

New Business Studie: The winners take it all

16.10.2018, 15:28 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *mm1 Consulting & Management Partnergesellschaft*

Handlungsempfehlungen für größere New Business Erfolge etablierter Unternehmen

In neue Geschäftsideen zu investieren ist risikoreich, kann für Unternehmen aber auch der große Wurf sein. Worauf es ankommt, wenn ein Unternehmen seine „New Business“-Erfolge steigern möchte, erklärt eine neue Studie, die gemeinsam von der WHU – Otto Beisheim School of Management und mm1 durchgeführt wurde.

Aus zwei Gründen engagieren sich etablierte Unternehmen besonders stark im New Business Sektor: Erstens sind die Gewinnmöglichkeiten sehr hoch, zweitens lassen sich so Bedrohungen, die für ein Unternehmen beispielsweise durch die Digitalisierung entstehen können, abwenden. Aber der große Erfolg ist nicht einfach zu erreichen, und längst nicht jede gute Geschäftsidee kann irgendwann ihren Durchbruch feiern. Eine Studie der WHU und von mm1 aus dem Vorjahr zeigt, dass nur aus einer von 1.000 Geschäftsideen tatsächlich der große Erfolg wird.

Diese geringen Erfolgsaussichten haben den Wettbewerb in den letzten Jahren deutlich verschärft: Viele Investoren sind bereit, große Beträge zu investieren und teils langjährige Verluste in Kauf zu nehmen, wenn sie die Chance sehen, anschließend zu den großen Gewinnern zu gehören. Um am Ende tatsächlich zu den erfolgreichen Siegern zu zählen, kommt es auf sechs Erfolgsfaktoren an, die die Forscher herausgearbeitet haben: eine hohe Relevanz für den Kunden, ein großes Marktpotenzial, ein überlegendes Produkt, ein herausragendes Team, eine führende Marktposition, die auch nachhaltig verteidigt werden kann, sowie die erforderlichen Ressourcen mit einem entsprechenden Durchhaltevermögen.

Die Forscher haben drei Empfehlungen aus den Studienergebnissen herausgearbeitet, die die New Business Erfolge etablierter Unternehmen erheblich steigern können. Erstens sollten die Unternehmen mehr und radikalere New Business Ideen entwickeln. Diese Ideen sollten sie entlang aller Erfolgsfaktoren streng bewerten und optimieren. Anschließend müssen die ausgewählten New Business Konzepte mit vollem Einsatz, Engagement und der erforderlichen Ausdauer umgesetzt werden.

Die Studie ist in Zusammenarbeit von Wissenschaftlern der WHU und Mitarbeitern von mm1 entstanden und unter dem Titel „The winners take it all. Warum New Business immer schwieriger wird, die New Business Chancen systematisch überschätzt werden und was etablierte Unternehmen tun müssen“ erschienen.

Weitere Informationen unter: <https://mm1.de/ueber-uns/newsroom/aktuelle-news/the-winners-take-it-all-internationale-vc-studie-in-kooperation-mit-der-whu/>

Portrait

Über mm1

mm1 ist die Unternehmensberatung für Connected Business. Mit rund hundert Beratern unterstützt mm1 große Unternehmen bei der digitalen Transformation und gestaltet Produkte und Prozesse für eine zunehmend vernetzte Welt.

Das Beratungsangebot reicht von der Entwicklung von Connected Business Strategien und Geschäftsmodellen bis zur Sicherstellung der effizienten operativen Umsetzung. Renommierete Unternehmen aus den Branchen Telekommunikation, Medien, Unterhaltungselektronik, Finanzdienstleistung und Automobilbau zählen zum Kundenkreis von mm1. Das Unternehmen wurde 1997 gegründet und hat seinen Firmensitz in Stuttgart. Mehr Informationen unter www.mm1.de.

News-ID: 1022634 • Views: 485 (Stand: 26.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1022634/New-Business-Studie-The-winners-take-it-all.html>