

STARTUPS Raus aus der Lächerlichkeit



Dueck bei der Vorstellung des Buches „Das Neue und seine Feinde“ in Köln. Foto: Ali Mokhtari

Der Mathematiker Gunter Dueck ist Autor, hat aber jahrelang technische Ideen entwickelt. Der richtige Mann, um im Kölner Startup-Unterstützungszentrum „Startplatz“ zu erzählen, wie Ideen verhindert werden — und wie sie sich durchsetzen. Von Christina Höwelhans

Drucken per Mail

Köln.

Als Gunter Dueck in den neunziger Jahren technische Ideen im wissenschaftlichen Zentrum von IBM in Heidelberg entwickelt hat, wollte er Navigationsgeräte für Autos produzieren lassen. Finanziert werden sollte die Produktion durch große Unternehmen wie McDonalds und Aral. Die sollten ihre Niederlassungen in die Straßenkarten eintragen lassen können und dafür kräftig zahlen. „Da wurde mir gesagt: 'So eine doofe Idee haben wir noch nie gehört.'“ Das ist eben das Leid der „Techies“, wie Dueck technische Entwickler wie ihn selbst nennt. Manager und andere normale Menschen erkennen ihre guten Ideen einfach oft zu spät.

Und genau darum geht es in Gunter Duecks neuem Buch „Das Neue und seine Feinde. Wie Ideen verhindert werden und wie sie sich trotzdem durchsetzen.“, das der Autor am Montagabend bei „Startplatz“ vorgestellt hat, dem Inkubator, der Brutstätte, für Startups in Köln.

Von „Techies“ und normalen Leuten

Die Art und Weise, wie Gunter Dueck seinen Vortrag hält, klingt irgendwie naiv und harmlos - ein bisschen nach Understatement. Aber natürlich ist der habilitierte Professor für Mathematik kein bisschen naiv und harmlos, es ist eher eine Masche. Der Techy Gunter Dueck hat einfach festgestellt, dass hervorragende Einfälle allein einen nicht weiterbringen. Man muss auch einen Weg finden, damit an die „normalen Leute“ ranzukommen. Zum Beispiel in Sachen Navi. Gunter Dueck wohnt in Heidelberg auf einem Berg und wenn er da mit seinem Auto die Serpentina hochfährt, weist das Navi ihn dauernd an, zu wenden. Ein Techy versteht das, der kann schließlich mitdenken, warum das Navi durcheinander kommt, wenn das Auto in den Serpentina ständig die Richtung ändert. Duecks Frau aber macht das wahnsinnig. Die ist normal und will einfach nur, dass das Navi sie dorthin bringt, wo sie hinwill.



Gunter Dueck: Das Neue und seine Feinde. Foto: Campus Verlag

Dueck bringt zig solche Beispiele. Er hält den jungen Startup-Gründern, die an diesem Abend vor ihm sitzen, damit einen Spiegel vor und vermittelt vor allem: Es

bringt nichts, wenn ihr euch nur mit euch selbst beschäftigt. Auf Messen etwa: Da würden zwar viele Gleichgesinnte rumlaufen, Kunden seien das aber kaum. Ein bisschen ist er mit diesem Hinweis hier an der richtigen Stelle, beim Gründerzentrum „Startplatz“, denn natürlich lebt man hier auch ein bisschen in seiner eigenen Welt. Bei den Techies gebe es eine „Hirndominanz“, sagt Dueck, Einfühlungsvermögen sei da selten. Selbstverständlich erzählt er das auf eine so charmante Weise, dass auch alle Existenzgründer und solche, die es vermutlich noch werden wollen, herzlich mitlachen - letztendlich ist Dueck ja auch einer von ihnen.

Vor dem Erfolg kommt der Tornado

Aber wie funktioniert nun eine erfolgreiche Unternehmensgründung, wie nimmt die Bilanz eine Hockeykurve (anfangs null Gewinn und schließlich eine Steilkurve nach oben)? Am Anfang steht die Idee, die muss perfekt ausgefeilt sein. „Sie können nicht die Idee haben, ein Restaurant zu eröffnen und dann erst kochen lernen.“ Danach kommt der Business-Plan (laut Dueck „die erzwungene Lüge für die Bank“). Ist die Finanzierung gesichert, dann geht's richtig los. Dann ist Tornado angesagt: „Da ist alles 100 Prozent Mist, da muss richtig gearbeitet werden.“ Was er meint ist, ab da laufe noch gar nichts rund, das Unternehmen müsse sich erst einmal finden. Denn jetzt muss man „aus der Lächerlichkeit rauskommen und es normalen Menschen schmackhaft machen“. Diese Menschen müssten „Ja“ zu einem Produkt sagen und nicht „Ja, aber...“.

Das Wichtigste sei dabei, dass der unbedingte Wille zum Erfolg da ist. „Die Hälfte der Startups stirbt an der Psycho-Frage“, ist der Autor überzeugt. Duecks eigener Wille und sein Selbstmarketing haben in jedem Fall funktioniert: Während seiner Präsentation hat er immer wieder das Cover von „Das Neue und seine Feinde“ eingeblendet und am Ende genügend Käufer für die mitgebrachten Exemplare gefunden.