

DER WEG ZUM EIGENEN UNTERNEHMEN



Als Unternehmer*in oder Freelancer*in Dein eigenes Geschäft zu führen – das ist ein großer Schritt.

Um Dein Hobby zum Beruf zu machen, brauchst Du eine ganze Reihe von Fähigkeiten, wie etwa Zeitmanagement, Selbstmotivation und kreatives Denken. Nur dank solcher Fähigkeiten kannst Du Deine Arbeit strukturieren und Dein Können in eine Dienstleistung oder ein Produkt umwandeln. Als Schmuckdesigner*in z. B. solltest Du auch eine Webseite aufbauen, auf der Du Deinen Schmuck online anbieten und verkaufen kannst; und wenn Du eine Strickkünstlerin bist, musst Du Dich Gedanken über geeignete Betriebswege und ein Bestellsystem machen.

Wenn Du eine Idee für ein eigenes Produkt hast und Dich für etwas Bestimmtes begeisterst, dann kann die Eröffnung eines eigenen Unternehmens der beste Weg sein, um Deinen Traum Realität werden zu lassen. Damit dies funktioniert, musst Du Dich zuvor unbedingt mit so wichtigen Punkten wie der Produktentwicklung, der Gestaltung des Vertriebs sowie mit steuerlichen und rechtlichen Fragen (Rechtsform des Unternehmens u. Ä.) befassen.

PRODUKT

Als erstes solltest Du für Dich selbst formulieren, was für Beschäftigungen, denen Du dich gerne widmest, Du in eine finanziell einträgliche Tätigkeit umsetzen könntest. Was für Probleme von Menschen meinst Du lösen zu können, und wie unterscheiden sich Deine Ideen von den bisherigen Lösungen?

Überlege, ob Du für die Lösung dieser Probleme zusätzliche Ressourcen oder Fertigkeiten brauchst. Wenn Du z. B. planst, elektronische Geräte zu reparieren, wirst Du in jedem Falle extra Werkzeuge und Ersatzteile brauchen.

Bei Deinen ersten Planungen könnte es sich herausstellen, dass Deine Geschäftsidee nicht gewinnbringend ist. Kalkuliere genau, wie viel Geld die Leute für die von Dir angebotenen Problemlösungen oder Produkte auszugeben bereit sein werden. Berechne, wie viel Zeit und Geld Du für die betreffende Arbeit wirst aufwenden müssen. Vielleicht wirst Du auf einige Ideen verzichten müssen, weil abzusehen ist, dass sie nicht genug Geld einbringen werden. Es ist schwierig vorauszuahnen, wie gewinnbringend eine bestimmte Geschäftsidee ist. Dennoch sind solche Kalkulationen unumgänglich, wenn man sich „von Null auf“ selbstständig machen möchte. Informiere Dich sich über ähnliche Ideen im Internet, sprich mit Bekannten und Stelle eigene Berechnungen an. Denn nur so kannst Du gänzlich ungeeignete Ideen bereits in der Anfangsphase aussortieren.

KONKURRENZANALYSE

Wenn das, was Du Dich als Geschäftsidee ausgedacht hast, bisher noch niemand zu machen scheint, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass auch niemand Dein Produkt braucht. Mit anderen Worten: Wenn es auf dem Markt Konkurrenten gibt, die das gleiche oder ein ähnliches Produkt anbieten, so ist das erst einmal ein gutes Zeichen. Bei der Analyse von Konkurrenten behalte bitte folgende Aspekte im Auge:

- Preis und Zusammensetzung der Dienstleistung / des Produkts;
- Positionierung auf dem Markt (Was teilen sie den potenziellen Kunden über sich und ihre Dienstleistung / ihr Produkt mit, und auf welche Weise tun sie das?);

- Arten von Werbung (Internet, soziale Medien, Anzeigen in Printmedien, Fernsehwerbung usw.);
- „Verkaufstrichter“ (Steuerung des Verkaufsprozesses);
- Einsatz von Instrumenten des Marketings und der Verkaufsförderung (Sonderangebote, Kunden-/Treuekarten, Rabattaktionen u. a.).

BEDARFSANALYSE

Jede Idee kann zu einem Business werden, wenn es jemanden gibt, der bereit ist, für die betreffende Dienstleistung oder das betreffende Produkt zu zahlen. Eine Analyse der Konkurrenten hilft indirekt verstehen, ob es genügend Interessenten gibt. Nützlich ist außerdem, Antworten auf folgende Fragen zu erhalten:

1. Wie groß ist die Nachfrage nach dem Produkt bzw. nach der Dienstleistung (Wie viele Suchanfragen gibt es? Gibt es Datenanalysen zum Verkaufsvolumen?);
2. Ist die Nachfrage saisonbedingt oder saisonunabhängig?

3. Wie viele Konkurrenten gibt es? Gibt es einen offensichtlichen Marktführer?
4. Welche Waren und Dienstleistungen in dem betreffenden Segment werden gekauft? Welche Preise werden durchschnittlich für solche Produkte / Dienstleistungen gezahlt?
5. Welche Besonderheiten hat die Zielgruppe (Interessen, Lebensweise, Alter, Gesundheit, Arten der Informationsbeschaffung, Einkommensniveau usw.)?

GESCHÄFTSMODELL – EINPLANUNG VON EINZELFAKTOREN

Die meisten Existenzgründer schenken der Planung nicht genug Aufmerksamkeit. Doch leider geht es nicht ohne eine solche Planung: Wer sich mit einem eigenen Geschäft selbstständig machen möchte, muss sich selber in der Planungsphase eine Reihe von unbequemen Fragen stellen. Nur so kann man sich gegen Zeit- und Geldverlust absichern.

Die eigenen Überlegungen zum Thema lassen sich mit Hilfe verschiedener Vorlagen strukturieren, wie z. B.:

Schlüsselpartner	Schlüsselaktivitäten	Wertangebot	Kundenbeziehungen	Kundensegment
	Schlüsselressourcen		Vertriebskanäle	
Kostenstruktur			Einnahmequellen	

Osterwalders Geschäftsmodell (oder Geschäftsmodelldesign) ist eine klassische Vorlage. Indem man die einzelnen Kategorien ausfüllt, kann man sich selber die wichtigsten Fragen zum eigenen Business beantworten.

VERTRIEB

Wenn Du alleine arbeitest, hast Du die komplette Kundenakquise und das Marketing selbst zu übernehmen. Dies nimmt viel Zeit und Aufmerksamkeit in Anspruch. Dein künftiger Umsatz hängt nicht zuletzt davon ab, wie vollständig und exakt Du vorab die zu erwartende Nachfrage und Zielgruppe analysiert hast.

Deine ersten Kunden werden im Normalfall Familie, Freunde und Bekannte sein. Sie werden Deine treuesten Kunden sein, an denen Du gut den Erfolg Deiner Produkte und Dienstleistungen testen kannst.

Die Rückmeldungen aus dieser Gruppe werden Dir helfen, Dein Angebot zu optimieren. Im nächsten Schritt kannst Du dazu übergehen, mehr Kunden zu akquirieren. Dabei ist es hilfreich sich anzuschauen, welche Marketing- und Verkaufsstrategien Deine Konkurrenten nutzen. Mache es zunächst einmal wie sie, ohne dabei das Offensichtliche zu vergessen:

- **Aushänge an „Schwarzen Brettern“ (Info-Tafeln) und in Briefkästen in Ihrer Nachbarschaft** sind ein guter Weg, um potenzielle Kunden in ihrem unmittelbaren Umfeld zu informieren – wenn Deine Dienstleistung vor allem für ein lokales Publikum interessant ist.

- **Soziale Medien** für den Online-Handel, aber auch für andere Dienstleistungen und Produkte.
- **Spezialisierte Plattformen**, über welche Produkte und Dienstleistungen in einem bestimmten Fachbereich gehandelt werden.
- **Kontextwerbung** eignet sich für Internet-Projekte, kann aber auch für das Offline-Business benutzt werden. Dieses Instrument ist weniger für den Start geeignet; früher oder später aber werden Sie so weit sein, es nutzbringend einzusetzen.

Die ersten Verkäufe werden in der Regel über das persönliche Kundengespräch laufen, in dem Du den Kund*innen Fragen stellst und Ihnen Lösungen anbietest. Diese Gespräche werden für Dich wahrscheinlich nicht immer befriedigend verlaufen, und es kann die ein oder andere Frustration geben, wenn Du eine Absage erhältst. Doch gerade auf diese Art und Weise wirst Du verstehen lernen, was Deine Kundschaft wirklich braucht, und Dein Angebot entsprechend anpassen und formulieren können.

STEUERN

Auf die Einnahmen aus Deinem Geschäft wirst Du natürlich Steuern entrichten müssen. Das Steuerrecht ist kein einfaches Feld. Gerade für Existenzgründer*innen empfiehlt es sich daher, die Hilfe eines Buchhalters oder einer Buchhalterin oder Finanzberaters in Anspruch zu nehmen (inzwischen gibt es zahlreiche innovative FinTechs, die praktisch alle steuerlichen Angelegenheiten erledigen können). Wenn Du Dich selbst in diesem Bereich zurechtfinden willst, ist es ratsam, online oder im persönlichen Gespräch Informationen bei den zuständigen staatlichen Stellen einzuholen.

ÜBERPRÜFUNG DER EIGENEN BEREITSCHAFT ZUR EXISTENZGRÜNDUNG

Am Ende geben wir Dir eine kleine Checkliste mit auf den Weg, die Dir helfen wird herauszufinden, inwieweit Du bereit bist, sich mit einem Geschäftsmodell selbstständig zu machen.

Praktische, finanzielle und rechtliche Voraussetzungen

- Ich kenne die wichtigsten Gesetze und Regelwerke, die für mein Business relevant sind.
- Ich bin zur Arbeit mit staatlichen Behörden (Aus-schreibungsplattformen, Finanzamt, für Gesund-

heit und Hygiene zuständige Behörden, Feuer-wehr u. a.) mental und physisch bereit.

- Ich habe mir die notwendigen Ressourcen für das Geschäft (Räumlichkeiten, Werkzeuge, Technolo-gien u. a.) beschafft.
- Ich habe ein ausreichend großes finanzielles Polster für die ersten Monate, so dass die ersten Schritte abgesichert sind.
- Ich verstehe, wie ich meine geschäftliche Tätig-keit zu organisieren habe.
- Ich habe die äußeren Einflussfaktoren in meine Planungen einbezogen (z. B. Gesetzgebung, Sank-tionen).
- Ich verstehe die Funktionsprinzipien und inneren Faktoren meines Business (Monetarisierungs-modell, Informations- und Verkaufskanäle, Ge-schäftspartner usw.).

Zwischenmenschliche Beziehungen

- Ich weiß, wer meine Zielgruppe (Hauptkundschaft) ist.
- Ich habe einen Plan, auf welche Weise ich erste Kunden und Kundinnen gewinnen kann.
- Ich habe potenzielle Interessenten (Sponsoren, Partner*innen, Kundschaft) identifiziert.
- Ich kenne die Konkurrenz und analysiere ihre geschäftlichen Aktivitäten.
- Ich habe Partner*innen, Helfer*innen und Mit-arbeiter*innen – also Menschen, die ich brauche, um mein Geschäft zu führen.

Innere Bereitschaft

- Meine inneren Ressourcen sind ausreichend für eine Existenzgründung, ich bin voller Energie und will vorankommen. Ich fühle mich mental stark genug, um das Geplante zu verwirklichen.
- Ich folge dem angedachten Weg diszipliniert.
- Ich verfare gemäß meinen Motiven, Werten und Zielen.