



GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

Nr. 39 Thema: „Gründungsideen entwickeln“ Weniger Glück als Verstand



Wie findet man eine Geschäftsidee (wenn man sie nicht schon hat)? Und wie kann man prüfen, ob sie gut ist? Ideen sind übrigens nicht ausschließlich für den Unternehmensstart wichtig. Auch die weitere Unternehmensentwicklung lebt von zündenden Einfällen.

Nur fünf Prozent aller Existenzgründungsideen sind in Deutschland wirklich neu. Davon stammen wiederum rund 50 Prozent aus den USA. Eine Erfolg versprechende Geschäftsidee kann darin bestehen, bewährte Ideen zu erweitern, zu verbessern oder auf neue Märkte zu übertragen.

Erfolgreiche Gründer oder Unternehmer sind in aller Regel nicht Erfinder, sondern Innovateure. Sie profitieren nicht (nur) von spontanen Geistesblitzen. Sie greifen vielmehr auf Existierendes zurück, sie „entdecken Vorhandenes“. Das bedeutet: Erfolgreiche Geschäftsideen kann man gezielt erarbeiten.

Wie dies möglich ist, soll im Folgenden skizziert werden.

Fragengerüst

Jede Suche nach neuen Geschäftsideen sollte sich an folgenden Fragen orientieren:

- ▶ Fällt Ihnen ein neues Produkt ein?
- ▶ Könnte man ein bestehendes Produkt verbessern?
- ▶ Gibt es eine Marktlücke im Dienstleistungsbereich?
- ▶ Welche neue Technologie würde zu erhöhtem Wachstum führen?
- ▶ Gibt es andere Vertriebskanäle als die bisher genutzten, die Erfolg versprechend sind?
- ▶ Würde es sich lohnen, neue Märkte in Deutschland oder in anderen Ländern zu erobern?
- ▶ Gibt es Kundensegmente (Altersgruppen, Berufsgruppen usw.), die Sie zusätzlich erschließen könnten?

- ▶ Könnte Ihr Unternehmen dadurch wachsen, dass es bessere Leistungen erzielt als die eigenen Händler bzw. Zulieferer?
- ▶ Mit welchen Fähigkeiten, die in Ihrem Unternehmen oder allgemein in Ihrer Branche noch unterentwickelt sind, könnten Sie den Erfolg Ihres Unternehmens steigern?

Für Antworten auf diese Fragen stehen verschiedene Wege und methodische Hilfen zur Verfügung. Die wichtigsten sind:

- ▶ Geschäftsideen mit Kreativitätstechniken finden
- ▶ gesellschaftliche Entwicklungen berücksichtigen: auf der „Höhe der Zeit“ sein.

Inhalt

Informationsquellen auswerten	2
Geschäftsideen durch Kreativitätstechniken finden	2
Morphologischer Kasten zum Beispiel „Das ideale Jugendrad“	3
Übersichten:	
Trends: Ideen für neuen Bedarf entwickeln	I
Kurzleitfaden: Geschäftsidee prüfen ..	II
Zehn Tipps für die Suche nach Geschäftsideen	4
Print- und Online-Informationen	4

Informationsquellen auswerten

Eine ganze Reihe von Quellen liefert Informationen zu allgemeinen wirtschaftlichen Trends, „boomenden“ Branchen, erfolgreichen Geschäftsideen bis hin zu Beispielen gelungener Einzelunternehmen:

► Allgemeine Trends/Beispiele

Publikumszeitschriften, Wirtschaftsmagazine (Print und TV) bzw. deren Online-Informationen im Internet

► Branchen

aktuelle Marktstudien vieler Marktforschungsinstitute (häufig kostenlos zum Download im Internet); z. B. bei der GfK Gruppe (www.gfk.de), Marketingfachzeitschriften (z. B. www.horizont.net), Unternehmensberatungen (z. B. Boston Consulting Group; www.bcg.de); generell ist eine Internet-Recherche nach Marktstudien sehr hilfreich

► Eigene Recherchen

Befragungen, Beobachtungen im persönlichen Umfeld: Welche Angebote und Dienstleistungen sind gefragt?

► Fachzeitschriften/-magazine

mit einer Fülle von Unternehmensdarstellungen, Reportagen, Preisvergaben (z. B. „Die Geschäftsidee“, „Pro Firma“, „impulse“-Sonderhefte)

► Internet

enthält Geschäftsideen aus der ganzen Welt. Hier lassen sich Trends und Vorbilder aus anderen Ländern ablesen, die man womöglich auf den heimischen Markt übertragen kann. Viele erfolgreiche Geschäftsideen (gerade im Dienstleistungsbereich) sind von den USA nach Europa „übergeschwappt“

► Veranstaltungen

Gründermessen, Gründerwettbewerbe, Gründerinitiativen (Übersichten u. a. im BMWi-Existenzgründungsportal www.existenzgruender.de)

► Franchising

die Möglichkeit, sich mit einer fremden (meist schon markterprobten) Idee selbständig zu machen. In Deutschland gibt es zurzeit über 900 Franchise-Systeme.

Wer sich mit einem erfolgreichen Franchise-System selbständig machen will, kann auf verschiedenen Wegen danach suchen:

Deutscher Franchise-Verband e.V.

(DFV): www.dfv-franchise.de

Deutscher Franchise Nehmer Verband e.V. (DFNV): www.dfnv.de

Die Verbände haben Informationen über erfolgreiche Franchise-Systeme und geben Adressen von spezialisierten Beratern und Rechtsanwälten sowie eine Übersicht europäischer und internationaler Franchise-Verbände heraus

► Unternehmensnachfolge

Im Zeitraum von 2005 bis 2009 ist schätzungsweise jedes sechste Familienunternehmen von einer Übergabe an einen Nachfolger betroffen (IfM Bonn). Wer ein eingeführtes Unternehmen übernehmen möchte, kann auf verschiedenen Wegen danach suchen:

► auf Inserate in Fachzeitsungen und -zeitschriften achten

► Nachfolgebörsen von Kammern oder Berufsverbänden nutzen

► Unternehmensbörse nexxt-change nutzen (auf Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gemeinsam mit der KfW und vielen anderen Partnern aus Verbänden und Institutionen); www.nexxt.org

► Patentrecherchen

Das Deutsche Patent- und Markenamt bietet nicht verwertete Patente zur wirtschaftlichen Nutzung an:

www.dpma.de. Der InnovationMarket bietet zudem Börsen sowohl für Unternehmen, die sich für eine passende Innovation präsentieren wollen als auch für Innovationen-Angebote, die einen Nutzer suchen:

www.innovationmarket.de

Ein-Personen-Haushalte



Geschäftsideen durch Kreativitätstechniken finden

Jeder kreative „Schöpfer“ weiß: Innovationen sind nur zu zehn Prozent Inspiration und zu 90 Prozent harte Arbeit. Mithilfe von Kreativitätstechniken kann man diese Arbeit Schritt für Schritt erledigen. Wobei nicht unbedingt immer ein „großer Wurf“ dabei herauspringen muss. Lassen Sie sich also nicht entmutigen, wenn Ihnen nicht sofort eine zündende Idee „zufliegt“.

Die vier Grundregeln für alle Kreativitätstechniken

1. Jede Form von Kritik oder Wertung ist in der Phase der Ideenfindung verboten. Die Ideenbewertung folgt später.

2. Je mehr Ideen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch nützliche Beiträge darunter sind.
3. Die Teilnehmer sollen ihrer Phantasie freien Lauf lassen, um originelle und neuartige Ideen zu entwickeln.
4. Teilnehmer sollten Ideen der anderen aufgreifen und weiterentwickeln.

Merkmalsauflistung

Wie? Notieren Sie die wichtigsten Merkmale eines bereits existierenden Produkts oder einer Dienstleistung: Form, Größe, Design, Material, Farbe, Aufgabe, Preis usw. Lassen sich diese Merkmale modifizieren, also ersetzen,

anders verwenden, umgestalten oder anders kombinieren, um ein Produkt bzw. eine Dienstleistung besser oder attraktiver zu machen?

Wann? Eine Merkmalsauflistung wird in der Regel betrieben, wenn bei Marketingüberlegungen in Unternehmen bestehende Produkte verändert und weiterentwickelt werden sollen.

Brainstorming

Wie? Sechs bis zehn Teilnehmer einer Brainstormingsitzung (20 bis 40 Minuten) sollen spontan und ungehemmt eine große Anzahl von Ideen zu einem Thema oder einem Problem äußern und notieren, die im Nachhinein gemeinsam bewertet und weiterentwickelt werden können.

Wann? Brainstorming eignet sich besonders für die Bereiche, in denen viele verschiedene Einfälle und Problemlösungen denkbar sind (z. B. Werbung). Weniger geeignet ist die Methode bei engen und schwierigen Problemstellungen, für die es womöglich nur eine einzige richtige Lösung gibt. Auch sollte Brainstorming nicht eingesetzt

werden, wenn zur Lösung eines Problems Spezialwissen erforderlich ist und die Gruppe nicht nur aus Experten besteht. Problematisch ist der Einsatz des Brainstormings, wenn in der Teilnehmergruppe Spannungen bestehen oder einzelne Teilnehmer höherrangig sind als andere. Dies hemmt die Spontaneität und den Mut, „verrückte“ Ideen zu äußern.

Brainwriting – Methode 635

Wie? Beim Brainstorming werden Ideen häufig nicht im gewünschten Maße aufgegriffen und weiterentwickelt. Genau dabei kann die Brainwriting-Methode 635 helfen. Sie heißt so, weil 6 Teilnehmer jeweils 3 Ideen in jeweils 5 Minuten in ein Formblatt eintragen. Jeder Teilnehmer gibt sein Blatt dann im Uhrzeigersinn an seinen Nachbarn weiter. Dieser soll die 3 vorhandenen Ideen so weiterentwickeln, dass daraus wiederum 3 neue Ideen entstehen. Resultat im Idealfall: 108 (3 x 6 x 6) neue Ideen innerhalb von 30 Minuten.

Wann? Die Brainwriting-Methode sollte man besonders dann wählen, wenn bei einer Gruppendiskussion Spannungen

und Konflikte zu befürchten sind oder die Gefahr besteht, dass z. B. die notwendige Freiheit für ein Brainstorming von dominanten Teilnehmern eingengt würde.

Morphologischer Kasten

Wie? Mit Hilfe des Morphologischen Kastens sollen alle denkbaren Lösungen einer Problemstellung, also alle denkbaren Attribute eines Produkts (Beispiel: Wie sollte ein Jugend-Fahrrad ausgestattet sein?) oder einer Dienstleistung systematisch zusammengetragen werden. Dazu müssen zunächst alle entscheidenden Teilprobleme (Rahmenform, Bremsen, Gangschaltung usw.) ermittelt werden (z. B. durch ein Brainstorming). Zu den Teilproblemen werden nun verschiedene Lösungsalternativen erarbeitet und nebeneinander notiert. Einzelne Lösungsvarianten pro Teilproblem lassen sich nun zu Gesamtlösungen kombinieren. Aus den verschiedenen möglichen Kombinationen lässt sich dann die beste auswählen.

Wann? Die Methode eignet sich für komplexe und abgegrenzte Problemstellungen.

Morphologischer Kasten zum Beispiel „Das ideale Jugendrad“

Verschiedene Fahrradtypen sind in technischen Details (Teilprobleme) unterschiedlich ausgestattet (Lösungen). Aus der Fülle der hier ermittelten Lösungsmöglichkeiten ist exemplarisch das „ideale Jugendrad“ zusammengesetzt (blau unterlegt).

Teilproblem	Lösungsmöglichkeiten					
	Typ Herrenrad	Typ Damenrad	Typ Mountainbike	Typ Rennrad	Typ Klapprad	usw.
Rahmenmaterial	Aluminium	Carbon	Stahl	Holz	Kunststoff	usw.
Felgen	Alufelgen u. Speichen	Stahlfelgen u. Speichen	Kunststoff-Felgen u. Speichen	vollverkleidete Felgen ohne Speichen	Alufelgen u. Speichen	usw.
Reifen	Vollgummi	schlauchlose Reifen	Mantel u. Schlauch	schlauchlose Reifen	Mantel u. Schlauch	usw.
Bremse	Scheibenbremse	Mittelzugbremse	Trommelbremse	Seitenanzugbremse	Reifenbremse	usw.
usw.	usw.	usw.	usw.	usw.	usw.	usw.

Quelle: Holger Schmidt, Existenzgründungsbereiche für Hochschulabsolventen, Trier 1999

Trends: Ideen für neuen Bedarf entwickeln

Die Zeiten ändern sich. Wir erleben eine Phase des Wandels und der Umstrukturierung: Faktoren wie die alternde Gesellschaft, zunehmende Vereinzelung oder die digitale Vernetzung bringen viele gesellschaftliche Herausforderungen mit sich. Diese sind zugleich Chancen für neue Geschäftsideen.

Trend 1 „Singleisierung“: Selbstverwirklichung als Lebensprinzip

Der Anteil von Single-Haushalten nähert sich in einigen deutschen Städten der 50-Prozent-Marke. Längst leben darin nicht nur Studierende oder Witwen, sondern auch Geschiedene, Partner aus Fernbeziehungen und junge Arbeitnehmer, die sich später binden und Familien gründen. Single-Kulturen prägen eine Lebenshaltung der Autonomie. Selbstverwirklichung und Multi-Option gewinnen als Lebensprinzip an Bedeutung. Die meisten Singles sind allerdings Individualisten auf Bindungssuche. In nur vier Prozent der Fälle ist das dauerhafte Leben allein die persönlich favorisierte Lebensform. Freunde werden zur Ersatzfamilie, ergänzt durch soziale Netzwerkkontakte: im Durchschnitt neun enge Freunde und 155 Kontakte (Psychologie Heute 6/08).

Trend 2 „Patchwork-Familien“: Auflösung traditioneller Familienstrukturen

Bindungen werden flexibler. Trennungen sind „normal“ (Scheidungsrate in Deutschland: 40 Prozent). Fast zwei Drittel aller Partnerschaften hierzulande dauern weniger als sechs Jahre (ElitePartner 2008). In vielen leben Kinder aus mehreren Lebensgemeinschaften. Die familiären Qualitäten Liebe, Nestwärme und Kontinuität behalten für den Einzelnen zwar ihre Strahlkraft, doch das Gesamtkonstrukt Familie wird zunehmend als Kraftakt empfunden. Laut Trendbüro Werte-Index 2009 verbinden Menschen mit Familie heute überwiegend Sorgen und Pflichten. Der Wunsch nach intakter Familie kollidiert mit der Kaum-Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Trend 3 „Lebensunternehmer“: Beruflich und privat erfolgreich sein

Leistungsbereit, leistungsfähig und flexibel sein: Das sind typische Anforderungen des modernen Arbeitsmarktes. Klassische „Nine-to-five-Arbeitsstrukturen“ nehmen ab, befristete Verträge, Projektarbeit, Zeitarbeit und Freiberuflichkeit nehmen zu. Damit verbunden ist die Notwendigkeit, Arbeits-, Familien- und Freizeit in ein neues Verhältnis zu bringen. Fast jeder zweite arbeitende Europäer ist für seinen Job umgezogen, pendelt oder verbringt mehr als 60 Nächte pro Jahr auf Dienstreisen (Gutenberg-Universität 2008). Im individuellen Management der selbstbestimmten Lebensführung, Arbeits- und Freizeitleben perfekt aufeinander abzustimmen und zu gestalten, liegt die große Herausforderung.

Trend 4 „Netzwerkökonomie: Vernetzung durch alle Ebenen und Geschäftsbereiche

Mit dem Internet allgemein und besonders der Einbindung jedes Einzelnen durch Web 2.0 verändern sich die Strukturen unserer Gesellschaft und Wirtschaft. Top-down-Hierarchien werden von partizipativen Bottom-up-Organisationen ersetzt. Kooperationsfähigkeit, Kommunikation der einzelnen Netzwerkknoten und Open-Source-Konzepte bilden den Wirkungsrahmen für Innovation und Kreativität im 21. Jahrhundert. Die Herausforderungen liegen in der sorgfältigen Datenverwaltung und profiligen Kommunikation. Kunden können zu Werbern, Verkäufern, Entwicklern oder gar Co-Produzenten werden. Medienkompetenz und Kommunikationsfähigkeit sind die neuen entscheidenden Qualifikationen für den Strukturwandel. Kreativität, Flexibilität und Wissensvorsprung sind die entscheidenden Größen.

Trend 5 „Altersbeben“: Healthstyle ist der neue Lifestyle

Der kontinuierliche Anstieg der Lebenserwartung bei besserer Gesundheit verändert unsere Altersstruktur. Wir alle werden länger alt als jung sein. Die Anzahl der über 60-Jährigen wird sich bis 2050 verdoppeln und neue Wohn- und Lebensformen mit sich bringen. Den meisten Baby-Boomern erscheint der Ruhestand unattraktiv. Der Gesundheitsmarkt trennt sich vom Krankheitsmarkt. Prävention, Fitness und Genuss verschmelzen zu einem wachsenden Well-Being-Markt, der auch von den jüngeren Leistungsträgern stark nachgefragt wird. Private Gesundheitsausgaben stiegen in den letzten 25 Jahren um rund 60 Prozent. Gesundheit, Schönheit und anhaltende Jugend werden die zentralen Werte in unserer alternden Gesellschaft. Zugleich wird der Anstieg der Pflegekosten Familien wieder zusammenführen oder Lösungen wie Mehrgenerationenhäuser, Senioren-WGs oder Nachbarschaftshilfe erfordern, bei denen alle Beteiligten möglichst lange selbstbestimmt und unabhängig agieren können.

Kurzleitfaden: Geschäftsidee prüfen

Stellen Sie fest, wie der Markt für Ihre Geschäftsidee aussieht. Wer interessiert sich z. B. für Ihr Angebot? Das können Sie herausfinden, indem Sie potenzielle Kunden ansprechen: auf der Straße oder an den Orten, wo sich Ihre zukünftigen Kundengruppen aufhalten. Wenn Sie z. B. etwas für Sportinteressierte anbieten, gehen Sie in die Nähe von Fitnesscentern oder Sportplätzen, wenn Sie einen Hundauslaufservice gründen möchten, wenden Sie sich gezielt an Hundebesitzer auf der Straße. Arbeiten Sie einen kleinen Fragebogen aus und sprechen Sie zwischen 100 und 125 Menschen an. Stellen Sie Ihre Geschäftsidee kurz vor und stellen Sie Ihre Fragen (aber nicht mehr als fünf, schließlich wollen Sie Ihre zukünftigen Kunden nicht verprellen).

1. Geben Sie Ihren Gesprächspartnern eine Kurzdarstellung Ihrer Geschäftsidee (Faustregel: drei Sätze in höchstens 20 Sekunden).

2. Frage zum Bedarf: Können Sie dieses Produkt bzw. diese Dienstleistung gebrauchen?

Ja Nein Vielleicht

3. Frage zum Preis: Würden Sie meinen Preis von ... Euro bezahlen?

Ja Nein Vielleicht

4. Frage zum Kaufverhalten: Welche (ähnlichen) Produkte bzw. Dienstleistungen kaufen Sie sonst?

Auswertung

Ergebnis der Markterkundung sollte sein, dass mindestens 45 Prozent der Befragten auf Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung und Ihren Preis positiv reagieren.

Wenn nicht:

Passen Sie ggf. Ihr Angebot den Kaufgewohnheiten und Vorlieben der Kunden an.

Passen Sie ggf. den Preis an. Dafür müssen Sie eventuell Kosten einsparen.

Zehn Tipps für die Suche nach Geschäftsideen

1. Nichts ist unmöglich. Lassen Sie sich von scheinbar verrückten Ideen nicht abschrecken, sondern denken Sie ernsthaft darüber nach.
2. Haben Sie ein waches Auge auf und ein offenes Ohr für Ihre Mitmenschen: Was kaufen sie (beziehungsweise was kaufen sie nicht), was lesen sie, worüber klagen sie – und vor allem: Was wünschen sie?
3. Denken Sie zunächst über Geschäftsideen und Marktnischen in jenen Branchen nach, in denen Sie sich auskennen. Denn wer über die nötigen Branchenkenntnisse sowie über entsprechende Verbindungen verfügt, tut sich bei der Umsetzung der Geschäftsidee erfahrungsgemäß erheblich leichter.
4. Setzen Sie sich niemals unter Zeitdruck. Vielleicht stoßen Sie ganz spontan auf eine lukrative Marktnische, wahrscheinlich aber müssen Sie wochen- oder monatelang recherchieren. Nehmen Sie sich also ausreichend Zeit.
5. Halten Sie alle Ideen fest. Jeder Einfall verdient es, notiert zu werden. Stöbern Sie gelegentlich in Ihrer individuellen Ideensammlung. Erst wenn Sie dabei zu der Erkenntnis gelangen, dass die eine oder andere Idee doch wenig Aussicht auf Erfolg verheißt, streichen Sie den Einfall aus Ihrer Liste.
6. Ihre Geschäftsidee sollte Ihnen persönlich zwar Spaß machen, dennoch sollten Sie sich nicht in ein Projekt „verlieben“. Denn Liebe kann auch im Geschäftsleben blind machen. Bleiben Sie also auf kritischer Distanz.
7. Bleiben Sie realistisch: Die perfekte Geschäftsidee nutzt nichts, wenn sie sich als nicht finanzierbar erweist.
8. Sprechen Sie mit Freunden und Bekannten über Ihre Pläne. Nehmen Sie deren Reaktionen nüchtern zur Kenntnis. Lassen Sie sich weder beirren noch in eine unrealistische Euphorie stürzen. Vorsicht: Schwingen Sie jedoch über Ihre Pläne gegenüber Zeitgenossen, die ebenfalls auf der Suche nach Geschäftsideen sind. Jeder zusätzliche Mitbewerber könnte Ihren Erfolg gefährden.
9. Informieren Sie sich umfassend über die Branche, in der Sie tätig werden wollen. Sammeln Sie Informationen über Ihre Mitbewerber (viele Firmenprofile können zum Beispiel gegen Gebühr über Internet abgerufen werden).
10. Tragen Sie systematisch nachvollziehbare Argumente zusammen, die für Ihre Idee sprechen. Sammeln Sie zum Beispiel Statistiken und Zeitungsausschnitte, fordern Sie eventuelle Studien an, fragen Sie bei

Kammern (IHK und HWK) oder bei Ihrer Hausbank nach Branchenberichten. Je konkreter und faktenreicher Sie später Ihre Idee darstellen, desto günstiger ist Ihre Chance, eine solide Finanzierung auf die Beine zu stellen.

Quelle: Michael Brückner, Andrea Przyklen: Geschäftsideen erfolgreich umsetzen. WRS-Verlag, Planegg.

Print- und Online-Informationen

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)

Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

Bestellmöglichkeiten:

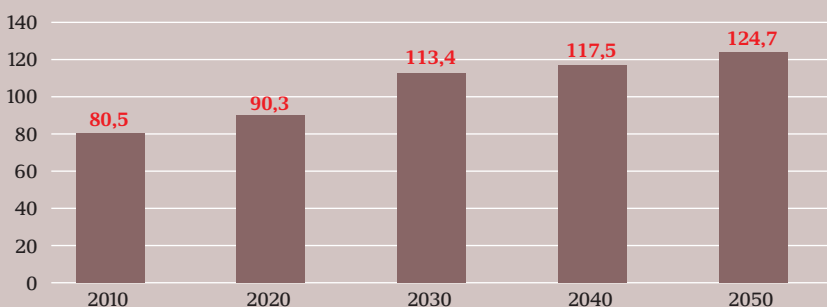
Bestelltel.: 03018 615 4171
 bmwi@gvp-bonn.de
 Download u. Bestellfunktion:
 www.existenzgruender.de

Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de
- ▶ BMWi-Unternehmensportal
www.bmwi-unternehmensportal.de

Bevölkerungsentwicklung

Anteil der 60-Jährigen und Älteren an den 20- bis 60-Jährigen in Prozent



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2006

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi)
 Öffentlichkeitsarbeit
 11019 Berlin
 info@bmwi.bund.de
 www.bmwi.de

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Birgit Gebhardt, Trendbüro Hamburg

Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Druck:

Harzdruckerei GmbH, Wernigerode

Auflage: 30.000

Hinweis in eigener Sache:

Aus technischen Gründen kann jeder Abonnent jeweils nur ein Exemplar der GründerZeiten erhalten. Einzelne Ausgaben können in höherer Zahl extra bestellt werden. Wir bitten um Ihr Verständnis.