, selbstfahrendes Auto (Anwendung von KI)). Elon Musk und Steve Jobs, die beiden großen „Visionäre“ hinter Apple und Tesla, besitzen die Fähigkeit ihre Visionen sehr klar auszuarbeiten und dann mithilfe eines Teams umzusetzen. Dazu ein Interview mit Steve Jobs über Intelligenz und wie man soetwas besonderes erreicht. (Kanal: Savanteum Titel: What Does It Mean To Be Intelligent? | Steve Jobs, Link: <https://www.youtube.com/watch?v=7p-tvud7owQ>)

## 2.4 Wie Innovationskraft steigern?

Neben einem schnellen Umsetzten von Ideen und einem inklusiven Innovationsstil (Jeder darf Ideen äußern bzw. wird bei der Lösungsfindung schwieriger Probleme mit eingebunden), nennt Professorin Louise Muhdi (Affiliate Professor of Innovation and Strategy am IMD) zwei weitere Ratschläge beim innovieren in einem Unternehmen [11]. Zum Einen soll man sich auf das wesentliche konzentrieren, Probleme auf die wesentlichen Punkte runterbrechen bevor man mit dem Innovationsprozess startet. Zum Andern soll man in seinem Unternehmen eine Innovationskultur etablieren indem man Neugier und lernen fördert. Was sind weitere entscheidende Faktoren für die Innovationskraft von Unternehmen? Verschiedene Autoren beschreiben, dass ein Innovationsmanagement Unternehmen beim innovieren hilft [12], aber auch, dass Dinge wie Vertrauen eine entscheidende Rolle darüber spielen, wie Innovationsfähig ein Unternehmen ist [12]. In einem Beitrag für das Buch *Innovation Excellence* beschreibt der Autor Michael Dröscher, von 2002 bis 2009 als

Leiter des Innovationsmanagements Chemicals bei der Evonik Industries AG tätig, zehn Innovationstreiber [12]. Einige von den folgenden Punkten sind eher für größere Unternehmen relevant.

1. Kompetenz: Ohne Kompetenzen in den entscheidenden Fachbereichen wird es nahezu unmöglich, eine Innovation zu erreichen.
2. Strategie und Ziele: Aus den vorhandenen Kompetenzen lassen sich Ziele und Strategien formulieren, welche die Landmarken des Weges vom jetzigen, zum zukünftigen Unternehmen darstellen sollen.
3. Innovationsmanagement: Bei Evonik ist das Ziel des Innovationsmanagements der „Idea-to-Profit-Prozess“ und besteht aus den Schritten Entdeckung (Input vom Markt und den Kunden), dem Ideenmanagement, dem Projektmanagement und der Markteinführung. Das Innovationsmanagement ist in erster Linie marktgetrieben.
4. Innovationsstruktur: Die Strukturierung des Unternehmens sollte innovationsfreundlich sein. Innovation sollte gefördert werden und die Unternehmensstrukturierung diese nicht behindern.
5. Future Trends: Eine breite Übersicht über die neusten technischen Entwicklungen hilft dabei, die Zukunft besser einschätzen zu können.
6. Open Innovation: Der Autor nennt hier insbesondere Kooperationen mit Hochschulen und Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette, um Kompetenzen nutzen zu können, die außerhalb des Unternehmens liegen.
7. Systemintegration: Der Autor nennt hier das Beispiel, dass durch Innovationen ein Teil der Wertschöpfungskette verdrängt werden könnte und dieser dadurch nicht innovationsbereit ist. In diesem Fall muss der Teil ins System integriert werden, um die Innovation durchzuführen.
8. Intellectual Property Management: Patente sind wichtig, um den Wettbewerbsvorteil durch Innovation eine Zeit lang zu sichern.
9. Kommunikation: Durch Kommunikation kommt es zu neuen Kontakten und Entwicklungsfehler können vermieden werden.
10. Mitarbeiter: Dieser ist nach Dröscher der wichtigste Faktor, denn die Mitarbeiter bringen ihr Wissen und ihre Erfahrungen ein, um Innovationen zu erzeugen.

Auch meiner Meinung nach sind es vor allem die unterschiedlichen Erfahrungen, die Mitarbeiter mitbringen, die ein Unternehmen bereichern können. Diese Erfahrungen und dieses Wissen und Können muss sich im späteren Produkt widerspiegeln. Gleichzeitig gilt es, dass die Mitarbeiter möglichst offen für neues bleiben, was allerdings kein Gegensatz zu Erfahrung darstellt. Auch denke ich, dass eine Funktionstrennung von der Ideenfindung

und der Ideenumsetzung hilfreich sein könnte, um erstens mehr (gute) Ideen zu generieren und zweitens diese auch umzusetzen. Die Umsetzung zunächst in die Hand von Unternehmen zu geben hat eine Reihe an Vorteilen. So können manche Vorhaben nur mit großen finanziellen Mitteln verwirklicht werden, es kann rechtliche Hürden geben oder nur hier ist das Know-How vorhanden.

## **2.5 Open Innovation**

Mit dem von Henry Chesbrough geprägten Begriff Open Innovation wird allgemein bezeichnet, dass ein (Online-) Netzwerk bei der Innovation beteiligt ist [13]. Der externe Markt an Wissen und Ideen ist weitaus größer als die begrenzte Anzahl an Köpfen im eigenen Unternehmen. Bei den meisten Open Innovation Anbietern ist das Vorgehen folgendermaßen: Eine Aufgabe und ein Preisgeld wird bekanntgegeben. Dann können die Nutzer und Teams der Plattform mit ihren Vorschlägen in den Wettbewerb gehen. Die Sieger können sich dann mit dem Preisgeld daran machen, ihre Ideen umzusetzen. Oftmals geht es auch darum, einen Prototypen aufzubauen, der eine bestimmte Aufgabe erfüllt. Open Innovation kann aber praktisch an jedem Schritt des klassischen Innovationsprozess eingesetzt werden [13]. Bei Open Innovation fallen Suchkosten für z.B. neue Ideen, dafür können die Bewertungskosten steigen, auch aufgrund einer Vielzahl von Ideen [14].

# 3 Ideenschmiede

Wie lässt sich die Effizienz und die Rate der Innovation steigern? Meine Idee: Eine Internetplattform als Marktplatz für Ideen. So wird die Idee haben unabhängig von der Umsetzung. Denn viele Ideen sind alleine oder ohne finanzielle und personelle Unterstützung nicht umzusetzen. Der Ideengeber soll bei finanziellem Erfolg der Unternehmung, die aus seiner Idee entstanden ist, beteiligt werden. Konkret ist die Entwicklung der Ideenschmiede zunächst in drei Phasen unterteilt. In der ersten Phase werden Ideen auf der Plattform diskutiert und es sollen sich möglichst Startups dabei herausbilden, in der nächsten Phase wird Innovation in bereits bestehenden Unternehmen gefördert, in der dritten Phase wird die Ideenschmiede selber als Investor bei *Ideenschmiede*-Startups auftreten, wenn deren Unternehmen von einer Zweidrittelmehrheit der Plattformnutzer positiv bewertet werden. Damit soll sichergestellt werden, dass die Mehrheit der Innovation aus der *Ideenschmiede* gesellschaftlichen Nutzen bringt.

## 3.1 Businessplan Phase 1: Der Marktplatz für Ideen

Wie baut man einen Marktplatz für Ideen auf? Handeln ist mit Ideen leider nur schwer möglich, denn man kann eine Idee nicht klassisch anbieten, ohne dass sie schon rechtlich geschützt ist, denn wenn die Idee preisgegeben ist, könnte die andere Partei sich auch ohne Gegenleistung aus der Affäre ziehen. Die Käuferseite muss bei ungeschützten Ideen einen Vertrauensvorschuss leisten, auch damit der Ideengeber überhaupt gewillt ist, seine Idee zu teilen. Außerdem muss es eine Möglichkeit geben, dass der Grundmarktmechanismus Angebot und Nachfrage auch hier greift. Mehrere Möglichkeiten sind denkbar.

Eine einfache Möglichkeit ist es, dass die Partei, die eine Lösungsidee sucht, ein Angebot auf die Webseite inseriert, welches, wenn zunächst keine brauchbare Lösungsidee auf das Problem eingestellt wird, erhöht werden kann. Als Belohnung muss ein pauschaler Betrag gewählt werden und ein Prozentsatz vom späteren Ideengewinn bzw. dem durch die Innovation eingesparten Geld in einem bestimmten Zeitraum. Die Ideengeber können zwischen den beiden Angeboten wählen. Entsprechend der Höhe des Angebotes des Problemstellers ergibt sich die Anzahl und wahrscheinlich auch die Qualität der eingehenden Ideen (Abb. 3.1).

Zusätzlich wird ein digitaler Vertrag geschlossen zwischen Firma und Ideengeber oder Firma und der *Ideenschmiede*. In dem Vertrag steht der Prozentsatz vom Ideengewinn (der jährlich ausgezahlt wird wenn die Idee finanziell erfolgreich umgesetzt wird) oder das

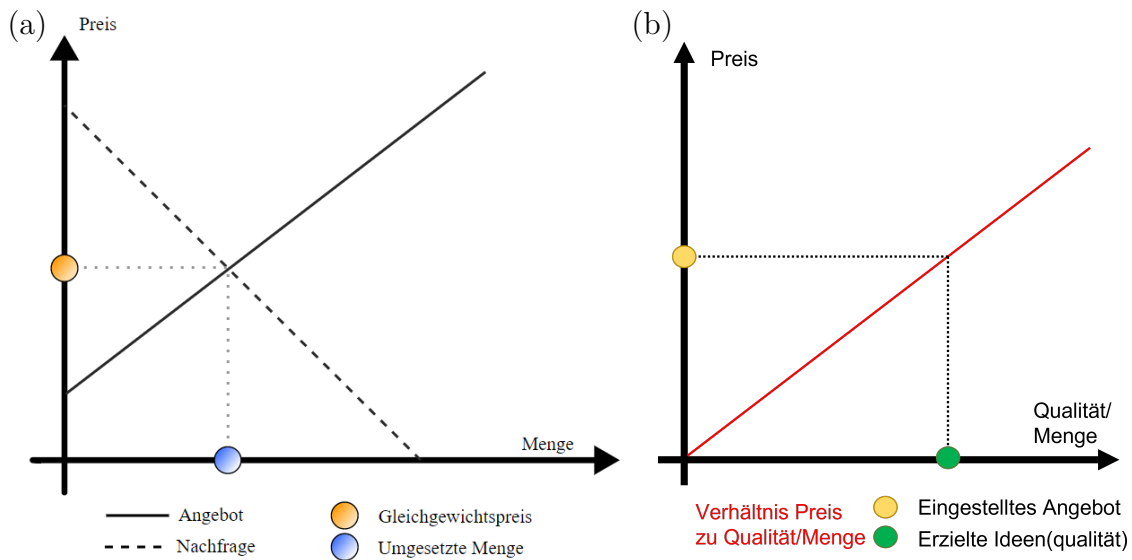


Abbildung 3.1: **Marktgleichgewicht und Übertragung auf die Ideenschmiede;** (a) Marktgleichgewicht durch Angebot und Nachfrage [15]. (b) Übertragung auf die Ideenschmiede: steigt das Angebot (indem der ausgeschriebene Preis erhöht wird), steigt auch die Menge (guter) Ideen. Damit können Problemsteller mit dem Preis die Ideenqualität bzw. Menge regeln.

einmalige Geld wenn die Idee angenommen wird. Der Großteil dieses Geldes geht an den Ideengeber (90%). Wird die Idee nicht umgesetzt muss auch kein Betrag bezahlt werden. Wird auf ein Problem von mehreren Ideengebern dieselbe Idee geäußert, wird nur derjenige bezahlt, der diese Idee als erstes auf das Problem postet. Es ist noch hinzuzufügen, dass nur der Account, welcher das Problem inseriert hat, die Ideen einsehen können soll (dies ist im MVP nicht der Fall). Darüber hinaus ist im Vertrag festgeschrieben, dass die Idee vom Unternehmen nicht weiter verbreitet oder verkauft werden darf. Der Ideengeber hat allerdings das Recht dazu. Das bedeutet eine Idee ist für die Firma nicht exklusiv, sondern eine Idee kann an mehrere Unternehmen gehen. Wenn die Firma die Idee abwandelt und umsetzt, muss ein Kompromiss geschlossen werden. Eine andere Möglichkeit wäre es, dass Nutzer für Ideen Geld bekommen, wenn andere sie sich ansehen. Ein Regulationsmechanismus könnte hier die Bewertung des Ideengebers durch Ideenaufdecker sein. Das bedeutet wenn jemand eine bessere Bewertung hat, kann er auf mehr Leute hoffen, die sich seine Idee ansehen. Außerdem kann er einen Preis für seine Idee angeben.

### 3.1.1 Finanzen

Um die Plattform zu finanzieren, sind wiederum verschiedene Wege möglich. Möglich wäre ein Abonnement-System, bei dem die Firmen oder die Ideengeber einen monatlichen Betrag bezahlen, um auf der Plattform aktiv zu sein. Das erzeugt aber eine Eintrittsbarriere. Die Methode ohne Eintrittsbarriere ist, wie beschrieben, dass ein Prozentsatz des Wertes der Transaktionen, die über die Plattform getätigt werden, von der *Ideenschmiede* einbehalten wird. Wenn 90 % der vertraglich geregelten Gewinnausschüttung an den Ideengeber gehen, bleiben 10 %. Von diesen 10 % muss jedoch auch die Transaktion bezahlt werden, je nach Anbieter fallen hier 1 % bis 3 % vom Transaktionsvolumen an. Damit erhält die *Ideenschmiede* vom Ideengewinn aller erfolgreichen Ideen 7 % - 9 %.

### 3.1.2 Kunden

Hauptsächlich Firmen im produzierenden Gewerbe werden auf der *Ideenschmiede*- Plattform registriert sein. Sie bezahlen dafür, dass sie nicht nach Lösungen für ihr Innovationsproblem suchen müssen, sondern mögliche Lösungsansätze kommen ihnen durch die Ideengeber zugeflogen. Was sie dennoch selber machen müssen, ist es, die Ideen und Vorschläge für ihr Geschäft zu evaluieren und Dinge wie Patentrechte zu prüfen. Für die Verletzung von Patentrechten übernimmt die *Ideenschmiede* keine Verantwortung.

### 3.1.3 Nutzer

Genauso wichtig wie die Firmen, welche Ideen für ihre technischen Probleme suchen, sind die Nutzer oder Ideengeber. Grundsätzlich ist hier jeder angesprochen, der denkt gute Ideen zu haben. Da das übergeordnete Ziel der *Ideenschmiede* die Beschleunigung des Fortschritts ist, liegt der Fokus beim Anwerben auf technisch oder wissenschaftlich versierte Personen.

## 3.2 Ideenüberfluss

Ab einer gewissen Menge an Nutzern auf der Ideengeberseite, könnte es zu einer Ideenflut kommen. Deswegen ist ab einer gewissen Größe der Plattform wichtig, dass die Nutzer wirklich darüber nachdenken, ob eine Idee nützlich für das jeweilige Unternehmen ist. Um das zu gewährleisten, wird ein Ideengeber zusätzlich belohnt, wenn er oder sie viele gute Ideen vorweisen kann. Umgekehrt sinkt die Belohnung, wenn er oder sie viele abgelehnte Ideen aufweist. Die Berechnung verläuft mithilfe des sogenannten Streak (Strähne). Der

Streak beschreibt, wie viele Ideen eines Ideengebers in Folge angenommen oder abgelehnt wurden. Je höher der Streak  $s$ , desto größer der Einfluss auf den Gewinn. Der Streak wird zurückgesetzt oder fortgesetzt, wenn man eine Idee angenommen oder abgelehnt wird, je nachdem, ob man einen positiven oder negativen Streak aufweist. Die maximale Extrabelohnung beträgt 325%. Dies tritt bei fünf angenommenen Ideen nacheinander ein und einem Prozentsatz angenommener Ideen von 100%. Umgekehrt muss bei fünf abgelehnten Ideen in Folge eine Idee angenommen werden, bevor derjenige Ideengeber wieder mehr Geld für die Aufdeckung seiner Ideen bekommt. Gleichzeitig wird aus dem Prozentsatz angenommener Ideen des Ideengebers  $PaI$  ein zweiter Indikator gebildet, diese werden zusammengefasst zum Ig-Score ( $Ig$ ) (Gl. 3.1).

$$\text{Berechnung des Ideengewinns:} \quad Ig = 0,01 \cdot s^3 + 2 \cdot PaI \quad (3.1)$$

Der Ig-Score wird auf einen vertraglich vereinbarten Gewinn von 50 € angewandt. Maximal kann hierbei also ein Gewinn von 162,5 € pro angenommener Idee erzielt werden.



Abbildung 3.2: Bereich des Ideengewinns für 50 € Ideengewinn; die beiden Linien zeigen das Minimum bzw. das Maximum an.

Der Extragewinn derjenigen, die viele angenommene Ideen in Folge vorweisen können, könnte durch den niedrigeren Gewinn der Personen, die einen niedrigen  $Ig$ -Score haben, aufgewendet werden.



### 3.3 Entlohnung von Mitarbeitern

Am Anfang der Unternehmung *Ideenschmiede* wird es vorraussichtlich schwierig sein, genügend Geld aufzutreiben, um branchenübliche Gehälter für Entwickler zahlen zu können. Deswegen wird ein Bezahlungssystem etabliert, welches langfristiges Engagement der Mitarbeiter für die *Ideenschmiede* garantieren soll, indem die Belohnung für die Arbeit in die Zukunft verschoben wird und die Belohnung dann, bei Erfolg der Unternehmung *Ideenschmiede*, besonders groß und langfristig ausfällt. Dieses System soll folgendermaßen funktionieren: Mitarbeiter erhalten einen Stundenlohn, welcher am Anfang deutlich geringer ausfällt als der branchenübliche Stundenlohn. Zusätzlich erhält jeder Mitarbeiter und jede Mitarbeiterin eine Gewinnbeteiligung, die mithilfe von Gleichung (3.2) berechnet werden kann.

$$\text{Zusätzliches Gehalt:} \quad ZG = UG \cdot \alpha \cdot \frac{ZGF}{ZGF_{gesamt}} \quad (3.2)$$

In Gleichung (3.2) ist  $ZG$  das zusätzliche Gehalt,  $UG$  der Unternehmensgewinn,  $\alpha$  der Prozentsatz der vom Unternehmensgewinn an die Mitarbeiter ausgezahlt wird,  $ZGF$  der Zusatzgehaltfaktor und  $ZGF_{gesamt}$  der Zusatzgehaltfaktor von allen Mitarbeitern in einem Jahr aufaddiert. Unter Unternehmensgewinn wird hier der operative Gewinn nach Steuern verstanden. Wichtig für aktive Mitarbeiter ist die Berechnung des Zusatzgehaltfaktors (Gl. 3.3). Auch ehemalige Mitarbeiter erhalten eine Beteiligung am Gewinn. Dieser nimmt jedoch Jahr für Jahr exponentiell um die Hälfte ab (wenn der Unternehmensgewinn gleich bleibt) (Gl. 3.4). In den Formeln beschreibt  $ZGF_{VJ}$  den Zusatzgehaltfaktor vom Vorjahr,  $GG$  das Grundgehalt (Stundenlohn) und  $h$  die insgesamt im Unternehmen gearbeiteten Stunden. Der  $ZGF$  wird also für jeden Mitarbeiter jedes Jahr aufaddiert und sinkt wieder ab, wenn der Mitarbeiter das Unternehmen verlässt.

$$\text{Zusatzgehaltfaktor aktive:} \quad ZGF_a = ZGF_{VJ} + GG \cdot h \quad (3.3)$$

$$\text{Zusatzgehaltfaktor ehemalige:} \quad ZGF_e = ZGF_{VJ} \cdot 0,5 \quad (3.4)$$

Dabei soll  $\alpha$  bei mindestens 20% liegen und wird bei Bedarf erhöht. Der Sinn bei der Gewinnbeteiligung ist ein Gemeinschaftserfolg für das Team zu ermöglichen, sobald das Unternehmen Gewinne abwirft. Gleichzeitig soll durch dieses Bezahlssystem jeder Mitarbeitende dazu incentiviert werden, möglichst für das Unternehmen wirtschaftlich zu

handeln. Die Gewinnchance für jeden bei Erfolg ist groß und durch die niedrigeren Grundgehälter erhält das Unternehmen mehr Zeit, um den Product-Market-Fit zu erreichen. Bei langfristigem Erfolg der Unternehmung sollte dieses Bezahlungssystem eine sehr faire Entlohnung der Mitarbeitenden gewährleisten. Es soll darauf hingewiesen sein, dass die Höchstwochenarbeitszeit in Deutschland 48 h beträgt. Eine zu hohe Arbeitszeit laugt die meisten Menschen nur aus.

## 3.4 Minimum Viable Product

Zunächst wird die Grundthese überprüft, ob Ideengeber ihre Ideen (für Geld) preisgeben und was passiert, wenn sie für ihre Ideen Geld bekommen. Dafür wird zunächst eine Diskussionsplattform für technische oder naturwissenschaftliche Ideen aufgebaut. Verwendet wird die Open-Source Plattform NodeBB, welche eine moderne Forensoftware, mit vielen Einstellungsmöglichkeiten und Plugins darstellt. Das MVP beinhaltet eine „freie“ Ideendiskussion, welche den Hauptzweck hat, Ideen den grob- und feinschliff zu verpassen. Hier hat jeder registrierte und angemeldete User Zutritt. Darüber hinaus gibt es eine Kategorie, bei der Firmen ihre Angebote für Lösungsideen und ihre jeweiligen Innovationsprobleme darlegen können „Ideen umsetzen“ (siehe Abschnitt 3.1).

## 3.5 Nächste Aufgaben

- Aufsetzung eines rechtssicheren Dokuments für den digitalen Vertrag zwischen Unternehmen und Ideengebern, welches Dinge wie das Nutzungsrecht und die Entlohnung des Ideengebers enthält, wenn die Idee das eingestellte Problem löst
- eine Bezahlung für die Ideengeber garantieren
- Zahlungsverkehr über die Plattform abwickeln und diverse Plugin-Entwicklung

***ENDE***

Oder doch noch eins zum Ende.

(Kanal: checkitoutmusic Titel: Guy Dancing on the hill at Sasquatch! Full Version! Santogold Unstoppable, Link: <https://www.youtube.com/watch?v=nU7dxkIz1Vs>)

# Literaturverzeichnis

- [1] WIKIPEDIA. *Technischer Fortschritt*. [https://de.wikipedia.org/wiki/Technischer\\_Fortschritt#Technischer\\_Fortschritt\\_und\\_Wirtschaftswachstum](https://de.wikipedia.org/wiki/Technischer_Fortschritt#Technischer_Fortschritt_und_Wirtschaftswachstum). (zuletzt aufgerufen am 10.07.2022)
- [2] BADURA, B., DUCKI, A., SCHRÖDER, H., KLOSE, J. und MEYER, M. (2018). *Fehlzeiten-Report 2018 Sinn erleben – Arbeit und Gesundheit*. 1. Auflage. Berlin: Springer.
- [3] DRÖSCHER, M. (2012). *Innovation und Vertrauen*. In: *Innovation Excellence Wie Unternehmen ihre Innovationsfähigkeit systematisch steigern* 1. Auflage. Düsseldorf: Symposium.
- [4] WIKIPEDIA. *S-Kurven-Konzept* . <https://de.wikipedia.org/wiki/S-Kurven-Konzept>. (zuletzt aufgerufen am 17.04.2022).
- [5] THIEL, P. und MASTERS, B. (2007). *Zero to One Notes on Startups, or How to Build the Future*. 1. Auflage. New York: Crown Business.
- [6] RIES, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. 1. Auflage. New York: Crown Business.
- [7] EICHHORN, E. E-Commerce Blog der FH Wedel. *Lean-Startup Methodik zur Entwicklung einer Geschäftsidee*. Url:<https://www.webspotting.de/e-commerce/lean-startup-methodik-zur-entwicklung-einer-geschaefts-idee/> (zuletzt aufgerufen am 17.04.2022)
- [8] DZIALLAS, M. und BLIND, K. (2019). Innovation indicators throughout the innovation process: An extensive literature analysis. In: *Technovation*. 80-81. S.3-29.
- [9] LESTER, D. H. (1998). Critical Success Factors for New Product Development. In: *Research-Technology Management*. 41(1). S. 36-43, DOI: 10.1080/08956308.1998.11671182
- [10] COOPER, R.G. (1981). An empirically derived new product project selection model. In: *IEEE Transactions on Engineering Management* 28 (3). S. 54–61.
- [11] MUHDI, L. (2021). *Four key steps to accelerate innovation in an age of disruption*. <https://iby.imd.org/brain-circuits/four-key-steps-to-accelerating-innovation-in-an-age-of-disruption/>. (zuletzt aufgerufen am 14.05.2022).
- [12] SOMMERLATTE, T. *Innovation und Vertrauen*. In: ILLI, S. (2012). *Innovation Excellence Wie Unternehmen ihre Innovationsfähigkeit systematisch steigern* 1. Auflage. Düsseldorf: Symposium.
- [13] HEGER, T. und BUB, U. (2013). Innovationsnetzwerke: mit Industrie und Wissenschaft zu neuer Innovationskraft. In: *Wirtschaftsinformatik und Management*. 5. S. 12–23..

- [14] DAPP, T. F. *Die digitale Öffnung von Innovation und Wertschöpfung*. In: ILI, S. (2012). *Innovation Excellence Wie Unternehmen ihre Innovationsfähigkeit systematisch steigern*. 1. Auflage. Düsseldorf: Symposion.
- [15] WIKIPEDIA. Marktgleichgewicht. <https://de.wikipedia.org/wiki/Marktgleichgewicht>. (zuletzt aufgerufen am 23.10.2022)