

READINESSnavigator

Webbasierendes Benchmarking zur Überprüfung der Marktreife und der Bereitstellung von Handlungsempfehlungen

| | | | |
|---------------------------------|---|------------------------|---------------|
| Programm / Ausschreibung | AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017 | Status | abgeschlossen |
| Projektstart | 01.02.2018 | Projektende | 31.07.2019 |
| Zeitraum | 2018 - 2019 | Projektlaufzeit | 18 Monate |
| Keywords | Readiness Market Technology KMU Startup Inkubator Förderstelle e-Government | | |

Projektbeschreibung

Im Jahre 2016 gab es alleine in Österreich knapp 40.000 Startups mit neuen Geschäftsideen, international waren es an die 380.000 Startups. Dem gegenüber stehen eine Vielzahl an privaten und universitären Inkubatoren, Investoren und Förderstellen. Sie alle haben eines gemeinsam. Sie möchten neue Geschäftsideen zu stetig steigenden Umsätzen und zur Schaffung neuer Arbeitsplätze führen. Ein Scheitern ist nicht nur für die Neugründer, sondern auch für MitarbeiterInnen, für Zulieferer und für die gesamte Volkswirtschaft fatal. Ein ähnliches Szenario bietet sich für bereits am Markt etablierte Unternehmen, welche neue Produkte und Dienstleistungen auf den Markt bringen möchten. Alle Marktteilnehmer sind daran interessiert, neue Innovationen und Produkte mit größtmöglicher Erfolgswahrscheinlichkeit bei einer gleichzeitigen Minimierung des Investitionsrisikos auf den Markt zu bringen.

Leider fehlt vielen Unternehmen das Know-how, wie die Produktentwicklung und der Marktstart mit einer möglichst hohen Erfolgswahrscheinlichkeit erfolgen kann. Davon betroffen sind nicht nur Startups, auch viele bekannte und große Unternehmen sind vom Markt aufgrund strategischer Fehlentscheidungen wieder verschwunden. Die Fehlentscheidung wird hierbei in der Regel auf technischer Seite oder im Bereich des Marketings und Vertriebs getroffen.

Bereits im Jahre 2012 beschäftigte sich Prof. Charles Weber der Portland State University mit der Frage, wie ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen der Technologischen Reife (Technology Readiness Level) und der Marktreife (Market Readiness Level) seitens der Unternehmen bei der Entwicklung und Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen gefunden werden kann. Daraus entstand eine Zusammenarbeit mit Prof. Rainer Hasenauer des Hi-Tech Center Vienna und Herrn Andreas Gschöpf des INITS Universitären Gründerservices in Wien. Diese entwickelten eine auf detaillierten Fragebögen basierende Benchmarking-Methode, auf deren Basis gleichzeitig Handlungsempfehlungen abgegeben werden, welche nächsten Schritte von Unternehmen eingehalten werden sollten, um ein optimales Verhältnis zwischen der Technologischen Reife und Marktreife zu erzielen. Empirische Studien zeigten hierbei, dass Unternehmen, die sich an diese Vorgehensweise hielten nach fünf Jahren eine um 30 Prozent höhere Erfolgs- bzw. Überlebensrate aufwiesen, die Umsätze ebenfalls um 30 Prozent stiegen, eine 60 Prozent höhere Exportintensität gegeben war und die Unternehmensbewertung des Unternehmens nach diesen fünf Jahren viel besser ausfiel als bei Unternehmen, die sich nicht an diese Methodik hielten.

Die OnTec AG hat es sich nun zur Aufgabe gemacht, diese einzigartige Methode in einer rein webbasierenden Softwarelösung – dem READINESSnavigator – umzusetzen, welcher allen interessierten Marktteilnehmern zur Verfügung stehen soll.

Hierbei ist diese Lösung lernfähig und begleitet die Marktteilnehmer dabei, das Verhältnis zwischen technologischer Reife und Marktreife darzustellen und gibt Handlungsempfehlungen auf der Basis eines komplexen Fragebogenkonvolutes ab, um ein optimales Verhältnis dieser beiden Kennzahlen zu erreichen. Somit soll einerseits die Erfolgswahrscheinlichkeit unternehmerischen Handelns wesentlich erhöht und andererseits die Einschätzbarkeit des Markterfolges für Dritte wesentlich verbessert werden.

Der hierzu entwickelte Prototyp ist in der vorliegenden Version voll einsatzbereit und frei von technologischen Risiken und offenen Fragestellungen. Im Rahmen des hier vorstellten Projektes soll die Benutzerfreundlichkeit der Lösung optimiert und unter Zuhilfenahme der angesuchten Förderung einer breiten Anzahl an Testkunden im privaten Sektor, im öffentlichen Bereich sowie bei Förderstellen und Inkubatoren zur Verfügung gestellt werden. Einerseits soll dadurch die Lösung auf Fehlerfreiheit überprüft werden und andererseits sollen Anforderungen an die Benutzeroberfläche und Funktionalität aufgenommen und noch vor der Markteinführung umgesetzt werden. Außerdem sollen die Marketing- und Vertriebsaktivitäten unter Zuhilfenahme der Förderung stark ausgeweitet werden, um rasch einen hohen Bekanntheitsgrad des READINESSnavigators und eine hohe Awareness für diese Art der webbasierenden Risikominimierung bei Innovationsprojekten geschaffen werden.

Abstract

In 2016 Austria had about 40,000 start-up-companies with new business ideas, internationally there were 380,000. On the other hand there were a large number of investors, incubators and funding agencies with a private, public or university background. They all have one thing in common: They are seeking to push new business ideas in order to increase revenue and create new jobs. Failing hurts the founders as well as the employees, suppliers and the entire economy. Well established companies, trying to bring new products or services to market, are facing a similar scenario. Every market actor is highly interested in launching new products or innovations with the highest possible chance of success while minimizing the risks of investment.

Unfortunately, most companies are lacking know-how on maximizing the success rate of product development and market entry. This does not only apply to start-ups, as many well established companies have disappeared due to incorrect strategic decisions. The crucial mistakes are usually made in the technical area or in sales and marketing. As early as 2012 Prof. Charles Weber of Portland State University was focusing on the question, how to find a perfect balance of Technology Readiness Level and Market Readiness Level of a new product or service. This research resulted in a cooperation with Prof. Rainer Hasenauer of Hi-Tech Center Vienna and Andreas Gschöpf of INiTS, Universitäre Gründerservices Vienna.

They developed a benchmarking method based on detailed questionnaires offering recommendations for action regarding which next step should be taken in order to achieve an optimum ratio of Technology Readiness Level and Market Readiness Level.

Empiric studies proved that companies using this approach after 5 years showed a success rate 30 percent higher than

those who did not, along with a revenue boost of 30 percent, an export plus of 60 percent and a significantly better business appraisal.

ONTEC AG has made it its business to provide every market actor with this unique method in the form of a web-based software application, the READINESSnavigator, a self-learning software solution helping to show the ratio of technology readiness and market readiness of an idea / innovation and giving recommendations on how to keep these factors in balance based on a complex set of questions. This will on the one hand significantly raise the probability of entrepreneurial success and on the other hand improve the predictability of market success for third parties.

The existing prototype is fully functional and free of technological risks and open questions. The objective of this project is to optimize the usability of the application and get a large set of test customers in the public and private sector as well as incubators and funding agencies. During this phase, the solution shall be challenged regarding freedom of defects and requirements for functionality and user interface to improve it before commercial launch. The subsidies shall also be used to extend marketing and sales activities in order to quickly increase the popularity of the READINESSnavigator along with the awareness level of web-based risk-minimizing for innovation projects.

Projektpartner

- ONTEC AG