

durchstarten

Existenz- gründung

GRÜNDERTYP

Besitzen Sie
Innovationsgeist?

PLANUNG

Geschäftsidee, Business-
plan, Marketing

REALISIERUNG

Die ersten Jahre
finanziell absichern



**Bundesagentur
für Arbeit**



Wer selbstbewusst auftritt, kann sowohl Kunden als auch Banken leichter von seiner Geschäftsidee überzeugen.

2. ENTWICKELN SIE EINE GESCHÄFTSIDEE

Sie möchten sich selbstständig machen und nun eine Geschäftsidee entwickeln? Wie Erfolg versprechend diese wirklich ist, finden Sie als Gründerin und Gründer erst heraus, nachdem Sie intensiv recherchiert und die Rahmenbedingungen genau geprüft haben.

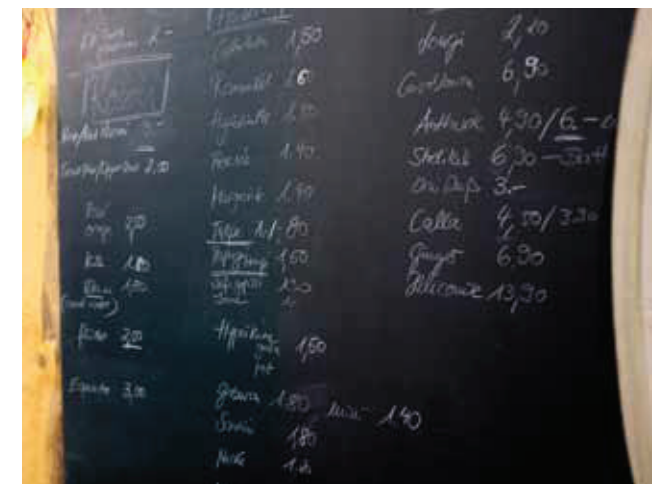
Zum Start jeder Selbstständigkeit gehört eine zündende Geschäftsidee – ein besonders innovatives Produkt zum Beispiel oder eine Dienstleistung, die es so bisher noch nicht gibt. Naheliegend ist auch, dass Sie sich innerhalb einer Branche selbstständig machen, in der Sie zuvor schon viele Jahre lang fest angestellt waren. Bevor Sie jedoch in die Gründerphase starten, sollten Sie sich folgende Fragen stellen: Wie kann ich mich von meinen

Wettbewerbern abheben? Auf welches Know-how, welche Erfahrungen und welche Kontakte kann ich zurückgreifen? Im besten Fall können Sie ein Alleinstellungsmerkmal bieten, etwas, das bei Ihren Kunden auf große Begeisterung stößt und auf das diese vielleicht sogar schon lange gewartet haben. Doch unabhängig davon, womit Sie sich selbstständig machen möchten, prüfen Sie ganz genau, wie nachhaltig Ihre Idee ist. Manche Services oder Produkte entpuppen sich nach einigen Monaten als Modeerscheinung, andere sind nicht innovativ genug. Wieder andere sind zu aufwendig zu produzieren und die Kosten wären zu hoch. Prüfen Sie daher auch, wie hoch Ihre Investitionen sind und wie diese in Relation zu Ihren Umsätzen stehen.

Qualifikationen und Erfahrungen notieren

Gehört Ihre Geschäftsidee zu einem Gebiet, in dem Sie bereits Erfahrung sammeln konnten, ist vieles leichter. Manchmal ist eine bestimmte Qualifikation – zum Beispiel der Meistertitel – für das Gründungsvorhaben notwendig. Um von Anfang an gegen alle möglichen Widrigkeiten gewappnet zu sein, sollten Sie zunächst einmal alle Qualifikationen und Erfahrungen notieren, die Sie mitbringen. Genauso wichtig ist es zu wissen, an welchem Wissen und Know-how es Ihnen mangelt. Fragen Sie sich deshalb: Welche für meine Tätigkeit nützlichen Fähigkeiten und Talente besitze ich? Verfüge ich über genügend kaufmännisches Wissen? Wie sieht es mit meinen Computerkenntnissen aus? Welche Fremdsprachen beherrsche ich? Benötige ich noch zusätzliches Know-how oder eine Weiterbildung auf meinem Geschäftsgebiet?

Selbstverständlich können Sie ebenso in einem Bereich ohne Vorerfahrung gründen. In diesem Fall ist es jedoch umso wichtiger, dass Sie verlässliche Berater und Partner finden, um über ein Netzwerk jederzeit Kompetenzen und Unterstützung abrufen zu können. Eine andere Frage, die zu beantworten ebenfalls interessant wäre, lautet: Wie trete ich anderen gegenüber auf? Besitze ich genug Selbstvertrauen in mich und meine Fähigkeiten? Denn nur, wer selbstbewusst wirkt und von seiner Idee richtig überzeugt ist, kann bei Kunden, Geschäftspartnern und Geldgebern richtig punkten. Hier lohnt sich vielleicht ein individuelles Coaching, das auf solche Situationen und Gespräche vorbereitet. Welchen Weg Sie auch gehen: Wichtig ist, dass Sie einen persönlichen Bezug zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung haben. Sie müssen voll hinter Ihrem Unternehmen stehen und sich mit Ihrem Angebot identifizieren. ➤



Welche Preise verlangt die Konkurrenz? Es ist generell empfehlenswert, Mitbewerber und Markt genau zu analysieren.

checkliste

Welcher Standort kommt für mich infrage?

Sie sind auf der Suche nach einem Standort für Ihr zukünftiges Unternehmen? Je nach Geschäftsmodell und Kundenkreis müssen Sie verschiedene Faktoren hinsichtlich Betriebszitz und Umfeld bedenken. Gehen Sie sorgfältig die folgende Checkliste durch, deren Aspekte für Sie unterschiedlich wichtig sein werden.

Grundlegendes

- Kundennähe
- Lieferantennähe
- Keine unmittelbare Konkurrenz
- Angebot an qualifizierten Arbeitskräften
- Lohnkosten
- Nähe zu Hoch- und Fachhochschulen
- Nähe zu Forschungseinrichtungen
- Unterstützung durch Kammern
- Qualität der kommunalen Verwaltung

Kosten

- Angebot an Gewerbeflächen und -räumen
- Grundstückspreise
- Gewerbemieten
- Energiekosten
- Kommunale Abgaben wie Gewerbesteuer

Verkehrsanbindung

- Überregionale Bahnverbindung
- Autobahnanschluss
- Öffentlicher Personennahverkehr
- Luftverkehrsverbindung
- Kommunale Abgaben wie Gewerbesteuer

Umfeld

- Gutes Image der Stadt und Region
- Wohnangebot und Wohnumfeld
- Kulturelles Angebot
- Naherholungsmöglichkeiten
- Bildungseinrichtungen
- Medizinische Versorgung

QUALITÄT UND SERVICE SIND BEWÄHRTE MITTEL ZUR KUNDENBINDUNG.

Konkurrenz und Markt analysieren

Um Ihre Geschäftsidee erfolgreich umzusetzen, ist es unumgänglich, dass Sie sich Ihre Mitbewerber und Mitbewerberinnen sowie den Markt, auf dem Sie Ihr Produkt platzieren möchten, genau anschauen. Wer bietet bereits Ähnliches an? Wie hoch könnte die Nachfrage nach Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung überhaupt sein? Wahrscheinlich lohnt es sich, weitere Kundengruppen anzusprechen. Wenn Sie viele Mitbewerberinnen und Mitbewerber haben, sollten Sie sich auf ein Alleinstellungsmerkmal konzentrieren, zum Beispiel einen Service, den nur Sie anbieten, spezielle Zusatzleistungen oder ein innovatives Produkt. Qualität und guter Service sind bewährte Mittel, um Kunden erfolgreich zu binden und sich am Markt zu behaupten.

Hochpreissegment oder Massenware

Auch die Preisstrategie ist eine Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben. Sie können sich für das hochpreisige Segment entscheiden und vor allem Kunden suchen, die bereit sind, für entsprechende Qualität einiges zu zahlen. Oder Sie sprechen die breite Masse an und kalkulieren Ihr Angebot sowie die Preise dementsprechend niedriger. Wenn Sie sich für den zweiten Fall entscheiden, sollte Ihr Ziel sein, möglichst viele Kundinnen und Kunden zu binden, um so ausreichend Gewinn erzielen zu können. Bei der ersten Variante darf die Absatzzahl dagegen ruhig etwas kleiner ausfallen. Orientieren Sie sich bei Ihrer Preiskalkulation an den marktüblichen Preisen. Weitere Informationen dazu finden Sie bei den jeweiligen Branchenverbänden und Kammern. Außerdem sollten Sie eigene Recherchen bei Ihren Mitbewerbern anstellen. Was Sie bei Ihrer Preisentscheidung unbedingt berücksichtigen müssen: Mit dem erwirtschafteten Umsatz decken Sie Ihre laufenden Geschäftskosten und Ihren Lebensunterhalt. Haben Sie sich verkalkuliert, ist das noch kein Grund zur Sorge, denn Preise lassen sich behutsam korrigieren – oder das Produktangebot anpassen.

Wo wollen Sie Ihr Geschäftsvorhaben starten?

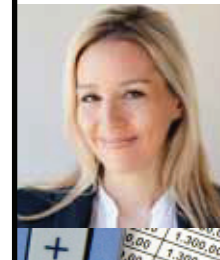
Vor dem Start der Gründung sollten Sie sich genau überlegen, wo Sie künftig tätig sein möchten. Als Inhaberin einer Boutique macht es zum Beispiel Sinn, sich in einer Gegend



Benötigen Sie große Flächen oder Hallen? Dann wählen Sie eine Lage möglichst an einem Verkehrsknotenpunkt.

mit solventer Laufkundschaft niederzulassen. Wenn Sie ein Friseurgeschäft eröffnen, sollten Sie unbedingt vorab prüfen, wie viele andere Friseure bereits in der Nachbarschaft ansässig sind. Vielleicht bietet sich eher ein anderer Standort an. Möchten Sie Waren produzieren und sind deshalb auf die Anlieferung von Rohstoffen angewiesen, empfiehlt sich eine verkehrstechnisch günstige Lage. Dies betrifft auch Gründerinnen und Gründer, die künftig viel Kundschaft in Ihren Büroräumen empfangen möchten. Ausreichend Parkplätze sind nötig und eine gute Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel. Darüber hinaus sind auch die Kosten für Büro, Lager und Laden einzuplanen. Grundstückspreise, Mieten sowie Gewerbesteuern variieren von Ort zu Ort. Vergleichen Sie und nehmen Sie mögliche Alternativen in Augenschein, bevor Sie sich festlegen. Und vor allem: Lassen Sie sich Zeit bei Ihren Überlegungen und überstürzen Sie nichts. Eine Geschäftsidee kann nur dann erfolgreich sein, wenn man sie mit Ruhe und Bedacht verwirklicht. <

INTERVIEW



MONIKA VON
BRAITENBERG

Was zeichnet eine gute Geschäftsidee aus?

Monika von Braitenberg: Natürlich spielen hier Kundennutzen, ausreichende Marktkapazitäten und die konkrete Umsetzbarkeit, gepaart mit einer gewissen Innovation, eine wichtige Rolle. Denn erst, wenn sich die Idee erfolgreich am Markt bewährt, entsteht daraus eine tragfähige Existenzgrundlage.

Wie kann man sichergehen, dass sich diese auch verwirklichen lässt? Worauf sollte der Gründer oder die Gründerin achten?

Monika von Braitenberg: Die Geschäftsidee ist der Ausgangspunkt eines längeren Prozesses. Der Gründer sollte die Idee zunächst mit Freunden, aber auch mit Experten diskutieren und möglichst bald Kontakt zu potenziellen Kunden suchen, um erste Markteinschätzungen zu erhalten.

Entscheidend ist aber auch, das große Ganze im Auge zu behalten und sich nicht in Details zu verlieren. Die Erstellung eines Businessplans hilft Gründern dabei. Sie müssen die Risiken ihrer Geschäftsidee abwägen und alle wichtigen Themen wie Team, Standort, Marketing, Vertrieb und Finanzen behandeln. Der Geschäftsplan dient dazu, eine Idee vor dem Start in allen Bereichen noch einmal genau zu überprüfen und zu perfektionieren.



Vermeiden Sie einen häufigen Fehler: Startinvestitionen und laufende Kosten zu knapp zu kalkulieren.

ERSTE MARKTEINSCHÄTZUNG BALD EINHOLEN

Monika von Braitenberg von der IHK für München und Oberbayern begleitet im Münchener Existenzgründerbüro seit vielen Jahren Menschen in die Selbstständigkeit. Sie weiß, wie man an eine gute Geschäftsidee herangeht und kennt auch häufige Stolpersteine.

Was sind typische Stolpersteine beim Start in die eigene berufliche Existenz?

Monika von Braitenberg: Nach unseren Erfahrungen sind noch bei zu vielen Gründerinnen und Gründern kaufmännische Defizite vorhanden. Sehr oft ist auch das Alleinstellungsmerkmal der Geschäftsidee nicht klar herausgearbeitet. Hinzu kommt, dass die Startinvestitionen und die laufenden Kosten häufig zu knapp kalkuliert sind und deshalb die Gesamtfinanzierung unzureichend ist. Immens wichtig ist eine gute Vorbereitung auf die Selbstständigkeit. Sinnvoll ist, sich während der Gründungsphase von Existenzgründungsberatern begleiten zu lassen. Aber auch öffentlich geförderte Coachingprogramme helfen, Lücken zu schließen.

Wie lassen sich neue Produkte und Dienstleistungen am besten an den Mann oder die Frau bringen?

Monika von Braitenberg: Erfolgreiches Marketing ist in der Gründungsphase extrem wichtig. Bei der Auswahl der geeigneten Marketinginstrumente kommt es natürlich immer auf das jeweilige Produkt beziehungsweise die Zielgruppe an. Daher führt an einem individuellen Marketingkonzept kein Weg vorbei. Wer kein Marketingfachmann ist, sollte sich hier auf jeden Fall professionell unterstützen lassen. Kostengünstig und effektiv ist die Kundengewinnung über das Internet und Networking. Eine eigene Homepage und ein gutes Social-Media-Konzept gehören inzwischen zum Standard. Sie haben jedoch, wenn sie professionell erstellt werden, ihren Preis. Diese Investitionen lohnen sich aber meist, um die Kunden zielgruppengerecht zu erreichen. Doch trotz aller moderner Marketinginstrumente sollte man die gute alte Mund-zu-Mund-Propaganda nicht unterschätzen. Denn nichts geht auch heute über einen zufriedenen Kunden. <

WEITERE ANGEBOTE IM

Zu folgenden Themen gibt es Hefte zum Mitnehmen. Diese Hefte und dazugehörige Online-Module finden Sie auch als PDF im Internetportal der Bundesagentur für Arbeit.

zum Mitnehmen!



- 50plus – Ihre Erfahrung zählt
- Berufliche Reha
- Existenzgründung
- Familie und Beruf
- Jobchancen ohne Ausbildung
- Soldaten auf Zeit
- Weiter durch Bildung
- Zeitarbeit

www.arbeitsagentur.de >
Veröffentlichungen > Themenhefte
„durchstarten“

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Berufsinformationszentrum (BiZ) können Ihnen bei der Suche nach geeigneten Informationen weiterhelfen.



außerdem im BiZ:

Die durchstarten Infomappen bieten Informationen zu Berufs- und Quereinstieg, beruflichen Alternativen und Weiterbildungsmöglichkeiten (28 Mappen).