

- ◆ 300 Mio (urban) "Middle Class"
- ◆ 700 Mio (rural) "Poor" (1-2 \$ pro Tag)



Pierre-Arnaud Chouvy, 2010



# **“Rettung der Welt“ durch Innovation**

## ◆ **Indien => (zu) wenig Ressourcen für (zu) viele Menschen => “Armut“**

- Innovativ => Lösung sozialer Probleme durch neuartige intelligente Produkte & Dienstleistungen (Social Entrepreneurship)

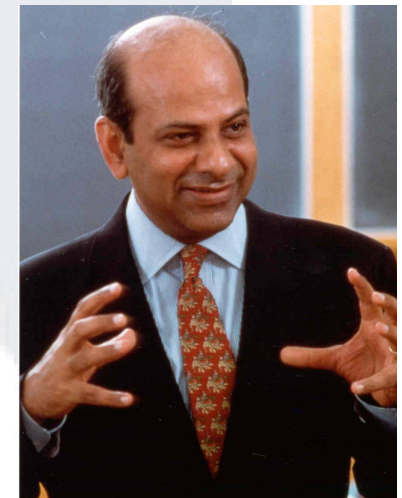
## ◆ **Sustainovation vs Sustainopreneurship = Social Entrepreneurship + Innovation**

- (Sozial) Unternehmertum
- Nachhaltigkeit
- Kreativität

## ◆ **“Next practice statt best practice“ (C.K Prahalad)**

## ◆ **“Create the future“ (Vijay Govindarajan)**

- manage the present; selectively abandon the past; and create the future.



# Intro Social Entrepreneurship

## ◆ Lösung sozialer Probleme durch Unternehmer(tum)

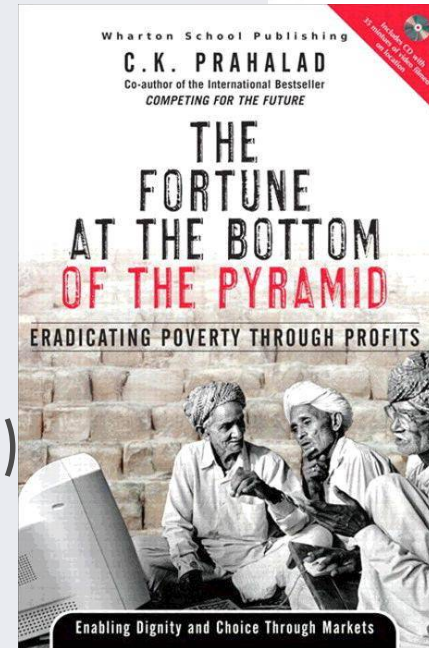
- Mündige Kunden statt Almosenempfänger
- BoP-Märkte (Bottom of Pyramid)
- Mission: Maximierung der sozialen Wertschöpfung (statt Gewinn-Maximierung)
- Gute Unternehmer des 21. Jhdt sind (Sozial-)Unternehmer (nachhaltig, kreativ, sozial)

## ◆ Branchenfokus:

- Umweltschutz, Landwirtschaft, Bildung, Telekommunikation, Gesundheitsleistungen, Mobilität und Konsumgüter

## ◆ Länder-Fokus

- Nr 1: Indien (aus der Not eine Tugend)
- China, Brasilien, Latein-Amerika, Afrika etc

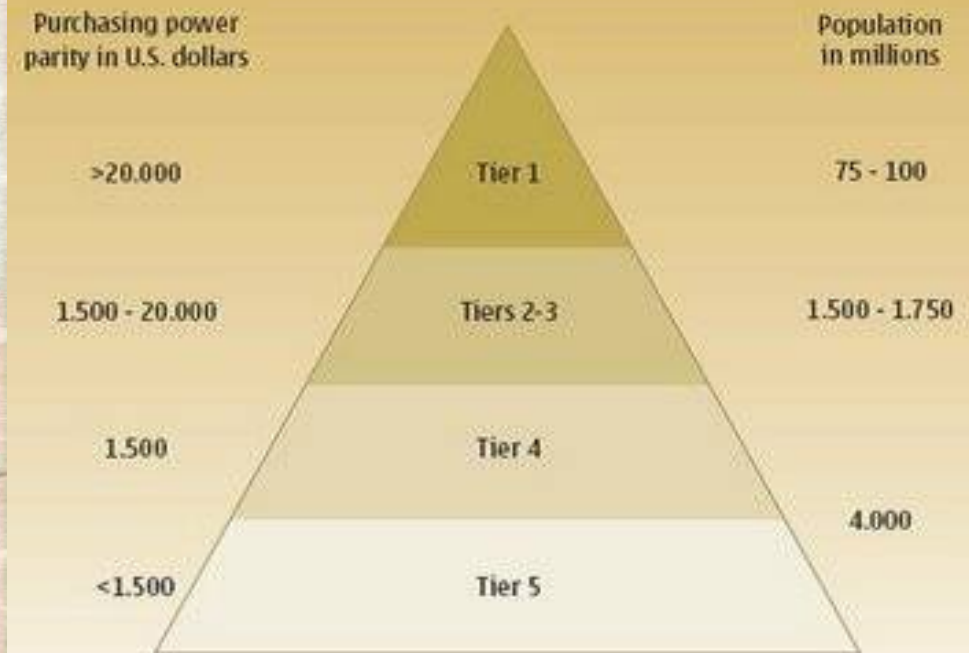


# Bsp: Social Business im Gesundheitsbereich

◆ <http://blog.ennovent.com/2010/06/doctors-on-call-doorstep-healthcare-samvab/>



# BoP (gestern / heute)



The economic pyramid. Source: Prahalad, C. K. and Hart, Stuart, 2002. The Fortune at the Bottom of the Pyramid, *Strategy + Business*, Issue 26, 2002.

**“The next 4 billion”**

# **BoP: Bisherige Annahmen wurden widerlegt**

- ◆ **Der (BoP)-Markt ist wirtschaftlich uninteressant**
  - Die Kaufkraft in BoP Märkten ist riesig (4 Mrd Menschen mit Bedürfnissen)
- ◆ **Die Armen können sich die Produkte nicht leisten**
  - Die Kostenstrukturen der Unternehmen sind das Problem
- ◆ **Die Armen können und wollen nicht mit neuen Technologien umgehen**
  - Die Armen haben weniger Berührungspunkte mit neuen Technologien als "Reiche"
- ◆ **Alle Innovation kommen aus der westlichen Welt**
  - Fast alle Produkte für BoP kommen aus den Entwicklungsländern selbst
- ◆ **Fazit: Jene die die falschen Annahmen getroffen haben, werden wohl in Zukunft wirtschaftlich NICHT reüssieren!**
  - Westliche, arrogante Konzerne mit geringer Anpassungsfähigkeit und Innovationskraft
  - Sie werden unzufriedenen Kunden in gesättigten Märkten sinnlose Produkte mit viel Werbung aufdrängen
  - Die Post geht am BoP ab! Wer ist vorne dabei?

# Segmentierung der BoP Innovationen

## ◆ "C2C": Low-tech local Products ("Jugaad")

- "Customer" to Customer
- Innovator aus dem BoP für seine Peer-Group
- Motto: "quick & dirty", aber zieldienlich



## ◆ B2B: World-class Hi-Tech Products

- B2C (Business to Customer)
- Innovative Firmen/Konzerne erkennen BoP als "next market"
- Best & next practice
- Motto: Bessere Produkte um 10% des bisherigen Preises



- ◆ Mit minimalem Ressourcenaufwand das Maximum zu erreichen
- ◆ ... unter Ausnützung aller Regeln, Improvisationskunst und unter Zuhilfenahme aller Tricks und "Workarounds" eine geschickte und kostengünstige Lösung zu schaffen, die den Bedürfnissen genügt.
- ◆ Beispiele "my technology" [http://www.youtube.com/watch?v=m\\_ho7xhgWV8](http://www.youtube.com/watch?v=m_ho7xhgWV8)
- ◆ Mehr Beispiele auf

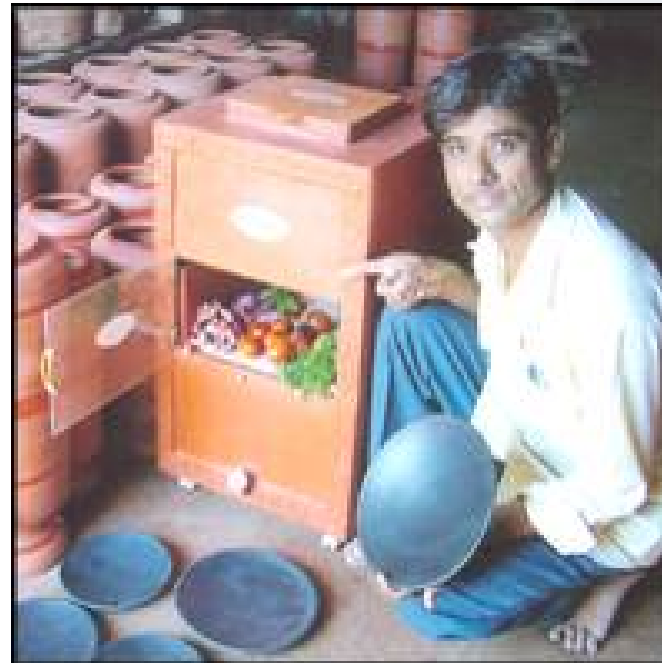




## **“Jugaad 2.0”: z.B. Mitti Cool**

- ◆ **“My aim is to provide all luxurious things to country wide peoples who cant imagine to afford electronic goods .” (Mr. Manshuk Lal Raghavji Bhai Prajapati)**
- ◆ **Kühlschrank aus Tonerde, ohne Strom**
- ◆ **Natürlicher Kühlungsprozess (8° geringere Temperatur) für Obst, Gemüse sowie Milch und Wasser (20 Liter Tank)**
- ◆ **Kosten ca. 40 EUR für die Anschaffung; keine Wartungskosten**
- ◆ **NACHHALTIG! ;-)**

◆ <http://www.yout>



# **PRODUKT Innovation: Tata Nano, das Auto für Zielgruppe Motorrad**

## ◆ Grundbedürfnisse

- Mobilität auf 4 Rädern, Status, Sicherheit

## ◆ TOP Komponenten (Bosch etc)

## ◆ Familienauto um EUR 1.500



# PROZESS Innovation: e-Choupal



## ◆ Vernetzung und Informationszugang für Klein-Bauern am Land

- Info Marktpreise (keine Zwischenhändler, die die Bauern abzocken)
- Einkaufsmacht durch Vernetzung (Einkaufsgenossenschaften)
- Vermarktung der Produkte

## ◆ Heute in 40.000 Dörfer, 7.000 Communities, 4 Millionen Bauern

## ◆ IT & Internet-Technologie als Business Enabler

# Micro Finance: In Frage stellen alter Annahmen

మొదటిసారిగా తీర్మానమును ఆమోదించడమైనది మరియు ఈ మొదటిసారి బ్యాంకులో అధ్యక్షులుగా, తీర్మానమును ఆమోదించడమైనది మరియు ఈ మొదటిసారి బ్యాంకులో అధ్యక్షులుగా, కార్యదర్శిగా మరియు ఏ ఇతర సభ్యులైన 105 తారీఖులో బ్యాంకులో జమచేయబడు సభ్యులను తీర్మానమును ఏకగ్రీవంగా ఆమోదించడమైనది.

మా సంఘ సభ్యులు అందరూమూ ద్రవీ సలా ..... 5.4.80 ..... సమయం ..... 4.30. .... సమావేశమై, సంఘము యొక్క ఆర్థిక లావాదేవీలు సంఘ సభ్యులు యొక్క ఆర్థిక, సామాజిక స్థితి గతులు వర్తించుకొన సంఘ సభ్యులందరూ ఆర్థిక, సామాజికాభివృద్ధి తోడ్పాటు కార్యక్రమములు వర్తించుటకు తీర్మానమును ఏకగ్రీవంగా ఆమోదించడమైనది.

మా యొక్క సంఘ ఏర్పాటును కమిషనరు వారు ఆమోదించి మా సంఘమును స్వల్ప జయంతి పురలి రోజుగా యోజన వధకము క్రింద గుర్తించవలసినదిగా కోరుతూ మరియు మా సంఘము యొక్క ఆకంబు బ్యాంకులో ప్రారంభించుటకుగాను బ్యాంకు మేనేజరు గారిని సిఫారు వేయవలసినదిగా కోరుతూ తీర్మానమును ఏకగ్రీవంగా ఆమోదించడమైనది.

**స్వయం సహాయక సంఘ సభ్యుల వివరములు**

వ. సంఖ్య	సభ్యులు పేరు మరియు భర్త పేరు	వయస్సు	కులము	సంతకం
1	బేసూరి బేసూరియ్యలు	25	కర్ణం	B. బేసూరియ్యలు
2	బేలగం రాజేశ్వరి ఎంకడ రావు	45	కర్ణం	బేలగం రాజేశ్వరి
3	కీషన్ బేలగం రావు	37	సరాజులు	
4	వీక్షి కందరి నాగసుబ్బి ఎంకడ రావు	45	కందరి	
5	వీక్షి కందరి బేలగం రావు	24	కందరి	వీక్షి కందరి బేలగం రావు
6	పాలనలస మహాలక్ష్మి ఎంకడ రావు	50	కాపు	
7	బేలగం కృష్ణవేణి చిన్నయ్యలు	36	కాపు	



① స్వందన  
 స్వల్ప వైనాన్షియల్ లిమిటెడ్.  
 P.P.V. బ్రాంచ్  
 222, 94.8 చా. 10,000

లోన్ సైకిల్ : 11  
 పర్సన్ : *Rajalu*  
 CA సంతకం : *R*  
 BM సంతకం : *R*  
 I.C.S : 40+40

Gowdamma.  
 Sivudee  
 Durgay  
 Kavalase

Loan Recovery Details				Additional Loan Recovery Details				
Prin. paid	Balance	Interest Paid	Balance	Opening Bal. of A.L.R	A.L.R. Collected	Total	Amount Adjusted to regular repayment	Closing Bal. of A.L.R.
	10000	250	1250					
200	9800	25	1225		25			25
200	9600	25	1200	25	25			50
200	9400	25	1175	50	25			75
200	9200	25	1150	75	25			100
200	9000	25	1125	100	25			125
200	8800	25	1100	125	25			150
200	8600	25	1075	150	25			175

# World's first solar powered mobile phone

## ◆ Samsung Guru E1107 mobile phone

- Dual-band GSM 900 / 1800 MHz
- 65K colors CSTN display
- **Solar Panel for battery charging**, one-hour gives 10 mins
- **Flash light**
- **FM Radio** with FM recording
- 1.5-MB Internal Memory
- USB v2.0, Java 2.0
- Polyphonic, MP3 ringtones, **Bollywood Ringtones**
- **SMS (Hinglish Messaging)**, MMS, WAP 2.0
- Applications: PC Studio, Calendar, Calculator, Alarm, Organizer
- Java Games – **Cricket** and Sudoku
- Verkaufspreis etwa EUR 40



## 3 Gründe, warum Inder innovativer sind

### ◆ 1) "Change" ist Teil der kulturellen DNA der Inder & religiöse Pflicht im Hinduismus - Millionen Götter, aber Trimurti (Indische "Dreifaltigkeit") als Basis

- Vishnu, Gott der Erhaltung      => Manage present
- Shiva, Gott der Zerstörung      => abandon the past
- Brahma, Gott der Schöpfung      => create the future



### ◆ 2) Wiedergeburt als zyklischer Kreislauf der Erneuerung

### ◆ 3) Kreativität durch komplexe Kultur und Ressourcenengpass:

- Chaos & Ressourcenknappheit      => Kreativität (+ Innovation)      v.a. Jugaad
- Komplexität der Kultur      => Anpassung Kreativität (+ Innovation)
- Kulturelle Vielfalt des Landes      => Kreativität (+ Innovation)

## ◆ Fazit 1. Teil: Indien als globaler Innovations-Hub

- Kann/Wird Indien diese Innovationen exportieren...?

## ◆ *“Solutions for India today will be the solutions for the world soon.”* (Vijay Govindarajan)

- Wieso?

## ◆ Durch *“Reverse (disruptive) Innovation”*

- Made in India!

# Reverse Engineering >> Reverse Innovation

## ◆ Intro

- 19. & 20. Jhdt: Innovationen und deren Vermarktung ging vom Westen aus
- Enorme Binnennachfrage in Amerika & Europa nach dem WKII (CEE nach 1990)
- Globalisierung 1.0: Nachahmen und Kopieren von Produkten mit lokalen Ressourcen

## ◆ Phase 1: Globalisierung



## ◆ Phase 2: Glocalization (durch Customising oder Plagiate)



## ◆ Phase 3: Lokale Innovation



## ◆ Phase 4: Reverse Innovation

- Globalisierung 2.0 (2010 bis 2025)





# Phase 1: Globalisierung

## ◆ Stagnation => Suche nach neuen Absatzmärkten

- USA > Japan > Europa > CEE > ??
- Gleiche/ähnliche Produkte (weil Kundenbedürfnisse gleich sind)
- Geringere Stückkosten

## ◆ Regionale Firmen => Globalisierung => MNC



## Phase 2: Glocalization (durch Customising)

- ◆ Globalisation + Localisation
- ◆ Qualität: Anpassung der Produkte an neuen Zielmarkt
  - Keine neuen Technologien
- ◆ Preis: geringere Stückkosten durch hohen Marktanteil
  - Ausnutzen von Kostenvorteilen
  - "Basic-Produkte" mit hoher Grundfunktionalität



oder Plagiate

# Customising McDonald's India

**McVeggie™**



**McAlooTikki™**



**Paneer Salsa Wrap**



**Crispy Chinese**



**McCurry Pan™**



**Pizza  
McPuff™**



## Phase 3: Lokale Innovation

### ◆ “Indischer Mittelstand”

- gleiche Bedürfnisse/Wünsche wie im Westen (Mobilität, Kommunikation, Gesundheitsvorsorge, Unterkunft, Statussymbole etc)
- Indische Einkommen wie USA vor 100 Jahren, aber andere Technologien

### ◆ Customising ist zu wenig!

= > **Quantensprünge Innovation (Technologie, Prozess, Vertrieb etc)**

### ◆ Ziel: “Bessere” Produkte um 1/10 des Preises

- Technologien werden einfach übersprungen (Festnetz)

### ◆ Beispiele:

- Auto um 1.500 €
- 100 Dollar Laptop
- Mobiltelefone für 15 Euro
- Sport-Schuhe um 1 Euro



# Handy's um 15 \$

Europäisches Produkt für BoP

◆ "BoP only" Produkt



# **Zukunftslösungen des Westens in Indien schon heute!**

- ◆ Erneuerbare, dezentrale Energieversorgung



# ***Philips mit BoP Produkt "Uday-Lamp"***



## ◆ **Kundenfokus**

- Was braucht der BoP Kunde wirklich?

## ◆ **Geschäftsmodell**

- high-quality, low-margin, high-volume

## ◆ **Effiziente und effektive Prozesse mit Fokus auf Wertschöpfung**

- was ist wirklich nötig und nicht mehr und nicht weniger

## ◆ **Produkt- & Prozess-Innovationen**

- Durch Technologie & perfekte Organisation

## ◆ **Vertriebskanal über Networking und Partnerschaften**

- Penetrationsstrategie

## ◆ **Schlanke Kostenstruktur**

## ◆ **Economy of Scale**

## ◆ **Disruptive Technologies**



# Disruptive Innovation

- ◆ **By Prof. Vijay Govindarajan - <http://www.vijaygovindarajan.com/>**
- ◆ **Sustaining Innovation (kein Einfluss auf existierende Märkte)**
  - 1a) Revolutionär  
Neuer Markt durch Technik (z.b. Erfindung des Automobils)
  - 1b) Evolutionär  
Neue Marktdynamik durch Technologie-Verbesserung (z.B.: Common Rail System)
- ◆ **2) Disruptive Innovation (verändert Märkte radikal)**
  - durch technologische Innovation wird ein Produkt einer aktuell dominierenden Technologie verdrängt (v.a. weil sie günstiger ist) u.a. Handy, PC, Speichermedien, digitale Fotografie
  - Oft durch BoP getriggert

## **Phase 4: Reverse Innovation**

### **◆ Indien hat "ideale" Voraussetzungen**

- "Genug" Probleme in der Energieversorgung, Telekommunikation, Mobilität oder im Gesundheitswesen
- Innovative Produkte
- Kreative Köpfe
- Innovatives Umfeld
- Hohen Bedarf durch Konsumenten

### **◆ Reverse Innovation: starting now 2010 !!!**

### **◆ Indische Produktinnovationen werden in Zukunft auch im Westen reüssieren**

### **◆ Schon heute**

- Netbooks (getriggert von 100 EUR Laptop)
- „Tata Nano Europe“ (coming soon) bzw Logan
- Grameen Bank in NYC (Micro Finance im Westen)



acer

ASPIRE ONE



# MF goes US



Home

About Us

Get Involved

Contribute

News and Media

GA Blog

Contact Us

Sitemap

Help Grameen America  
Change Lives

**contribute**



Find us on  
**Facebook**



Photo: Nasir Ali Mamun

search this site

**SEARCH**

Grameen America provides affordable micro-loans to financially empower low-income entrepreneurs. Our vision is to help create a world free of poverty. We foresee a market where any individual with a dream can receive affordable financial products regardless of their income, previous credit history, education, or business experience. A world where burgeoning entrepreneurs catalyze themselves out of poverty through their own hard work and determination, forging a better life for their family and future generations.



nano  
europa

# DANKE



**Wolfgang Bergthaler**

Maya India e.U.

Erdbergstrasse 10/35

A-1030 Wien

Read more

BLOG: [www.indische-wirtschaft.at](http://www.indische-wirtschaft.at)

WEBSITE: [www.mayaindia.at](http://www.mayaindia.at)

