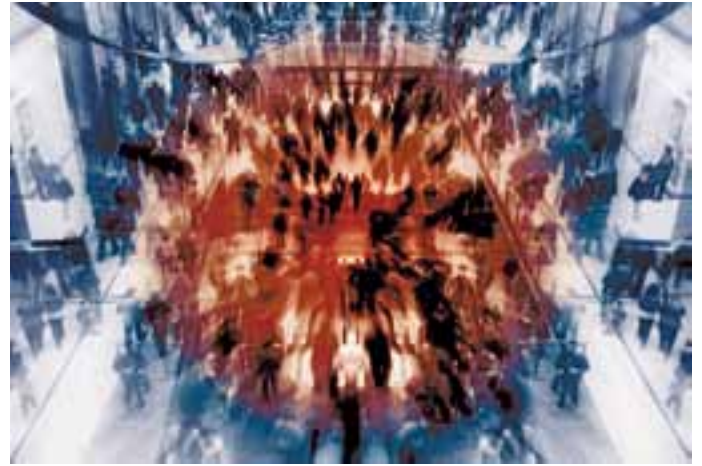


Thomas Meister von der Wolfgang Sievert Steuerberatungsgesellschaft im Gespräch

Der Anfang der Existenzgründung



Ausgeklügelte Unternehmensstrategien sind Basis für eine erfolgreiche Kundengewinnung und die langfristige Positionierung am Markt

Den Schritt der Existenzgründung zu wagen, ist eine Sache. Eine andere ist es allerdings, vom Existenzgründer zum Unternehmer zu reifen. Zwischen beiden Phasen liegen zum Teil Welten, auf die Thomas Meister von der Wolfgang Sievert Steuerberatungsgesellschaft mbH im Folgenden eingeht.

Dass ein Unterschied zwischen einem Existenzgründer und einem gestandenen Unternehmer besteht, lässt sich leicht an den nachfolgenden Zahlen ablesen. Jeder dritte Existenzgründer verschwindet nach drei Jahren wieder vom Markt, nach fünf Jahren ist nur noch die Hälfte der Existenzgründer am Markt vorhanden.

Diese Zahlen geben Anlass zu analysieren, was in den ersten drei bzw. fünf Jahren getan werden muss, um langfristig als Existenzgründer bestehen zu können und zum Unternehmer zu reifen. Mit einer solchen Analyse hat sich im Jahr 2010 das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) beschäftigt. Diese Studie kommt zum Ergebnis, dass neben anderen Gründen vor allem finanzielle Probleme und falsche Strategien die Ursache für ein schnelles Scheitern einer Existenzgründung sind. Solche statistischen Ergebnisse decken sich auch mit der täglichen Beratungspraxis von Existenzgründern, wie Thomas Meister feststellt.

„Man stellt immer wieder fest, dass Existenzgründer sich ohne schlüssiges Konzept selbstständig gemacht haben und sich ohne richtige Vorbereitung zum Teil auch an langfristige Verträge, wie zum Beispiel Mietverträge, binden.“

Ohne Strategie geht es nicht

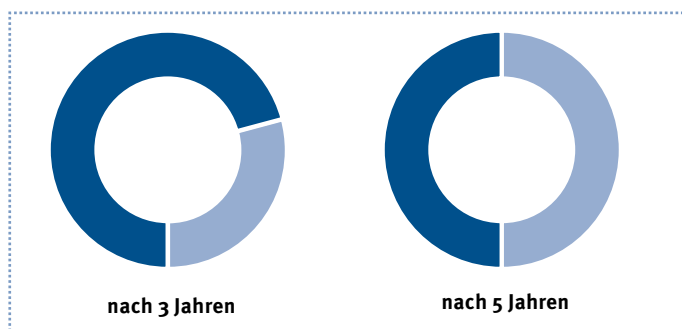
Zu einer Geschäftsidee gehört es vor allem, eine langfristige Unternehmensstrategie zu haben, an der man sich immer wieder orientieren kann, ein ausgeklügeltes Vertriebssystem zu entwickeln und ein betriebswirtschaftliches Verständnis für Zahlen zu besitzen. Diese Strategie, die nach einer Festlegung natürlich immer wieder überprüft werden muss, dient vor allem dazu, wohlüberlegte Preiskalkulationen festzulegen, eine zu hohe Abhängigkeit von Großkunden zu vermeiden oder auch richtige Angebotsstrukturen festzulegen.

Das Vertriebssystem ist das Herzstück für jeden Unternehmer. Ohne Kunden können keine Einnahmen generiert werden. Die Kunden müssen nicht nur

definiert, sondern auch in Kundengruppen eingeteilt werden. Für jede Kundengruppe sind die spezifischen Nutzenargumente bzw. Kundenvorteile zu erarbeiten und die entsprechenden Vertriebswege zu definieren.

All diese sogenannten „weichen Faktoren“ haben vor allem zum Ziel, dass die „harten Faktoren“, also die Zahlen, stimmen. Es reicht als Unternehmer nicht aus, nur den Kontostand auf mindestens eine schwarze Null zu prüfen. Dies ist vergangenheitsorientierte Zahlenpolitik. Wichtig ist hier, dass der Existenzgründer schon in der Anfangsphase ein Kennzahlensystem entwickelt, welches mindestens einen Überblick über die Liquiditäts- sowie Rentabilitätsplanung, das Forderungsmanagement, die Kostentreiber sowie auch die Höhe der privat benötigten Mittel berücksichtigt.

Mit der Umsetzung von unter anderem diesen genannten Punkten steigt die Wahrscheinlichkeit, als Existenzgründer den Schritt zum Unternehmer vollziehen und somit auch langfristig am Markt bestehen zu können. ■



Schon nach drei Jahren ist jeder dritte Existenzgründer wieder vom Markt verschwunden, nach fünf Jahren sogar 50%.