



Tipps für Existenzgründer/innen

1. Prüfen Sie sich selbst, inwieweit Sie wirklich ein „Unternehmertyp“ sind!

Dieser Frage wird in all der Begeisterung viel zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Hier geht es weniger darum, ob Sie über die notwendige Ausbildung und Erfahrung verfügen. Das wird eh vorausgesetzt. Hier geht es um andere Qualifikationen: Sind Sie ausreichend belastbar? Können Sie schnell entscheiden? Sind Sie ein/e Verkäufer/in? Fällt es Ihnen leicht, Kontakt mit „fremden“ Menschen aufzunehmen? Unterstützt Ihre Familie Ihr Vorhaben?

Aus unserer Beratungspraxis wissen wir, dass 2 von 10 Gründer/innen kein wirklicher Unternehmertyp sind.

2. Nutzen Sie jede Möglichkeit, um weitere Informationen rund um Ihr Gründungsvorhaben zu erhalten.

Nahezu wöchentlich können Sie verschiedene Infonachmittage besuchen. Sie werden durchgeführt z.B. von den örtlichen Sparkassen und den städtischen Wirtschaftsförderungsstellen. Ihre Teilnahme ist nur zu empfehlen. Sie erhalten hier erste Tipps rund um Ihre Vorhaben. Aber auch örtliche Weiterbildungseinrichtungen wie die VHS oder das ASG-Bildungsforum bieten entsprechende Kurse an.

3. Lassen Sie sich beraten, wenn immer möglich von Profis!

Die Erfolgsquote von Gründer/innen, die sich zuvor beraten ließen, spricht für sich: nur 2 von 10 Gründer/innen scheitern innerhalb von drei Jahren. Ohne Beratung scheitern mehr als 7 von 10! Als Beratungsstellen stehen Ihnen die Industrie- und Handelskammern (IHK) bzw. die Handwerkskammer (HWK) aber auch die Wirtschaftsförderungsämter der Gemeinden in der Regel kostenfrei zur Verfügung. Hier gibt es wichtige Infos und Tipps.

Nur ab einem bestimmten Zeitpunkt benötigen Sie einen „richtigen“ Businessplan. Den erarbeiten Sie dann mit einem Unternehmensberater. Das kostet Sie Geld, aber 50% erhalten Sie vom Staat als Zuschuss zurück. Ein solcher Businessplan benötigt das Arbeitsamt, wenn Sie dort z.B. einen Gründerzuschuss beantragen wollen aber auch Ihre Hausbank / -sparkasse, wenn Sie einen Kredit benötigen.

4. Können Sie kurz und knapp erklären, was Sie zukünftig wem verkaufen wollen und warum die Menschen dieses unbedingt bei Ihnen kaufen sollen?

Kennen Sie auch die Menschen, die, wenn Sie gefragt werden was Sie eigentlich machen, langatmig ausholen? Als Unternehmer/in geht das gar nicht. Ihre Antworten müssen kurz und knapp sein, die Aufmerksamkeit Ihres Gesprächspartner ist ansonsten sofort erlahmt und geistig ist er schon beim nächsten Gespräch. Gleichzeitig disziplinieren Sie sich, denn es geht um die Kernfragen schlecht hin:

- Welche Produkte / welche Dienstleistung will ich überhaupt anbieten? Beschränken Sie sich auf das Wesentliche. Keiner kann alles! Gleichzeitig „kaufen“ Ihnen Ihre Kunden es auch nicht ab, dass Sie alles können.
- Wer sind letztlich Ihre Kunden? Sie müssen sich im Klaren darüber werden, wie Ihr ganz spezieller „Markt“, Ihre Käuferschicht aussieht.
- Da es bekanntlich keinen Markt ohne Wettbewerb gibt, kommt es auf wichtige Alleinstellungsmerkmale an, weshalb die Menschen ausgerechnet bei Ihnen kaufen sollen. Also, was macht Sie einzigartig? Ihr besonderer Service? Ihr besonderes Produkt? Ein attraktiver Preis? Schnelle Lieferzeiten? All inclusive Pakete? ...

5. Klären Sie intensiv, auf welche Wettbewerber Sie mir Ihrem Unternehmen stoßen werden.

Diese Frage ist in insbesondere in zweierlei Hinsicht von größtem Interesse:

- Jeder Markt verträgt nur eine bestimmte Anzahl von Anbietern. Ob es für Sie noch „reicht“, müssen Sie daher erst prüfen (lassen). Übrigens: sollte Ihnen kein Wettbewerber begegnen, dann sollten Sie auch prüfen, ob es überhaupt einen Markt gibt für Ihr Produkt. Nur in den seltensten Fällen, werden Sie der / die Erste sein, die mit diesem speziellen Produkt auf den Markt kommt.
- Nur wer seine Wettbewerber kennt, kann sich auch auf diese einstellen. Kann womöglich vorhersehen, wie sie darauf reagieren, wenn Sie jetzt auch noch auf den Markt kommen. Wird es z.B. einen Preiskampf geben? Wenn ja, können Sie ihn gewinnen? Oder Werbeschlacht? Oder, oder, oder

6. Überlegen Sie, ggfls. mit Freunden, wie Sie auf sich und Ihr Unternehmen aufmerksam machen wollen / können.

Wie sollen Ihre potentiellen Kunden mitbekommen, dass es Sie gibt? Das ist die Ausgangsfrage beim Themenkomplex Marketing. Vermutlich haben Sie kein Budget dafür, nunmehr jeden Tag ganzseitige Anzeigen zu schalten und alle Plakatwände Ihrer Stadt zu bekleben. Aber es gibt intelligente Möglichkeiten, z.B. durch unsere Kooperation mit der Wochenpost. Überlegen Sie, welche Netzwerke Sie aktivieren können. In welchen Vereinen sind Sie? Gewinnen Sie die übrigen Vereinsmitglieder dazu, ebenfalls für Sie „Reklame“ zu machen.

7. Halten Sie Ihre Kosten von Beginn an im Griff

Nicht wenige wollen es allen zeigen, dass Sie jetzt Unternehmer/in sind: es werden große Büros / Ladenlokale in besten Lagen angemietet oder direkt ein teurer Firmenwagen gekauft.

Das können Sie alles machen, aber bitte nicht direkt zu Beginn, sondern erst, wenn Ihr Geschäft wirklich gut läuft.

8. Behalten Sie Ihre Erlöse und Ihre Kosten stets im Blick

Das größte Problem der meisten Gründer/innen ist, dass sie über kaum kaufmännische / betriebswirtschaftliche Kenntnisse verfügen. Und dabei ist es von Beginn an überlebenswichtig, dass fortlaufend geprüft wird, ob die tatsächlichen Geschäftszahlen mit dem Businessplan übereinstimmen. Abweichungen, egal ob positiv oder negativ, müssen sofort erkannt werden. Nur so kann rechtzeitig reagiert werden. Hier ist nicht nur ein guter Steuerberater gefragt sondern auch ein solide kaufmännische Verwaltung einschließlich Controlling. Wir bieten dies übrigens unseren Gründer/innen als Dienstleistung an.

9. Klären Sie rechtzeitig die Rechtsform Ihres Unternehmens, sowohl aus (haftungs-)rechtlicher wie auch aus steuerlicher Sicht

Hier gilt es viele Fragen sorgfältig zu beantworten und diese dann gegeneinander abzuwägen. Es gibt leider nicht die ideale Rechtsform. Der eine startet als Einzelunternehmer, der andere als GmbH und wieder ein anderer als GbR. Oder doch lieber als KG, als OHG oder gar als Limited? Hier ist unbedingt Expertenrat einzuholen und das rechtzeitig vor der Gründung.

10. Die finanzielle Basis Ihres neuen Unternehmens muss von Beginn an gesichert sein.

Ganz bewusst steht dieser Tipp ganz am Ende der Auflistung. Sie wollen / müssen mit Ihrem Unternehmen Geld verdienen (wollen). Im Rahmen der Erstellung des Businessplans gehen wir dieser Frage intensiv nach. Lohnt sich für Sie der ganze Aufwand, können Sie anschließend von Ihrem Unternehmen wirklich leben? Erst wenn diese Frage eindeutig mit „Ja“ beantwortet werden kann, machen wir uns mit Ihnen Gedanken über die notwendige Finanzausstattung Ihres Unternehmens.

Es gibt einen bekannten Satz: Geld folgt Visionen. Wenn das Konzept stimmt, dann findet sich auch eine Finanzierung! Einzige Voraussetzung: Sie dürfen in der Vergangenheit und aktuell keinen „Krempel“ mit Ihrer Bank haben! Als Fördermittelberater suchen wir nach dem richtigen Programm. Davon gibt es mehr als 3.000! Wir finden es!