



Whitepaper

Business Development für Innovatoren

Im Speedboot zum erfolgreichen Markteintritt

Per Speedboot zum Markteintritt

Fünf Schritte von der Innovation zum strategischen Erfolg

Eine Vielzahl unterschiedlicher Faktoren sind für einen erfolgreichen Markteintritt verantwortlich – insbesondere dann, wenn dieser aus bestehenden Unternehmen heraus erfolgt. Nicht alle davon kann man beeinflussen. Trotzdem ist unternehmerischer Erfolg keine Glückssache. Er wird vielmehr durch die richtige Aufstellung und gute Entscheidungen begünstigt.

Viele Unternehmen setzen zunehmend auf Mischformen, um im Spannungsfeld zwischen konkurrierenden Start-ups und dem eigenen Bestandsgeschäft bestehen zu können. Diese Strategie lässt sich im Speedboot-Ansatz zusammenfassen. Als „Speedboote“ bezeichnen wir Start-up-ähnliche Vorhaben, die zusätzlich zum Bestandsgeschäft („Tanker“) an den Markt gehen sollen. Ziel ist ein leichter und flexibler Markteintritt, der in kurzer Zeit umgesetzt werden kann.

Folgende fünf Punkte ermöglichen unserer Erfahrung nach eine erfolgversprechende Speedboot-Strategie:

Die 5 Top Enabler zum Erfolg



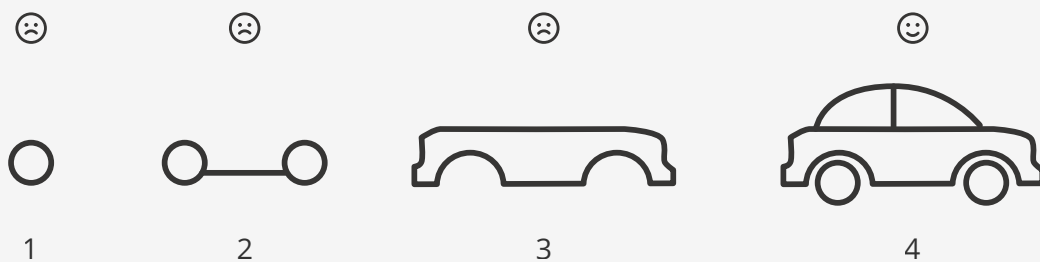


Enabler 1

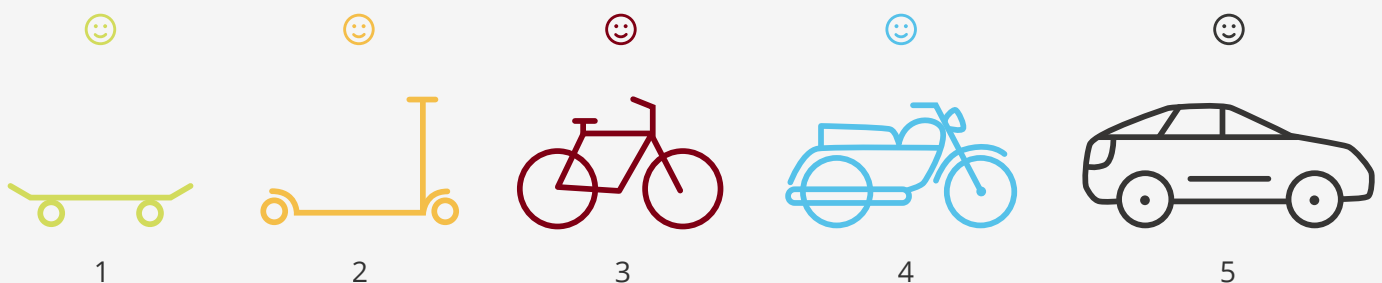
Markteintritt mit einem MVP

Das Konzept des MVP (Minimum Viable Product) ist essentiell für den Erfolg von Speedboot-Projekten. Kern des Konzeptes ist ein früher „unfertiger“ Markteinstieg – ganz nach dem Motto: „Better done than perfect“. Die Erfahrung zeigt allerdings, dass diese Herangehensweise oft nicht so einfach umsetzbar ist, wie es scheint. Erlernte Produktentwicklungsprozesse, Effektivität und vor allem der Qualitätsanspruch im Bestandsgeschäft rufen hier oft große Widerstände hervor. Aber der effektive Umgang mit Misserfolg und das Experimentieren mit Lösungsalternativen sind integraler Bestandteil dieses Ansatzes.

How **NOT TO BUILD** a minimum viable product



How **TO BUILD** a minimum viable product



Frei nach: <https://www.cleveroad.com/blog/what-is-the-use-of-a-minimum-viable-product-infographic>



Adams-Lehmann-Straße 44
80797 München

Niederlassungen:
Berlin, Amsterdam, Durham

Andreas Rudl
Head of Marketing

Mobil	+49 173 61 55 600
E-Mail	andreas.rudl@commercetools.com
Web	www.commercetools.com



Prof.-Messerschmitt-Straße 1
85579 Neubiberg (bei München)

Niederlassungen:
Bremen, Dortmund, Frankfurt, Jena,
Köln und Stuttgart

Michael Freund
Director Sales

Mobil	+49 172 89 80-449
E-Mail	sales@arithnea.de
Web	www.arithnea.de

