



Markt mit wenig Geld erforschen

von Beatrice Bösing

"Gründer handeln oft nach dem Daniel Düsentrieb-Prinzip", sagt Alexander Stockinger, wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Institut für Unternehmensgründung an der Johannes Kepler Universität Linz. Will heißen: Zuerst wird das Produkt entwickelt, potenzielle Abnehmer kommen in den Überlegungen gar nicht vor. Es herrscht die Devise: Wenn die Idee gut ist, so wird sie sich früher oder später von allein verkaufen.

Falsch gedacht: "Zuerst muss der Marktüberblick, dann das Produkt kommen", ist Stockinger überzeugt. Betreiben Jungunternehmer ein bisschen Marktforschung, so lässt sich diese Durststrecke verkürzen. Diese muss nicht teuer sein: Erfahrungen am Uni-Institut, wo Studenten regelmäßig Produkte ihrer Kollegen aus dem technischen Bereich auf Markttauglichkeit testen, zeigen, dass sich im B2B-Bereich aus Rückmeldungen von zehn potenziellen Abnehmern ziemlich genau abschätzen lässt, ob ein Produkt funktioniert oder nicht.

Wichtiges Feedback

Auf das Produkt bezogene Feedbacks könnten gleich für die Weiterentwicklung verwendet werden, oder es ist ein potenzieller Entwicklungspartner dabei, der den Jungunternehmer finanziell unterstützt. Als Beispiel nennt er einen Fußscanner für orthopädische- und Skischuhe, der an der Uni entwickelt wurde. Bevor das Produkt in Serie ging, sei in den lokalen Schuhgeschäften eine Bedarfsanalyse durchgeführt worden: "Damit ließen sich auch gleich die Schwachstellen der Konkurrenzprodukte ermitteln."

Wollen Gründer in den B2C-Markt einsteigen, so braucht es allerdings mehr als 20 Telefonate, um sich einen Überblick zu verschaffen. Viele Jungunternehmer würden aus finanziellen Gründen darauf verzichten, sagt Horst Jouranek von ECE-Consulting. Dabei liefern kleinere Institute genauso wertvolle Ergebnisse. Derselben Meinung ist auch Alexander Stockinger. Vor allem Gründer, die ein Produkt mit hohem Innovationsgrad entwickeln, sollten das nicht ohne Marktüberblick tun. Marketinginstitute an den verschiedenen Hochschulen sind oft froh, über Beispiele aus der Praxis.