

Laudatio für das Unternehmen Dögel GmbH

Der erste Preis geht an eine „Digitale Erfolgsgeschichte“, die sicherlich auf den ersten Blick viele Fragen aufwirft. Und so standen auch die folgenden Fragen bei der Jury in den Gesichtern, als die Erfolgsgeschichte präsentiert wurde: Kann so etwas überhaupt ein Erfolg sein? Was steckt dahinter? Ist dieses auch für andere Unternehmerinnen und Unternehmer ein Vorbild, das es nachzuahmen gilt? Und natürlich auch die spannende Frage: Kann man damit überhaupt Geld verdienen?

Um es vorwegzunehmen, der „Glanz“ in den Augen des Vortragenden und der Stolz war deutlich zu spüren, als er über seine „Digitale Erfolgsgeschichte“ erzählte und hat sicherlich die Jury zu sehr genauen Nachfragen verleitet. Wir haben uns über viele sehr gute Beispiele gefreut, die durch Digitalisierung ihr Geschäft sichern oder ausbauen konnten, aber der Sieger hat zunächst für das ein oder andere Stirnrunzeln bei der Jury mit seinem Vortrag gesorgt, als er ein Relikt aus der „alten“, analogen Welt als Beweis des Erfolges seiner Idee präsentierte, denn dieses Relikt wird häufig auch als Verlierer der Digitalisierungswelle genannt. Unser diesjähriger Sieger steht für ein völlig neues Geschäftsmodell, dass erst durch die Digitalisierung entsteht und in dieser Form in den 90ziger Jahren noch gar nicht zu denken war.

Fast schon lehrbuchartig steht der Sieger für ein Phänomen, das viele der sehr erfolgreichen digitalen Geschäftsmodelle kennzeichnet. Diese neuen digitalen Dienstleistungen sind häufig nicht von Beginn an auf ein Geschäft oder gar Gewinn ausgerichtet, sondern gewinnen erst durch die Benutzung. In den Anfangszeiten von Facebook, Twitter und Google konnte sich auch kaum ein Mensch vorstellen, dass diese „Projekte“ jemals Geld erwirtschaften werden. Den Gegenbeweis haben alle drei Projekte angetreten und auch unsere „Digitale Erfolgsgeschichte 2018“ erbrachte diesen Beweis.

Aber was braucht es nun, um einen echten digitalen Mehrwert für Kunden zu schaffen und damit auch Geld zu verdienen? Es werden sicherlich Protagonisten benötigt, die ihre Dienstleistung verstehen oder besser noch diese sogar leben. Selbst für alle sichtbar ein „Powernutzer“ seiner „eigenen Dienstleistung“ zu sein und damit auch 100 % zu wissen und zu fühlen, was der Kunde braucht, ist sicherlich eine unentbehrliche Hilfe, seine digitale Dienstleistung weiterzuentwickeln. Hilfreich ist sicherlich auch, wenn man dabei sein Hobby zum Beruf machen kann. Wenn man dann noch die reale Welt mit der digitalen Welt verknüpft, ist dies eine gute Keimzelle für ein neues Geschäft. Am Anfang hilft auch eine gehörige Portion an intrinsischer Motivation, um auch die Durstzeit bis zum ersten verdienten Euro zu überstehen. Belohnt wird man schließlich, wenn man über 250.000 Kunden hat, die überwiegend zahlende Nutzer sind.

Und nun ist sicherlich noch eine wesentliche Frage offen – Was für ein Relikt hat uns der Vortragende präsentiert? Es war eine Zeitschrift – aus Papier -, die aus der digitalen Community-Plattform heraus entstanden ist, wo doch sonst genau diese Plattformen als Totengräber für analoge Medien gelten.

Preisträger des ersten Preises ist die Plattform Working-Dog der Firma Dögel GmbH mit 257.698 registrierten Mitglieder und 2.498.998 Hunden.

Autor: Prof. Dr.-Ing. Thomas Leich - Jurymitglied