

Kurzbeschreibung 288 Grad Consulting

288 Grad Consulting e.U. ist ein junges, österreichisches Beratungsunternehmen mit den Kernkompetenzen Klimaschutz und Innovationsmanagement sowie Marketing und Kommunikation. Mehr unter: www.288grad.com.

Seit Gründung hat 288 Grad mit Organisationen im öffentlichen, privatwirtschaftlichen und nichtstaatlichen Bereich gearbeitet, vom Start-up bis zur europäischen Organisationen und zur internationalen NGO. Dementsprechend umfassen unsere Referenzen u.a. die EU-Agentur Climate-KIC, Start-ups mit starkem SDG Impact wie Likano oder ESG Plus, Theater PUR oder den WWF International.

Für einen erfolgreichen Lösungsansatz der Challenge bringen wir u.a. folgende Erfahrungen mit:

- Aufbau eines Accelerators für Klimaschutz- und Green Tech Startups und nationaler Roll-out von Climate-KIC in Österreich
- Betreuung von +100 Startups im Rahmen von Coachings, boot camps oder Lektoraten
- Unterstützung beim Aufbau von Klimaschutzprojekten in Ruanda für Likano GmbH
- Tiefe Vernetzung in der Startup- und Klimaschutzzsene durch jahrelange Tätigkeit in diesem Bereich
- Umsetzung eines Formats zur Generierung eines Climate Impact Forecasts für Start-ups

Hinter dem eingebrachten Lösungsvorschlag stehen Johannes Naimer-Stach (Gründer von 288 Grad Consulting) und Eva Amon (Kooperationspartnerin). Wir bieten darüber hinaus Zugang zu einem breiten, internationalen Netzwerk.

Weitergehende Informationen finden Sie auf LinkedIn unter <https://at.linkedin.com/in/johannes-naimer-stach-68857597> bzw. https://www.linkedin.com/in/eva-amon-57b92a9a/?locale=de_DE

Challenge:

Welche neuen Services braucht es, damit das unternehmerische Potenzial in Österreich besser genutzt wird, um in Entwicklungs- und Schwellenländern zur Erreichung der Sustainable Development Goals (SDGs) beizutragen?

Aufbau einer Innovationspipeline für die ADA

Kurzbeschreibung:

Ablauf: Scouting, Auswahl, Betreuung und Impact Forecasting im Accelerator, finale Auswahl, Förderung und Vernetzung für Gewinner

Langbeschreibung:

Themenbereich Stakeholder

Primäre Zielgruppen in AT: potentielle Innovatoren (Studierende, ForscherInnen, u. ä.), Start-ups, NGOs, Spin-offs. Outreach erfolgt über zielgerichtete Kommunikation über eigene Mittel (persönliche und Webpräsenz, inkl. Social Media), sowie über relevante Stakeholder (z.B. Acceleratoren, Inkubatoren, Universitäten und Fachhochschulen, InvestorInnennetzwerke, etc.). Kooperationen sollten mit lokalen Playern im Innovations- (z.B. AplusB-Netzwerk) und Impactbereich (z.B. ImpactHub) eingegangen werden. Mit anderen Playern reicht meist die gegenseitige Kommunikation, Unternehmen kann man Zugang zu den Teams/Innovationen bieten.

Themenbereich innovatives Potential

Das Potential ist mit Sicherheit vorhanden, die Sichtbarkeit bzw. das Verständnis für die SDGs sicher nicht. Die Mobilisierung kann über bestehende Player/Initiativen erfolgen. Ein SDG-Schnellcheck online könnte Interesse wecken und zur Kontaktaufnahme genutzt werden. Um aber zu verstehen, ob eine Unternehmung überhaupt SDG-Impact entfalten kann, braucht es aber eine direkte Interaktion mit einem Coach, Experten.

Themenbereich Methodik und Fokus

Erster Schritt könnte der Aufbau eines „kleinen“ Accelerators sein, der sich an Teilnehmer von Ideation-Programmen, wie innovate4nature, Climathon oder diverse Hackathons, richtet. Dieser sollte aus einer kleinen Förderung, einem kleinen Coach- und Expertenpool, sowie einer Kurzevaluierung des potentiellen Impacts bestehen. Um die Auswahl zu Beginn nicht unnötig lokal zu begrenzen empfiehlt sich ein virtueller Accelerator. Thematische Festlegungen wären möglichst breit zu wählen, etwa auf Basis mehrerer SDGs (SDG 7 und 13 oder SDG 4, 10 und 17, o. ä). Aus den Erkenntnissen kann dann ein optimierter Accelerator aufgebaut werden, der von mehreren Partnern unterstützt wird.

Diese Partner adoptieren einzelne Teams und bringen ihre Kernkompetenzen ein (z.B. Netzwerk, Investment, Zugang zu Technologie).

Themenbereich Kompetenzen und Kenntnisse

Das passende Team ist der Grundstein für den Aufbau einer erfolgreichen Unternehmung. Das kann im Rahmen eines boot camps abgeklopft werden. Dazu kommen Grundkenntnisse, etwa im Bereich Gründung, Finanzen, Marketing, Vertrieb, Rechtliches. Je nach eingesetzter Technologie und Zielmarkt braucht es dann noch individuelle Unterstützung. Durch die Interaktion mit Fachexperten soll laufend evaluiert werden, ob das Team zur Erreichung der SDGs beiträgt bzw. wie das verbessert und gemessen werden kann.

Themenbereich Begleitung

In einem ersten Schritt muss, vor allem bei jungen Unternehmen und Start-ups, festgestellt werden, ob das Team alle Grundkompetenzen vereint und es sich bei der Idee überhaupt um ein Unternehmen im engeren Sinn handelt. Sobald ein aussagekräftiger Businessplan, samt erster mittelfristiger Umsetzungsplanung, erstellt wurde, sollte die Unternehmung mit potentiellen Kunden in Kontakt gebracht werden. Ab diesem Zeitpunkt können auch potentielle Partner ins Spiel gebracht werden. Je nach Team und Konzept sollten aus dem bestehenden Netzwerk die richtigen Organisationen eingebracht werden (z.B. für F&E, Finanzierungen, Marktzugang, etc.).

Themenbereich Wirkungsmessung

Bei einer sich noch entwickelnden Unternehmung ist eine Messung wohl noch nicht realistisch. Vielmehr sollte ein impact forecasting angestrebt werden. Dabei entwickeln Fachexperten mit dem Team einen Narrativ und modellieren den möglichen Impact im Vergleich zum business as usual-Szenario. Um sinnvolle und skalierbare Lösungen für Entwicklungsländer entwickeln zu können, müssen innovative Unternehmungen wohl direkt Kontakt mit ihren Kunden vor Ort aufnehmen, um die Ausgangslage begreifen und die richtigen Lösungen entwickeln zu können. Das könnte im Rahmen des Accelerators angeboten werden. Um eine Vorbildwirkung erreichen zu können, sollten die unterstützten Unternehmungen als Testimonials zu Verfügung stehen und das Multiplikatorennetzwerk von Anfang an mitbedacht werden.

Themenbereich Wissens- und Erfahrungsaustausch

Der Austausch kann mit niederschweligen Angeboten, wie gemeinsamen Workshops, regelmäßigen networking events, aber auch einer Art Reporting durch jedes Team erleichtert werden.

Themenbereich Exit der ADA

Es empfiehlt sich ein erfolgsabhängiges Modell, das den Teams substantielle Unterstützung leistet und gleichzeitig nicht abschreckt. Indirekte Refinanzierung durch Sponsorings und Kooperationen sollten jedenfalls geprüft werden.

Themenbereich Zeithorizont

Start des Test-Accelerators im zweiten Halbjahr möglich, wobei der erste Batch wohl frühestens im 1. Quartal 2019 starten könnte. Ab Ende 2019 Start des regulären Betriebs, ausgelegt für drei Jahre.