

**Veröffentlichung: zuerst bei LinkedIn als Beitrag**

**Zielgruppe: Wissenschaftler/innen die ein Startup aus der Wissenschaft Gründen möchten**

**7 Tipps, wie du als Wissenschaftler/in ein Science-Tech Startup aufbaust.**

Viele Wissenschaftler/innen – unabhängig von ihrer Fachdisziplin - stoßen während ihrer Promotion oder Forschungstätigkeit auf interessante Erkenntnisse oder Lösungen, die oft ein großes kommerzielles Potential haben und die Welt verbessern könnten.

Einige Beispiele aus Deutschland belegen eindrucksvoll den Tatendrang von Wissenschaftlern und Erfindern, die mit ihren Innovationen und Produkten Gesellschaften verändert und neue Industrien begründet haben.

Namen wie Karl Benz, Werner von Siemens, Robert Bosch, Friedrich Bayer und Heinrich Emanuel Merck haben mit ihren Ideen jahrhundertlang die deutsche Industrie bis heute geprägt. Allein der Blick auf den Börsenindex DAX 30 verrät das große historische Erbe, das uns diese Erfinder hinterlassen haben.

Wenn du dich also schon immer gefragt hast, wie man es in unserer heutigen Zeit schafft, ein erfolgreiches Startup aus der Wissenschaft heraus zu gründen, dann bist du bei diesen 7 Tipps genau richtig!

### **1. Finde dein „Why“/Warum**

Bevor du an die Millionen glücklicher Menschen denkst, die zukünftig dein Produkt nutzen werden, solltest du dich fragen: Warum möchte ich ein Unternehmen gründen? Warum möchte ich mein wissenschaftliches Ergebnis vermarkten? Was treibt mich an? Was motiviert mich ein Unternehmen zu gründen? Wie will ich dieses Ziel erreichen? Was ist überhaupt mein Ziel?

Damit du dich und dein „Why“ besser verstehst, empfehle ich dir im ersten Schritt deine Gedanken aufzuschreiben und diese Fragen zu beantworten. Reflektiere die Antworten mit einer Person deines Vertrauens und schaue dir den Ted Talk von Simon Sinek (Link: [https://www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action?language=de](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=de)) an.

Mit der Beantwortung der Fragen wirst du herausfinden, was dich antreibt. Sind es intrinsische (innere) oder extrinsische (äußere) Faktoren, die dich zu einer Gründung motivieren? Die innere Motivation stellt - bildlich gesprochen - den „Treibstoff“ für die anstehende Reise dar. Je stärker du intrinsisch motiviert bist, desto weiter wirst du mit deiner Gründungsidee kommen. Extrinsische Faktoren dagegen, wie z.B. „der Wunsch nach schnellem Geld“ oder der Statuserwerb motivieren häufig nur bis zur ersten ernsthaften Krise. Danach hören die meisten mit dem Gründungsvorhaben auf.

## **2. Analysiere dein Forschungsergebnis**

Dein anwendungsorientiertes Forschungsergebnis muss einer gründlichen Analyse unterzogen werden. Warum? Weil du herausfinden musst, ob dein Ergebnis genügend Potential für eine Ausgründung besitzt.

Das Potential einer Ausgründung wird durch die Innovationshöhe eines Forschungsergebnisses definiert. Die Innovationshöhe beschreibt im Allgemeinen den Abstand eines Forschungsergebnisses gegenüber bestehenden Verfahren oder Lösungen.

Deshalb musst du dir die Frage stellen, ob dein Forschungsergebnis auch "innovativ" genug für den Markt ist. Dein Forschungsergebnis stellt nur dann eine Innovation dar, wenn es erfolgreich im Markt wirtschaftlich angewendet werden kann.

Es gibt einige Methoden, wie man die Innovationshöhe einer Technologie bzw. eines Forschungsergebnisses feststellt. Eine Methode ist die Klassifizierung des Reifegrades des Forschungsergebnisses mit Hilfe der TRL-Skala, die von der NASA entwickelt wurde ([https://de.wikipedia.org/wiki/Technology\\_Readiness\\_Level](https://de.wikipedia.org/wiki/Technology_Readiness_Level)).

## **3. Das Kundenproblem als Grundlage deiner Businessidee**

Mithilfe der ersten beiden Tipps hast du festgestellt, dass du sehr motiviert bist und dein Forschungsergebnis ein großes kommerzielles Potential besitzt. Der nächste Tipp bezieht sich auf die Entwicklung einer Businessidee.

Die Businessidee zeichnet sich dadurch aus, dass sie ein Problem identifiziert, für das es momentan noch keine geeignete Lösung gibt, für das Personen oder Unternehmen grundsätzlich bereit wären zu bezahlen. Du musst also herausfinden, ob das Problem, welches du lösen möchtest, in der heutigen Zeit ein „must-have“ Problem ist oder ein „nice-to have“ Problem.

Google zum Beispiel machte die Suche im Internet einfacher (must-have) und Amazon vereinfachte das Onlineshopping und ermöglichte Kaufentscheidungen auf Grundlage von Kundenmeinungen (must-have). Nice-to have-Probleme sind beispielsweise Alternativen von Produkten, die seltener gebraucht werden, z.B. eine Suchmaschine, die nur Pdf-Dateien sucht.

Als Wissenschaftler/in muss man versuchen, aus dem Forschungsergebnis ein Produkt oder ein Service abzuleiten, das natürlich das gefundene "must-have" Problem löst. Falls Ideen für ein Produkt fehlen sollten, empfehle ich an dieser Stelle die Methode von Design-Thinking anzuwenden.

## **4. Erstellung eines Businessmodells**

Mit dem Businessmodell (z.B. mit Hilfe von Business Model Canvas) wird die Businessidee verdichtet und strukturiert. Ab jetzt beginnt man sich zu fragen, welchen konkreten Mehrwert das Produkt oder der Service für den Kunden erzeugt und wie man mit seiner Businessidee Geld verdienen möchte.

Beim Businessmodell gibt es 6 zentrale Fragestellungen:

- a. Was ist dein Mehrwert, dein Alleinstellungsmerkmal?
- b. Wie groß ist dein Markt?
- c. Wer sind deine Kunden?

- d. Wie hoch sind die Kosten deines Businessmodells?
- e. Wie hoch sind die Einnahmen deines Businessmodells?
- f. Wie ist das Team zusammengesetzt?

Daraus abgeleitet ergeben sich weitere Fragestellungen wie zum Beispiel: Wer ist die Zielgruppe? Wie soll die Zielgruppe erreicht werden? Wie sehen die Zahlungsströme aus und welche Kosten kommen auf dich zu? Und vor allem: Wie viel soll dein Produkt/Service kosten? Das Thema Pricing habe ich für Wissenschaftler/innen in folgendem Artikel näher beleuchtet (Link: <https://www.gruenderszene.de/business/pricing-produkt-dienstleistung-startup>).

Die meisten dieser Kernfragen sollte das Businessmodell klären. Zudem hilft dir das Arbeiten am Modell weitere Felder (Kosten, Kunden, Channels, etc.), die du vielleicht bisher nicht auf dem Schirm hattest, zu bedenken.

Wenn dein Businessmodell steht, solltest du in der Lage sein, daraus einen Pitch abzuleiten. Sozusagen die Kurzversion deines Businessmodells. Du findest zahlreiche Anregungen und Beispiele, wenn du "Startup Pitch" googelst.

## **5. Dein Produkt muss dem Kunden gefallen**

Der 5. Tipp bezieht sich auf die Validierung deines Businessmodells mit echten Kunden. Wenn du mit Kunden zusammenarbeitest, solltest du ihnen genau zuhören, was die Wünsche und Vorstellungen hinsichtlich deines Produkts sind.

Mit der Zeit beginnst du, dein Produkt an die Kundenbedürfnisse anzupassen. Dein Ziel sollte sein, aus den individuellen Kundenbedürfnissen ein standardisiertes Produkt zu entwickeln. Dieses Produkt spricht im besten Fall deine Zielgruppe direkt an und kann für weitere Umsatzsteigerungen sorgen.

Im Grunde hilft dir der Kunde dabei, dein Produkt an die Marktbedürfnisse anzupassen. Diesen Vorgang nennt man "Product-Market-Fit" und wird als Prozess mit mehreren Iterationen gesehen der dazu führt, dass du deine Produkte kundenorientiert entwickelst.

## **6. Nutze Fördermöglichkeiten für Wissenschaftler/innen**

Als Wissenschaftler/in bist du in einer besonderen Situation, denn Ausgründungen aus der Wissenschaft müssen zunächst die neu entwickelte Technologie zur Marktreife bringen.

Da die langen Entwicklungszeiten von Science-Tech Startups mittlerweile erkannt werden, gibt es staatliche Förderprogramme wie z.B. die EXIST-Programme (EXIST-Gründerstipendium oder EXIST-Forschungstransfer) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Einen Überblick zu den Förderprogrammen erhältst du auch in dem Podcast „Working With Startups From Science“ (<https://www.podcast.de/podcast/652723/>).

In vielen Fällen handelt es sich bei den Förderprogrammen um Zuschüsse, die nicht zurückbezahlt werden müssen. Das bedeutet, dass du damit Zeit und Geld erhältst, dein Forschungsergebnis in weiten Teilen bis zur Marktreife zu bringen.

Da es für einige Förderprogramme Ausschlusskriterien und besondere Rahmenbedingungen gibt, solltest du dich frühzeitig mit entsprechenden Experten zusammensetzen.

## **7. Begeistere Andere und reflektiere deine Handlungen**

Finde Menschen, die deine Idee und deine Vision teilen. Du erreichst diese Menschen nur, wenn du über deine Visionen, Produkte und Ideen mit anderen sprichst. Versuche anderen zu erklären, WAS du machst, nicht unbedingt WIE du es machst (Das schützt dich z.B. vor neuheitsschädlichen Veröffentlichungen, falls du ein Patent anmelden möchtest).

Neben der Begeisterung solltest du dich als Person und deine Handlungen regelmäßig reflektieren. Verfolgst du weiterhin deine Vision? Läuft der Unternehmensaufbau wie geplant? Welche Charaktereigenschaften und ideellen Werte sind dir wichtig, die du auch in deinem Unternehmen leben möchtest?

Achte auch auf deinen Anspruch. Viele Wissenschaftler/innen, die eine 100%ige Perfektion ihres (ersten) Produkts anstreben, verlieren sehr viel Zeit für die Entwicklung, anstatt mit dem Kunden zu sprechen. Dadurch wird oft "am Kunden vorbeientwickelt". Nutze für die Reflektion die verschiedenen Angebote der Hochschulen, die in der Regel eine kostenlose Beratung für Gründerinnen und Gründer anbieten.

© Bartosz Kajdas

#ausgründungenausderwissenschaft #scientechnstartups #startupsfromscience #ausgründungen #