



3 for 1
Buch + E-Book
+ Webinar*

*Gültig für die erste
Auflage bis zum
31.12.2017

Thorsten Reiter

START UP- JETZT!

Endlich loslegen
und es richtig machen

campus
smart

Vorwort

VIEL ZU OFT LASSEN SICH POTENZIELLE GRÜNDER VON DER IDEE, IHRE EIGENE UNTERNEHMUNG ZU STARTEN, ABBRINGEN. DIE GRÜNDE HIERFÜR SIND ZAHLREICH: SIE SCHEUEN DAS RISIKO, WISSEN NICHT, OB IHRE IDEE »GUT GENUG« IST, ODER GLAUBEN, »EINFACH NICHT DER UNTERNEHMER-TYP« ZU SEIN.

Jeder hat das Zeug zum Unternehmer!

DARÜBER HINAUS BLICKEN SIE MIT SCHRECKEN AUF DAS VOR IHNEN LIEGENDE PROJEKT, DAS SICH WIE EIN GIGANTISCHER BERG AUS BÜROKRATISCHEN UND FINANZIELLEN HÜRDEN VOR IHNEN AUFTÜRMT. DIE GRÖSSTE UND HÄUFIGSTE ALLER ÄNGSTE JEDOCH IST DIE ANGST ZU SCHEITERN. SIE IST SCHULD AN DEN MEISTEN NIEMALS VERWIRKLICHTEN TRÄUMEN.

DABEI SIND DIES ALLES ÄNGSTE, DIE SICH ÜBERWINDEN LASSEN. UND DER UNTERSCHIED ZWISCHEN ERFOLGREICHEN UNTERNEHMERN UND DENEN, DIE IHRE IDEEN NIEMALS IN DIE TAT UMSETZEN WERDEN, IST NICHT ETWA, DASS ERFOLGREICHE GRÜNDER DIESE ÄNGSTE NICHT KENNEN. DER UNTERSCHIED IST, DASS SIE EINEN SCHRITT MEHR GEWAGT HABEN - DEN EINEN SCHRITT, DER NOTWENDIG IST, UM DIESE BLOCKIERENDE MAUER ZU DURCHBRECHEN. DENN UNTERNEHMER SEIN HEISST NICHT, BEREITS ALLES ZU WISSEN UND VON ANFANG BIS ENDE »VOM ERFOLG VERWÖHNT« ZU SEIN.

UNTERNEHMER SEIN BEDEUTET, NACH SCHÖPFERISCHER FREIHEIT ZU SUCHEM, ALLEN WIDRIGEN UMSTÄNDEN ZUM TROTZ. WER DIESEN DRANG ZU HANDELN IN SICH TRÄGT, LEBT DEN UNTERNEHMERISCHEN GEIST.

WER SICH EINMAL DAZU DURCHGE-
RUNGEN HAT, ALLE ÄNGSTE HINTER
SICH ZU LASSEN, WIRD MIT EINEM
GEFÜHL DER FREUDE UND ZUFRIE-
DENHEIT BELOHNT, DAS SICH KAUM
IN WORTE FASSEN LÄSST. ALLES FÜR
DIESEN EINEN MOMENT, IN DEM DIR
ZUM ERSTEN MAL KLAR WIRD: »ICH
BIN UNTERNEHMER!« DIESE FREUDE
IST ANSTECKEND UND BEFLÜGELT IN
EINEM AUSMASS, DAS UNBESCHREIB-
LICH IST. DIESES GEFÜHL MÖCHTE
ICH TEILEN.

Inhalt

GO FOR IT!

Was Gründen
bedeutet

Gründe fürs Gründen 10
Unternehmer sein 18
Der Zeitpunkt 24

ANSTOSS!

Von der Idee bis
zum Produkt

Die Idee 38
Das Konzept 48
Das Produkt 56

ALLE FÜR EINEN, ...

... einer für alle!

Das Team als Erfolgs-
faktor 70
Das perfekte Team 80
Kultur entscheidet! 86
Potenzielle Fall-
stricke 92

KEINE ANGST ...

... vorm Businessplan!

Die facettenreiche
Planlosigkeit 102
Wozu ein Businessplan?
108
Einmal Businessplan
mit allem, bitte! 116

GELD - KEIN PROBLEM!

So finanzierst du deine Idee

Frei von Geld 138
 Freiheit oder Sicherheit 148
 Erfolgreiches Fundraising 158

SHARE IT, LIKE IT, SELL IT!

So geht Marketing heute

Was heißt Marketing? 170
 Konventionelles Marketing 178
 Marketing 2.0 196

NETWORKING

Mit Netz und doppeltem Boden

Warum Networking? 222
 Networkingansätze 226
 Tipps und Tricks 234

DU BIST UNTERNEHMER!

Möge die Macht mit dir sein!

10 Golden Rules 243

DANKSAGUNG 252

ANMERKUNGEN 253

DER AUTOR UND DIE EXPERTEN 254

Go

for

it!

WAS GRÜNDEN BEDEUTET

Gründe fürs Gründen 10

Unternehmer sein 18

Der Zeitpunkt 24

EINLEITUNG

DIE WELT BRAUCHT UNTERNEHMER! ERST DURCH SIE WURDE UNSERE MODERNE ZIVILISATION MÖGLICH, SIE BRINGEN FARBE IN UNSEREN GRAUEN ALLTAG UND IHNEN HABEN WIR ES ZU VERDANKEN, DASS WIR SCHON HEUTE IN DER ZUKUNFT LEBEN.

MENSCHEN, DIE DAVON ÜBERZEUGT SIND, DASS IHRE IDEEN UNSERE WELT EIN STÜCK BESSER MACHEN KÖNNEN, DÜRFEN SICH NICHT DURCH IHRE ÄNGSTE UND SORGEN AUFHALTEN LASSEN. WER WEISS, WO WIR HEUTE BEREITS STUNDEN, WÄREN NICHT SO VIELE GROSSARTIGE IDEEN MIT IHREN SCHÖPFERN BEGRABEN WORDEN.

Für wen ist dieses Buch gedacht? Nun, es ist nicht für jene, die das schnelle Geld suchen. Und auch nicht für die, die auf Ruhm oder ein unbeschwertes Leben aus sind. Das alles sind Motivationen, die nicht stark genug sind, um durch all die Herausforderungen des unternehmerischen Alltags zu tragen. Stattdessen ist dieses Buch für alle, die irgendwo tief in sich eine Unruhe fühlen. Für jene, die die Hoffnung haben, eines Tages die Ideen in ihrem Kopf Realität werden zu lassen. Dieses Buch ist für alle, die die Zügel selbst in die Hand nehmen und endlich frei gestalten wollen. Für die, die nicht mehr still sitzen können, weil sie endlich selbst etwas tun wollen.

Gründe fürs Gründen

Gründen war noch nie so »in«
wie heute. Woran liegt das?
Was sind die Gründe dafür,
dass immer mehr kluge Köpfe
ihre Jobs selbst schaffen
wollen, anstatt bei großen
multinationalen Konzernen
anzuheuern? Was macht das
Lebensmodell des Entrepre-
neurs so attraktiv?

Sind wir doch mal ehrlich: Unternehmer zu sein, ist unglaublich anstrengend. Die Chancen auf Erfolg liegen statistisch unter dem Erträglichen und auch bei einem guten Start wird das Unterfangen die erste Zeit eher weniger als mehr abwerfen. Hinzu kommen unzählige Stunden an Arbeit, die Unternehmer oft isoliert und fern ab von allem in das Projekt stecken. Die Zukunft ist nie abgesichert und Unternehmer sind in ihrem Berufsleben wie auch privat stets den Risiken der Märkte ausgesetzt.

Und dennoch ist der Traum, eines Tages beruflich auf eigenen Beinen zu stehen, der meist geträumte unter den Arbeitnehmern, Studenten und Auszubildenden unserer Zeit. Dies hat einen fundamentalen Grund, das eine große Versprechen, das die Selbstständigkeit bietet: Freiheit.

**Unternehmertum
heißt Freiheit.**

Die Freiheit, seine eigenen Ideen Realität werden zu lassen und in einer Art schöpferisch tätig zu werden, wie es sonst nur Künstler können.

Der Traum des Gründens beinhaltet auch ein Wiedererlangen der Kontrolle über einen großen Teil des eigenen Lebens, verbringen wir doch fünf von sieben Tagen in der Woche mit Arbeit! Das ist unglaublich viel Zeit, die wir letztlich für andere »leben«. Diese Zeit wieder in sich selbst und die eigenen Ziele

investieren zu können, ist mit einer der größten Antriebe für potenzielle Gründer.

♦ *Mehr über Katja und alle anderen Gründer gibt es auf S. 254!*

KATJA ANDES: ♦ »Mein Grund zu gründen war der Wunsch nach mehr Freiheit und Gestaltungsspielraum - ich wollte jeden Tag entscheiden, woran und wo ich arbeite. Außerdem wollte ich Projekte voranbringen, die mit meinen persönlichen Zielen im Einklang stehen. Für mich hat sich die Trennung von Arbeit und Privatem damit aufgehoben - und ich bin sehr glücklich darüber.«

Sicher bietet das Unternehmertum auch die Möglichkeit finanziell zu Höhenflügen anzusetzen, jedoch ist eine »simple finanzielle Unabhängigkeit« oft wichtiger für angehende Unternehmer als das große Geld.

Die wichtigste Komponente jedoch, die besonders junge Entrepreneure fasziniert, ist der Lifestyle des Unternehmers: die Idee, das berufliche Leben mit dem privaten verschmelzen zu lassen, sodass die Grenzen nicht mehr zu erkennen und auch nicht mehr relevant sind. Dieser Lifestyle verspricht, dass du als Entrepreneur selbst wählen kannst, mit wem du zusammenarbeitest, wann du arbeitest, wo und vor allem wie und woran du arbeitest.

Bevor wir uns in Spekulationen verlieren, warum andere den Schritt in die Unabhängigkeit wagen, möchte ich teilen, warum ich glaube, dass jeder zumindest einmal gegründet haben sollte.

MEINE PERSÖNLICHE UNTERNEHMERGESCHICHTE

Ich habe mein erstes Unternehmen mit zwölf Jahren gegründet: Big Mag, eine Schülerzeitung an meiner damaligen Schule. Für mein erstes Unterfangen lief Big Mag eigentlich gar nicht

schlecht: Wir hatten fünf Schüler-Redakteure, die alle unbezahlt für das Magazin arbeiteten (ein Traum für jeden Arbeitgeber), nutzten kostenfrei die Computer unserer Schule, finanzierten den Druck durch lokale Anzeigen der Bäckerei um die Ecke und verkauften die Zeitung einmal im Monat in der großen Pause. Nach weniger als zehn Ausgaben wurde diese jedoch wieder eingestellt und alles in allem blieb ein Profit von 8,54 Euro übrig - dies sollte für lange Zeit der finanzielle Rekord meiner unternehmerischen Tätigkeiten bleiben.

Die Idee, eines Tages »mein eigenes Ding« machen zu können, ließ mich seit dieser Zeit jedoch nicht mehr los - hauptsächlich weil ich es mir nicht vorstellen konnte, einmal für jemand anderen arbeiten zu müssen. Tatsächlich hat sich an dieser Motivation bis heute kaum etwas geändert.

The Imagers

So gründete ich mein zweites Unternehmen mit 17, zusammen mit meinem besten Freund Malte. Wir waren der Meinung, dass unzählige Menschen in unserem Umfeld nicht wussten, wie sie sich zu verkaufen hatten, und daher Hilfe mit ihrem »Image« benötigten. So beschlossen wir (damals selbst zwei vollkommen schräge Vögel) The Imagers zu gründen.

Wir bezahlten einen technisch versierten Schulfreund mit Pizza, damit er unsere »Firmenhomepage« aufsetzte, und druckten bereits Visitenkarten, auf deren Rückseite ein Zitat aus Goethes *Faust I* zu lesen war: »Ein Mann, der recht zu wirken denkt, muss auf das beste Werkzeug halten.« Siegesicher zogen wir los und verteilten unsere Visitenkarten unter Passanten mit den Worten: »Für Sie! Das können Sie gebrauchen.« Ich muss wohl nicht erklären, warum wir dieses Unterfangen nach kürzester Zeit wieder aufgaben.

Student Sponsoring

Das dritte Unternehmen, Student Sponsoring, gründete ich dann in meinem ersten Semester an der Universität Mannheim. Meine Idee war, mit möglichst wenig Aufwand möglichst viel Umsatz zu machen: So kam ich auf den Gedanken, Werbeshirts für Unternehmen anfertigen zu lassen und diese an Studenten

zu vermitteln, die die Shirts wiederum in ihrer Zeit an der Universität tragen sollten. Ein persönliches Werbestatement, das in den überfüllten Hörsälen deutscher Universitäten entsprechendes Publikum finden sollte. An einen Satz auf der Homepage kann ich mich noch erinnern, der da lautete: »Somit wird jeder Gang zur Toilette ein Werbespot für Ihr Unternehmen!«

Die Firmen sollten Studenten mit 400 Euro im Monat unterstützen und diese wiederum verpflichteten sich dazu, das T-Shirt an zwei von fünf Tagen zu tragen. Ich bot die Plattform und vermittelte zwischen beiden Parteien, wobei ich einen Prozentsatz des »Honorars« einbehielt. Nachdem ich die Homepage aufgesetzt hatte, schrieb ich große Unternehmen mit Niederlassungen rund um Mannheim an und verteilte Aushänge in der Mensa.

Die Resonanz war vernichtend. Obwohl das Konzept einige Jahre später von anderen aufgegriffen wurde und auch schon bei mir theoretisch hätte funktionieren können, hatte ich doch einen entscheidenden Fehler gemacht: Ich hatte das generelle Konzept vor Augen und vergaß die spezifischen Umstände. Ich vergaß einen der wichtigsten Regeln, wenn es um erfolgreiches Wirtschaften geht: »All Business is local!« Diese Regel werde ich später noch weiter ausführen.

**All Business
is local!**

Der erste Erfolg in einer NGO

Die Wende für mein unternehmerisches Handeln kam, als ich mich dazu entschloss, einer internationalen und gemeinnützigen Organisation beizutreten. Meine ursprüngliche Motivation ergab sich aus meiner Frustration über die scheinbar bedeutungslosen Inhalte meines Studiums und das ewige Kapital-Karriere-Gequatsche vieler meiner Kommilitonen.

Unter all dem schizophrenen Getue zwischen Panik und Prahlerei hörte ich von einer Gruppe junger Studenten, die ganz nebenbei einem kleinen Café, das in Notlage geraten war, wieder auf die Beine geholfen hatte. Das Café wurde von einer gemeinnützigen Einrichtung zur Befähigung junger Schulabbrecher für den Arbeitsmarkt betrieben. Diese Studenten nutzten ihr wirtschaftliches Fachwissen also dazu, etwas wirklich Gutes zu tun - das erweckte mein Interesse.

**GRÜN
DEN**

ist auch im Kleinen

**MÄCH
TIG**

Der Deal zum Eintritt in die NGO: Du bekommst Zugang zu einem großen, internationalen Netzwerk und erhältst die Möglichkeit zum Austausch mit vielen interessanten Menschen, die neben ihrem Studium serienmäßig Social Start-ups gründen. Alles, was du dafür tun musst, ist, selbst als Social Entrepreneur tätig zu werden. Das hörte sich für mich nach einem richtig guten Deal an!

Endlich! Die Rhein-Neckar-Kiste

Innerhalb von drei Wochen gründete ich mit einem Team von zwei Kommilitonen die Rhein-Neckar-Kiste, und drei Monate später hielten wir schon die erste fertige Kiste in unseren Händen.

Die Idee war simpel: Die Region rund um Heidelberg und Mannheim ist ein großer Anziehungspunkt für Touristen aus aller Welt. Zusätzlich kommen unzählige junge Menschen aus ganz Deutschland sowie dem Ausland zum Studieren in die Region. Nun gab es zwar einzelne Produkte, die sich als Mitbringsel eignen, aber nichts Gemeinschaftliches, das die Einzigartigkeit der Region repräsentierte. Also kam ich auf die Idee, eine kleine Sammlung regionalspezifischer Produkte in einer hochwertigen

♦ *Korruptionsgrenze = Es gibt rechtliche und ethische Grenzen, bis zu welchem Geldwert Unternehmen und Unternehmer Geschenke annehmen dürfen.*

Holzverpackung zu konfektionieren und diese zu einem Preis anzubieten, der unter der Korruptionsgrenze ♦ für Unternehmen liegen würde. So konnten auch Universitäten und Firmen aus der Region die Kiste verschenken. Obendrein fanden wir ein

regionales Holzverarbeitungsprojekt, das von Menschen mit Behinderung betrieben wird. Es eignete sich perfekt als Träger und letztlich Profiteur unseres Projekts.

Heute kann die Kiste in ausgewählten Läden Mannheims gekauft werden. Und wenn sie mal wieder ausverkauft ist (was häufig vorkommt), kann sie im Onlineshop unter www.rhein-neckar-kiste.de bestellt werden. Darüber hinaus fand die Idee bereits Nachahmer in zwei weiteren deutschen Regionen, und wir hatten die Ehre, sie bei einem Wettbewerb in Los Angeles einem internationalen Publikum vorzustellen.

Im Anschluss war ich noch einige Jahre für das Netzwerk tätig. Ich leitete zeitweise das Mannheimer Team mit seinen da-

mals 175 Mitgliedern und saß letztlich im Vorstand der nationalen Dachorganisation – zusammen mit Senior-Managern einiger der größten deutschen Unternehmen. In dieser Zeit hatte ich die Möglichkeit, zahlreiche Start-ups zu begleiten, konnte mein Wissen vertiefen und meine Kontakte zu anderen Entrepreneuren ausbauen.

Mannheim Business Consulting

Da ich durch die Rhein-Neckar-Kiste zwar unglaublich viel lernen, jedoch kein Einkommen generieren konnte, war ich einige Jahre als Ghostwriter für verschiedene Unternehmen tätig, bis ich letztlich, zusammen mit Josua Bayerlein, die Mannheim Business Consulting gründete. Die MBC ist eine Unternehmens-

Wenn die eigene Idee Realität wird, sind alle Strapazen vergessen.

beratung, die sich auf die Themen Generation Y, High Potentials und Corporate Culture spezialisiert, und die ich neben meinem Blog »Generation That's Y!« und meiner Tätigkeit als Speaker aufbaue.

Für mich bleibt nach all der Zeit und den vielen Projekten stets ein ganz besonderer Moment als der bewegendste in Erinnerung: der Moment, in dem ich die erste fertiggestellte Kiste in Händen hielt. Damit war meine Idee, die sich wenige Wochen zuvor nur vage in meinem Kopf gebildet hatte, Realität geworden. Dieses Gefühl lässt alle Strapazen und Bemühungen in Vergessenheit geraten – es ist der Grund, warum gründen süchtig macht. Für mich ist dieses Gefühl eines der wertvollsten Geschenke, die das Unternehmertum bietet.

Abgesehen von der emotionalen Bereicherung gibt es für mich zwei Gründe, warum sich jeder als Gründer versuchen sollte:

1
2

der Lerneffekt zum erfolgsorientierten Pragmatismus, der sich auf jeden Bereich des Lebens übertragen lässt und

die soziale Notwendigkeit – wir brauchen mehr Gründer in Deutschland, und zwar heute!

Unter- nehmer sein

Wer sollte eigentlich gründen? Wer hat das Zeug zum Gründer? Meine Antwort ist klar: jeder!

Es lohnt sich für jede Person - unabhängig von den »typischen Gründereigenschaften« -, unternehmerische Erfahrungen zu sammeln. Dennoch möchte ich dir diese »typischen« Eigenschaften nicht vorenthalten. Denn es gibt gewisse Charakterzüge, die viele Entrepreneurere teilen und die es einfacher machen, ein Leben in der Selbstständigkeit zu führen.

Die meisten Menschen, die ein Unternehmen gründen, schrecken nicht davor zurück, gewisse Risiken einzugehen. Rhein theoretisch ist dies sinnvoll, denn das Unternehmertum ist stets mit verschiedensten Risiken verbunden - nicht zuletzt mit dem systematischen Risiko des Markts. Doch auch ganz praktisch, bezogen auf die eigene Idee, ist es manchmal notwendig gewisse Risiken einzugehen und alles auf eine Karte zu setzen.

Nun sind »Unternehmertypen« jedoch nicht vollkommen blind gegenüber Wahrscheinlichkeiten von Erfolg oder Misserfolg; vielmehr spielt hier ein weiteres Charakteristikum eine große Rolle: ein tiefer und teilweise unerschütterlicher Optimismus. Tatsächlich sind alle Unternehmer aus meinem Bekanntenkreis Optimisten und befinden sich im sogenannten »gain frame«. ♦ Unternehmer im »gain frame« sehen sich also stets auf der Gewinnerseite, auch dann, wenn sie gerade einen Verlust einstecken mussten.

♦ *Ein Konzept aus der Psychologie besagt, dass Botschaften je nach Formulierung entweder als »gain« (Gewinn) oder »loss« (Verlust) wahrgenommen werden, obwohl die statistische Wahrscheinlichkeit identisch ist.*

Das führt zur vielleicht wichtigsten Eigenschaft, die potenzielle Unternehmer mitbringen sollten: eine große Frustrationstoleranz. Über das Scheitern habe ich schon geschrieben - tatsächlich scheitern die meis-

**Erfolg = siegen,
Scheitern = gewinnen**

ten Entrepreneur*innen ungefähr fünfmal, bis sie es »richtig machen«. Passionierte Gründer haben es geschafft, den mentalen Schalter umzulegen und Scheitern als etwas Wertvolles anzusehen.

Eine weitere Eigenschaft, die viele Entrepreneur*innen verbindet, ist die Fähigkeit und der Wille, von allem und jedem zu lernen. Sie schaffen es beispielsweise, ein Buch über »erfolgreiches Vorsprechen am Broadway« zu lesen und daraus wichtige Einsichten für die Entwicklung ihres Unternehmens zu ziehen. Auch aus destruktiven Situationen ziehen sie aktiv und konstant Lehren für ihr eigenes Leben. Damit werden sie selbst Herr über das, was ihnen geschieht, und verwandeln so scheinbar Nutzloses in wertvolle Erfahrungen.

Dieser Lernwille geht oft mit dem Drang einher, sich stets zu verbessern – und nicht nur auf professioneller Ebene. Es ist der Drang, nach und nach zu einer immer besseren Version seiner selbst zu werden – sich emotional, mental, aber auch physisch weiterzuentwickeln.

Dieser Verbesserungsdrang bringt oft eine inhärente Aversion gegen Regeln mit sich: Gründer möchten sie ändern, sinnvoller gestalten oder einfach brechen. Durch die Überzeugung, die Dinge besser machen zu können, als sie gerade sind, lassen sie nichts unversucht, jedem »Geht nicht!« ein »Gibt's nicht!« anzufügen.

Zum Lernwillen kommt oft eine fast kindliche Faszination für die unterschiedlichsten Erfahrungen hinzu, die das Leben bietet, sowie der Glaube daran, Einfluss auf die Geschehnisse nehmen zu können. Dies, gepaart mit einem ansteckenden Spieltrieb und der Tendenz, sich Dinge wie Prozesse »aneignen« zu wollen, macht Entrepreneur*innen oft zu großen Kindern, die noch an echte positive Veränderung in der Welt glauben.

Unternehmer*innen sind oft rigoros pragmatisch. Sie wollen zum Ziel – Details können andere später klären! Wichtig ist, möglichst effizient voranzukommen und alles aus dem Weg zu räumen, was da stört. Sie packen an, und wenn es sein muss, übernehmen sie schon einmal eine Schicht, wenn der Produktionsprozess ansonsten zum Stehen kommen würde. Dies macht sie über die Zeit zu wahren Problemlösungsjunkies – eine Sucht, die es sich zu entwickeln lohnt.

♦ Auch über James erfährst du auf S. 254 mehr.

JAMES ROPER: ♦ »Nachdem ich mein professionelles Spea-

ker-Business gestartet hatte, war ich ein Workaholic unter Dauerstrom und hatte kaum Entspannungsphasen. Ich lebte das »Entrepreneurial Paradox«: Die Tatsache, dass Unternehmer Freiheit zwar über alles schätzen, in der Gegenwart jedoch härter arbeiten als alle anderen - nur, um eines Tages diese Freiheit leben zu können. Mittlerweile habe ich mich damit abgefunden, solange ich weiß, dass ich meinen Zielen näher komme und meine Zufriedenheit sowie meinen Verstand auf dem Weg dahin nicht verliere.«

Die meisten Gründer sind ...

- ... risikofreudig.
- ... unerschütterlich optimistisch.
- ... lernwillig, aber voller Widerspruchsgeist.
- ... »große Kinder« mit Lust auf Veränderungen.
- ... frustrationstolerante Problemlösungsjunkies.
- ... vor allem anderen: freiheitsliebend.

Dies sind die häufigsten Charakteristika, die ich in den vergangenen Jahren bei meinem Austausch mit den unterschiedlichsten Gründern entdeckt habe. Das heißt aber nicht, dass ich nicht auch Gründer kenne, die einige dieser Eigenschaften nicht aufweisen oder gar das komplette Gegenteil repräsentieren. Wichtig ist zu verstehen, dass es keinen Weg gibt, der vorherbestimmt ist. Wenn du dich mit keinem einzigen der genannten Punkte identifizieren kannst und dennoch ein erfolgreiches Unternehmen gegründet hast oder gründen wirst, zeigt das nur einmal mehr, dass im Geist des Unternehmertums alles möglich ist.

Den Unternehmergeist zu leben - nur darauf kommt es letztlich an!

AUF JEDEN TOPF PASST EIN DECKEL! AUCH BEIM GRÜNDEN

Es gibt also keine universelle Checkliste, die feststellt, ob jemand als Unternehmer geeignet ist. Auch die Vereinigung aller zuvor genannten Charakteristika in einer Person macht dich nicht automatisch zu einem erfolgreichen Gründer. Stattdessen solltest du dich als Entrepreneur fragen, welche einzigartigen Eigenschaften du selbst besitzt, und wie du diese für dich und dein Unterfangen gewinnbringend einsetzen kannst. Ich spreche vom Konzept des USP. ♦ Dieses Konzept werde ich immer wieder aufgreifen, denn es

♦ USP: »unique selling proposition« oder zu Deutsch: »Alleinstellungsmerkmal«

hat Auswirkungen auf das Produkt, die Ausführung der Unternehmertätigkeit und im Besonderen auch für das Marketing.

Das Konzept des USP ist entscheidend, wenn es um die erfolgreiche Umsetzung eines Unterfangens geht. Denn sich über das USP der Firma, des Teams oder des Produkts im Klaren zu sein, entscheidet letztlich über Erfolg und Misserfolg - egal worum es geht.

Ich möchte dich dazu befähigen, dir deiner eigenen Positionierung im Wettbewerb und gegenüber anderen Gründern klar zu werden. Denn für jeden Typ gibt es ein Unterfangen, das zu seinen spezifischen Eigenschaften passt und daher eine hohe Chance auf Erfolg hat.

Eine Idee in einen Plan zu verwandeln und diesen Realität werden zu lassen, ist ein Weg, der, nur wenn er selbst beschritten wird, seine tiefe Komplexität offenbart. Bei dem Versuch, diesen Weg zu gehen, wirst du auf Herausforderungen stoßen, zu deren Überwindung du neue Fertigkeiten entwickeln musst. Du wirst neue Seiten an dir entdecken, die dir sonst verwehrt

Gründen macht dich zu einem erfolgreicherem Menschen

geblieben wären. Mach dich also auf, stürz dich ins »Abenteuer Unternehmertum«! Denn unabhängig von Erfolg oder Misserfolg bietet die unternehmerische Erfahrung einen einzigartigen Lerneffekt.

Ein Unternehmen aufzubauen, ein Produkt auf den Markt zu bringen oder auch nur eine einzige Person mit dem angebote-

nen Service zufriedenzustellen, erfordert lösungsorientiertes Denken und aktives Handeln. Dabei ist es völlig irrelevant, ob das Unterfangen finanziell erfolgreich ist oder nicht. Ich selbst habe durch die Erfahrungen am meisten gelernt, mit denen ich nicht einen einzigen Cent verdient habe!

Um ans Ziel zu kommen, sollten Gründer Ausdauer beweisen, harte Verhandlungen führen, Menschen für ihre Sache gewinnen und Wichtiges von Unwichtigem unterscheiden lernen. Alle Erfahrungen, die sie in diesem Prozess sammeln, können sie im Privatleben wie auch im Angestelltenverhältnis anwenden. Es macht diejenigen, die es versuchen, zu erfolgreicherer Menschen. Denn für mich bedeutet Erfolg »ans Ziel zu kommen« - wobei du allein entscheidest, was genau das Ziel ist.

Der Zeitpunkt

Wann soll ich gründen?
Jetzt! Egal, ob wir nun dar-
über sprechen, wann in dei-
nem persönlichen Leben oder
wann im globalen Zeitgefüge
zwischen Krisen und Auf-
schwüngen. Jetzt ist die
Zeit gekommen! Klassische
Ratgeber zur Unternehmens-
gründung formulieren es
leider oft so: »Frag erst
mal drei Behörden, beantra-
ge fünf Scheine und wenn du
dann noch einen Kurs zum
Rechnungswesen erfolgreich
absolviert hast, dann darfst
du vielleicht gründen.«

Diese Verbürokratisierung des »Abenteuer Unternehmertums« ist nicht nur unglaublich eintönig, sondern auch schädlich! Ich möchte nicht wissen, wie viele potenzielle Gründer sich von solchen Horror-Botschaften bereits haben abhalten lassen. Außerdem wird die unternehmerische Erfahrung durch die Fokussierung auf das finanzielle Resultat völlig vernachlässigt. Dabei braucht Deutschland Gründer – und zwar jetzt!

Es ist das Unternehmertum, welches unser Land Krisen wie die Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 gut überstehen hat lassen. Der deutsche Mittelstand ist weltweit anerkannt und eine selbst von der Weltmacht USA beneidete Besonderheit. Die große Anzahl leistungsorientierter Unternehmen, die in Generationen planen und somit zum nachhaltigen Bestehen der wirtschaftlichen Grundlage des Landes beitragen, sind Vorbilder für unsere wirtschaftliche Zukunft.

Meine Vision sind viele kleine, hoch spezialisierte Unternehmen, die in Netzwerken zusammenarbeiten, damit große »systemrelevante« Einrichtungen ablösen und zur Reduktion des makroökonomischen Risikos beitragen.

◆ *Tante-Emma-Konzerne: nicht-spezialisierte Firmen, die wie der »Tante-Emma-Laden« alles Mögliche anbieten.*

Diese große Ansammlung von hochspezialisierten kleinen Firmen drängt die veralteten »Tante-Emma-Konzerne«◆