

Alle wollen Startup sein – auch Mittelständler. Doch gerade denen fallen Digitalisierung, Kulturwandel und die Suche nach Inspiration schwer. **Jan Möllendorf** weiß, wie man echte Veränderung lässig hinbekommt

Big in Inspiration



Text LEA ZUGSCHWERDT

Illustration DXTR

Herr Möllendorf, Sie reisen zur Inspirationsfindung zu den Tech-Hotspots weltweit. Was bringt das?

Inspiration bedeutet, die Synapsen zum Tanzen zu bringen. Das kann der Besuch eines Cafés, eine Ausstellung oder auch ein Artikel sein. Auf so einer Reise ist das extremer. Da komme ich mit einer Euphorie zurück, und meine Mitarbeiter sind gestresst, weil die wissen, dass ich dann andauernd irgendwelche neuen Gedanken habe.

Woher kommt dieser Drang nach dem Unbekannten?

Ich war in den Neunzigern sieben Jahre lang bei Unilever. Da hatte ich fast keinen Kontakt zur Außenwelt, aber das war mir egal. Damals erzählte mir mein Chef, dass man Lufthansa-Tickets jetzt online bestellen kann. Ich bin aber trotzdem zu den Mädels ins Reisebüro. Als ich dann Unilever

verließ, dachte ich mir: Was ist denn hier los? Du hast den Anschluss verpasst! Da habe ich mir geschworen, dass mir das nie wieder passiert.

Und?

Beispiel Tokio: Als ich hörte, dass die Leute dort TV auf dem Handy schauen, wollte ich da sofort hin. Lern von denen, die anders denken! Die hatten schon Smartphones, da wurde bei uns gerade erst das iPhone präsentiert. Wir haben uns einen Trendscout geholt, der dort eine Tour mit uns machte. Und es ist genauso gekommen, wie ich es 2008 in Tokio gesehen habe: Kurze Zeit später saßen alle in der Kopf-runter-Haltung nebeneinander in der U-Bahn.

Jetzt organisieren Sie so eine Tour hier in Berlin. Wer nimmt da teil?

Vor allem neugierige mittelständische Unternehmen, die sich mit der Digitalisierung beschäftigen. Die lernen Startups kennen und diese einzuschätzen. So soll Relevanz für das eigene Geschäftsmodell

