

1. Was bedeutet es, Unternehmer zu sein?

1. Abschnitt – Vor der Gründung

1. Was bedeutet es, Unternehmer zu sein?

Lassen Sie mich dieses Buch mit einer Geschichte beginnen, die Ihnen auf eine etwas andere Art vermitteln soll, dass sich mit der Entscheidung unternehmerisch tätig zu werden auch die eigene Gangart ändern muss:

a) Metapher vom Schmetterling

Vor gar nicht allzu langer Zeit erwachte ein Schmetterling aus seinem Schlaf. Erstaunt stellte er fest, dass er keine Raupe, sondern nunmehr ein Schmetterling war. Da er sich mit seinen neuen Beinen und Flügeln nichts anzufangen wusste, beschloss er, sich genauso weiterzubewegen, wie er es seit Jahren tat und versuchte den Stamm entlang zu kriechen. Aber kaum machte er seine ersten Schritte, fiel er auf den Boden.

Der Schmetterling versuchte es immer wieder, aber außer zahlreichen Verletzungen brachten ihm diese Versuche gar nichts.

In seiner Verzweiflung beschloss er eines Tages seine Flügel einzusetzen und eine neue Fortbewegungsart zu versuchen. Er suchte sich eine Blume in der Nähe des Stammes und fixierte sie eingehend. Dann flog er los und landete zu seiner großen Überraschung ohne Probleme, zielsicher und unverletzt.

Freudig schaute sich der Schmetterling auf der Blume um. Er spürte die Blütenpollen unter sich, roch den Duft der Blume und fühlte sich rundum sicher und wohl. Er beschloss eine Weile hier zu verweilen, um alle Sinneseindrücke voll und ganz

1. Was bedeutet es, Unternehmer zu sein?

wahrzunehmen. Er schaute nicht zurück oder gar zur nächsten Blume; er war einfach nur da – auf dieser Blume in dieser Minute.

Irgendwann beschloss er, weiterzufliegen. Er entdeckte eine etwas weiter entfernte Blume, und entschied sich, auch diese Strecke zu wagen. Er breitete die Flügel aus, flog los, und landete auf der nächsten Blume. Wieder fühlte er sich wohl und sicher und sein Vertrauen in seine eigene Flugkunst war gestärkt worden.

Erstaunt betrachtete er sein neues Umfeld. Hier schien alles etwas anders zu sein, als zuvor. Die Blütenpollen, die Blätter, die Geräusche und auch andere Insekten ... Aber es gefiel ihm, neue Dinge zu sehen und er staunte über die Vielzahl der Eindrücke. Wieder nahm er alles mit allen Sinnen auf und verblieb so lange auf der Blume, wie es ihm gut und richtig erschien.

So flog der Schmetterling von Blüte zu Blüte. Mal zog er schneller weiter – mal verblieb er länger auf der Blume. Seine Flugkünste wurden immer besser, seine Erfahrungen immer reicher und bald fand er, dass ein Leben als Schmetterling genauso schön war, wie das einer Raupe. Er hatte sein Leben als Raupe nicht vergessen – er erkannte nur, dass dieses Vergangenheit war.

Nun wusste er, dass das Leben in jedem Moment unzählige Möglichkeiten bietet, wenn man sich Schritt für Schritt vorwärts wagt. Sein eigener Mut zur Veränderung und etwas Neues auszuprobieren, hatte ihm ein Leben beschert, das er sich zuvor nicht vorstellen konnte ...

b) Angestellter versus Unternehmer

Haben Sie die Botschaft verstanden? Die Entscheidung zum Unternehmertum (oder übertragen und völlig wertfrei gesprochen: die Verwandlung von der Raupe zum Schmetterling) war

zwar eine gravierende Veränderung, aber erst der Anfang Ihres neuen Lebens. Jetzt gilt es peu à peu weitere Schritte zu gehen und die neuen Herausforderungen und Genüsse zu erleben.

Haben Sie sich darüber schon Gedanken gemacht? Kennen Sie die Unterschiede zwischen Angestelltenverhältnis und Unternehmertum? Lassen Sie sich von den folgenden Absätzen inspirieren und überprüfen Sie Ihre „Verwandlung“.

Auftragsgewinnung

- » Sind Sie sich dessen bewusst, dass Sie von nun an selbst dafür verantwortlich sind, Aufträge zu erhalten?
- » Haben Sie Ihre Leistungen bereits klar definiert?
- » Was genau bieten Sie an und wieso sollte ein Kunde gerade Sie beauftragen?
- » Welche Talente und Fähigkeiten besitzen Sie, die Sie im Vergleich zu anderen Unternehmern auszeichnet?
- » Oder bieten Sie vielleicht etwas an, dass genau in Ihrer Gegend etwas Besonderes ist?

Im Fachjargon würde man sagen: Um langfristig erfolgreich Aufträge zu gewinnen, müssen Sie Ihren USP (unique selling proposition, Alleinstellungsmerkmal) finden!

Überprüfen Sie vorerst nur, ob Sie Ihre Einzigartigkeit schon gefunden haben. Wenn nicht, finden Sie im Abschnitt 2 noch zahlreiche Tipps dazu.

Fehler

Wenn Sie Aufträge erhalten haben, werden Sie diese mit höchster Sorgfalt abwickeln. Dennoch: Fehler in der Arbeit passieren immer wieder – schließlich sind wir alle nur Menschen.

Überlegen Sie sich, wie Sie im Fall einer Fehlleistung oder -lieferung weiter vorgehen. Als Angestellter waren Sie „nur“

1. Was bedeutet es, Unternehmer zu sein?

gezwungen dem Chef zu beichten, aber das Gespräch mit dem Kunden ist Ihnen wahrscheinlich erspart geblieben.

Als Unternehmer stehen Sie selbst an erster Stelle. Sollte Ihre Leistung oder Lieferung dem Kundenwunsch nicht entsprechen, so sind Sie selbst dazu aufgerufen, das Problem zu lösen. Überlegen Sie sich, wie Sie das Gespräch mit dem Kunden führen wollen.

- » Haben Sie (Kulanz-)Lösungen im Hinterkopf, wenn die Fehler schwerwiegend waren?
- » Wie können Sie den Kunden halten und – was weitaus wichtiger ist – den Auftraggeber so zufriedenstellen, dass er die Geschäftsbeziehung zumindest neutral in Erinnerung behält?

Bedenken Sie, dass ein unzufriedener Kunde schneller von seinen Erfahrungen erzählt als ein zufriedener Kunde!

Bezahlung

Sollte sich Ihr Arbeitgeber nicht gerade in Zahlungsschwierigkeiten befinden, können Sie davon ausgehen, dass Sie als Angestellter pünktlich zu Monatsende Ihr Gehalt am Konto haben.

Als Unternehmer müssen Sie dazu vorab Rechnungen gestellt haben. Das klingt banal, aber überlegen Sie sich sorgfältig alle Punkte, die zu einem guten Zahlungswesen gehören.

- » Beginnen Sie bei dem Zeitpunkt der Rechnungslegung: Wann werden Sie verrechnen?
- » Haben Sie die Möglichkeit An-, Teil-, und Restzahlungen zu vereinbaren?

Diese Vorgehensweise empfiehlt sich insbesondere bei längeren Projekten, in denen Sie auch Feedback vom Kunden benötigen und den Zeitpunkt der Abwicklung des Auftrags nur bedingt beeinflussen können.

- » Welche Zahlungskonditionen gewähren Sie?

Vielleicht macht es Sinn, bei größeren Beträgen Skonto zu gewähren, um den Zahlungseingang zeitnah zu erreichen. Vielleicht sind Sie aber auch in einer Branche tätig, in der sofortige Barzahlung üblich ist.

- › In welchem Abstand mahnen Sie?
- › Verrechnen Sie Verzugszinsen und Mahngebühren?
- › Haben Sie eine Kooperation mit dem Inkassobüro oder führen Sie selbst Gespräche über Ratenvereinbarungen?

Umso selbstverständlicher der beschriebene Kreislauf für Sie ist, desto einfacher werden Sie ihn handhaben.

Freie Zeiteinteilung

Der Vorteil eines jeden Unternehmers ist die freie Arbeitszeit-einteilung. Sie haben die Möglichkeit, Ihrem Schlafrhythmus entsprechend zu agieren, können Ihre Besorgungen in Geschäften zu ruhigeren Tageszeiten erledigen und müssen bei Behörden- und Arztwegen niemanden um Erlaubnis fragen. Auch ein freier Nachmittag bei Sonnenschein ist einer der „Gustostückerln“, die z.B. mein Unternehmerleben versüßen.

Jedoch hat diese freie Gestaltungsmöglichkeit auch ihre Nachteile. Fragen Sie sich, ob Sie sich dennoch genug motivieren können, bestimmte Arbeitskontingente pro Woche zu erledigen oder ob die Freiheit zu mehr Freizeit verlockt, als es Ihrem Unternehmen gut tun würde. Wie können Sie prüfen, ob Ihnen die Zeit durch die Finger rinnt und gegebenenfalls entgegenwirken? Haben Sie Aufgabenlisten oder Ziele pro Woche oder kennen Sie andere Hilfsmittel?

Und denken Sie auch an die Kehrseite der Medaille: Gönnen Sie sich auch Ruhepausen, oder neigen Sie dazu, bis spät in die Nacht zu arbeiten? Falls Sie in Ihrem Angestelltenverhältnis fixen Arbeitszeiten unterlagen, mussten Sie sicher auch einmal das Unternehmen verlassen, bevor der Auftrag X zur

1. Was bedeutet es, Unternehmer zu sein?

Gänze abgewickelt war. Wie denken Sie jetzt darüber? Welchen Anspruch haben Sie an sich? Wer oder was ist Ihr höchstpersönliches „Korrektiv“?

Krankheit

Natürlich wünsche ich es Ihnen nicht, aber es ist durchaus möglich, dass Sie krank werden und Sie an diesem Tag Ihrer unternehmerischen Tätigkeit nicht nachgehen können. Wie regeln Sie die Vertretung insbesondere bei längeren Krankenständen oder Unfällen – und nicht zu vergessen: Wie finanzieren Sie diese?

Urlaub

Als Angestellter haben Sie den Vorteil, beinahe jederzeit auf Urlaub gehen zu können. Meistens endet Ihre Verantwortung bei der Abstimmung mit einem Arbeitskollegen, der laut Geschäftsführung nicht gleichzeitig fehlen darf.

Doch wie sieht die Situation aus, wenn Sie als Unternehmer Ihren Urlaub antreten wollen? Überlegen Sie sich, was mit Ihren Aufträgen passiert, die nicht finalisiert werden konnten. Wie steht es mit Anfragen, die während Ihres Urlaubes via Post/Fax/E-Mail an Sie gestellt werden? Haben Sie eine Vertretung, und wenn nicht, welche Methoden kennen Sie, um Ihre Kunden auf Ihren Urlaub aufmerksam zu machen? Wie handhaben Sie Anfragen von Neukunden?

Überlegen Sie, wie lange Sie auf Urlaub gehen können und welche Zeit die beste dafür wäre. Definieren Sie auch, ob Sie im Urlaub erreichbar sind oder nicht!

c) Entscheidungen

Vielleicht schwirrt Ihnen jetzt noch der Kopf, wenn Sie an die vielen Fragen des vorigen Kapitels zurückdenken und Sie überlegen ernsthaft, ob Sie noch Unternehmer sein wollen?! Lassen Sie sich nicht abschrecken, denn ich habe bewusst Problemfälle ausgewählt, um Ihren Blick zu schärfen.

Davon abgesehen werden Sie noch öfter in Ihrem Unternehmerleben vor Entscheidungen stehen. Ehrlich gesagt besteht das ganze Unternehmertum aus Entscheidungen, die gefällt werden müssen – sei es nun, ob es um Ihre Arbeit(sweise), Kunden, Lieferanten oder Finanzen geht.

Manchmal wird Ihnen die Wahl einfach fallen, manchmal werden Sie auch Entscheidungen treffen müssen, die Sie als unangenehm empfinden. Doch auch das gehört dazu. Machen Sie sich keine Sorgen darüber, ob Sie die richtige Wahl treffen werden, sondern entscheiden Sie nach bestem Wissen und Gewissen.

Lassen Sie mich an dieser Stelle Karl Pilsler aus seinem Werk „Die 10 Haupttrends der aus den USA kommenden Wirtschaftsrevolution“ zitieren: „Angst ist ein schlechter Ratgeber. Mutige Menschen leben nicht angstfrei. Aber mutige Menschen lassen sich von ihrer Angst nicht beraten, sondern überwinden diese mit konsequenten, zielorientierten Entscheidungen.“

2. Was macht mein Unternehmen aus?

a) Die Qual der Wahl

Nahezu jeder Unternehmer neigt am Anfang dazu, alles anzubieten, was er in seinem bisherigen Leben gelernt und gemacht hat. Ich muss gestehen, bei mir war es auch nicht anders.

2005 habe ich eine eigene Steuerberatungs-Kanzlei gegründet und mir zunächst keine wesentlichen Gedanken über mein

2. Was macht mein Unternehmen aus?

Angebot gemacht. Ich ging davon aus, dass jeder Unternehmer weiß, was ein Steuerberater macht und dass Kunden sich letztlich nur eines erwarten: „Steuern zu sparen“.

Im Grunde stimmt das auch, aber trotzdem gibt es Kriterien, die Unternehmer veranlassen, zu einem *bestimmten* Steuerberater zu gehen. Dies wurde mir bewusst, als ich nach einem Kooperationspartner in der Lohnverrechnung suchte. Ich hatte eine ganz bestimmte Vorstellung und auch Bedingungen, die mir eine Zusammenarbeit überhaupt erst möglich machen würden.

Folgende Punkte waren mir wichtig:

- a. Ausbildung des Anbieters
- b. Spezialisierung auf Zielgruppe (Kleinunternehmer)
- c. langjährige Erfahrung
- d. freundlicher Auftritt
- e. Spezielle Kenntnisse (Arbeitsrecht)
- f. Empfehlung durch Bekannte oder andere Unternehmer
- g. Kosten der Dienstleistung
- h. Größe des Unternehmens

Andere Kriterien, wie Alter, Fördermöglichkeiten, örtliche Nähe des Standorts oder Prestige (öffentlicher Bekanntheitsgrad des Anbieters) waren für mich nicht relevant.

Wahrscheinlich finden Sie einige der aufgezählten Punkte gar nicht wichtig und würden diese gerne durch andere Merkmale ergänzen oder ersetzen. Das ist legitim und spiegelt auch unsere Wirtschaft wieder. Jeder Unternehmer hat eigene Entscheidungskriterien – gemeinsam ist allen nur: Sie benötigen dafür Basisinformationen des Anbieters.

Daher ist es im Umkehrschluss auch wichtig, diese Basics an Ihre Kunden zu kommunizieren – und bedenken Sie bitte, dass zu diesen Basisinformationen auch eine genaue Definition Ihrer Dienstleistung oder Ihres Produkts gehört!

b) Wie finde ich meinen USP?

Ich bin sicher, dass Sie nach dem Lesen des folgenden Kapitels Ihren USP (unique selling proposition oder **Alleinstellungsmerkmal**) nicht gefunden haben! Ja, Sie haben richtig gelesen. Ein USP findet sich nicht in fünf Minuten und daher auch nicht allein durch Studium meiner Weisheiten! Aber vielleicht kann ich Ihnen durch meine eigene Geschichte eine kleine Hilfestellung bieten.

Meine Geschichte

Kehren wir gedanklich zu meinen Anfängen der eigenen Steuerberatungskanzlei zurück: Als ich erkannte, dass ich meine Dienstleistung nicht klar definiert hatte, machte ich mich schleunigst daran, nach meinem USP zu suchen.

Ich stellte mir die folgenden Fragen:

- » „Welchen Bedarf möchte ich decken?“
- » „Was macht meine Bedarfsdeckung so unique?“

Anders gesagt: Welche Fähigkeiten habe ich, die mich auszeichnen? Wann bin ich authentisch und mache eine Steuerberatungsdienstleistung zu etwas Besonderem?

Wie Sie sich denken können, konnte ich diese Fragen nicht sofort beantworten und tatsächlich dauerte es eine ganze Weile, bis ich erste Anhaltspunkte fand. Ich fand heraus, dass ich eine Engelsgeduld im Erklären komplexer Themen hatte und dass es mir leicht fiel, meinen Klienten zu vermitteln, dass es keine dummen Fragen, sondern nur dumme Antworten gibt. Anfangs wunderte ich mich noch, wieso die Klienten anboten, Ihre Schuhe in meiner Kanzlei auszuziehen, bis mir bewusst wurde, dass Sie sich einfach wohl bei mir fühlten. Oftmals erfuhr ich auch Privates, z.B. von Urlauben, Geburten oder Hochzeiten.

Ich erkannte, dass ich meinen Klienten ein Gefühl der Sicherheit und des Vertrauens geben konnte und überlegte, wel-

2. Was macht mein Unternehmen aus?

che Zielgruppe diese Fähigkeit besonders nötig hatte. Dabei stieß ich auf die Gruppe der Neugründer.

Meine Recherchen ergaben, dass es 2005 kaum Steuerberater gab, die sich auf diese Zielgruppe spezialisiert hatten (heute ist dies anders). Diesen Markt hatten damals nur Versicherer und Banken entdeckt.

Ich überlegte daher, ob mir noch Fähigkeiten oder Informationen fehlten, um „meine“ Neugründer gut betreuen zu können und bildete mich im Bereich Sozialversicherung weiter. Ich durchforstete die Gründerangebote von AMS (Arbeitsmarktservice) und WKO (Wirtschaftskammer Österreich) und hatte bald ein gutes Bild der verschiedensten Optionen.

Mit diesem USP präsentierte ich mich in der Folge am Steuerberatungsmarkt und konnte einen deutlichen Anstieg meiner Klientel verzeichnen. Die klare Positionierung am Markt hatte mir geholfen, mein Business aufzubauen.

ZUSAMMENFASSUNG

Folgende Fragen waren bei der Findung meines USP entscheidend:

1. „Wer braucht mein Können?“ (*Bedarfserhebung* für die Dienstleistung oder Produkt, das ich anbieten wollte)
2. „Was muss ich genau können?“ (*Möglichkeiten der Bedarfsdeckung*)
3. „Habe ich die Fähigkeiten zur Bedarfsdeckung? Wenn nein – was muss ich noch erarbeiten?“ (*Prüfung und Erweiterung der Kompetenzen*)

Blicken Sie nun auf Ihre Geschäftsidee: Können Sie obige Fragen ausreichend beantworten?

Ihre Einzigartigkeit

Anfangs glaubt man oft, dass der USP etwas Neues auf dem Markt sein muss. Ihre Einzigartigkeit liegt aber nicht notwendigerweise in der Markterschließung. Sie können auch erfolgreich sein, wenn Sie Ihre Besonderheit hervorheben!