

# Finden Sie die passende Geschäftsidee

Am Anfang eines jeden Businessplans steht zunächst einmal eine Geschäftsidee. Sie stellt sozusagen die Keimzelle dar, aus der der gesamte Businessplan wächst und hoffentlich gedeiht. Erfüllt Ihre Geschäftsidee die im Folgenden beschriebenen drei Bedingungen? Oder sind Sie noch auf der Suche nach einer zündenden Idee?

**Drei Bedingungen**

## Was macht eine gute Geschäftsidee aus?

Wenn Sie sich selbständig machen wollen, sollten Sie eine Geschäftsidee finden,

1. in die Sie möglichst viel von Ihrem bisher erworbenen Know-how einbringen können. Sie sollte also möglichst auf einer Tätigkeit beruhen, bei der Sie nicht ganz von vorne anfangen müssen.
2. die zu Ihnen und Ihren persönlichen Stärken passt, Ihnen auch langfristig Spaß macht und dadurch innere Energien freisetzt.
3. nach der echte Nachfrage besteht, mit der Sie also dauerhaft ausreichend Geld verdienen können, um Ihren Lebensunterhalt zu sichern.

Ideal ist es, wenn alle drei Bedingungen erfüllt sind. Oft widersprechen sich jedoch die erste Bedingung („Erfahrung“) und die zweite („Spaß“) so sehr, dass Sie sich bewusst für oder gegen einen beruflichen Neuanfang entscheiden müssen. Die dritte Bedingung („Nachfrage“) muss immer gegeben sein. Diese Voraussetzung ist so wichtig, dass sie uns weit über dieses Kapitel hinaus beschäftigen wird.

**Beruflicher Neuanfang**

## Off ist die Geschäftsidee ganz nahe liegend

### Fachliches Know-how

Die Arbeit, die Sie bisher als Angestellter gemacht haben, wollen Sie künftig als Selbständiger anbieten. Das ist gut, denn Sie verfügen über das nötige fachliche Know-how. Vielleicht spezialisieren Sie sich auf einen Aspekt Ihrer bisherigen Tätigkeit, der Ihnen besonders viel Freude bereitet hat. Eventuell können Sie diese Leistung als Selbständiger preisgünstiger oder in höherer Qualität anbieten als Ihr bisheriger Arbeitgeber. Wenn Sie Glück haben, ist es möglich, Kunden Ihres Arbeitgebers zu übernehmen, oder Ihr bisheriger Arbeitgeber selbst wird Ihr erster Auftraggeber. Was auch immer auf Sie zutrifft, entscheidend für Ihren Erfolg ist, dass Sie in der Lage sind, schnell und in ausreichender Zahl zusätzliche Kunden zu akquirieren. Der Businessplan wird Ihnen dabei helfen herauszufinden, ob Ihre Geschäftsidee dies hergibt.

## Oder wollen Sie etwas ganz Neues anfangen?

### Krise der Branche

Vielleicht ist es bei Ihnen aber auch ganz anders: Sie möchten gerade nicht dasselbe machen wie bisher. Die Branche, aus der Sie kommen, befindet sich in einer Krise. Oder Ihre Tätigkeit hat Ihnen einfach keinen Spaß mehr gemacht. Sie wollen etwas Neues beginnen. Dann müssen Sie an Ihrer Geschäftsidee noch feilen oder überhaupt erst eine finden, die zu Ihnen und Ihren Fähigkeiten passt. Auch dann gilt: Sobald Sie eine Idee näher ins Auge fassen, überprüfen Sie die Umsetzbarkeit, indem Sie einen Businessplan erstellen.

### Umsetzbarkeit prüfen

## Besteht ausreichend Nachfrage?

Ein Unternehmer sieht Chancen, wo andere sich ärgern, etwas vermissen oder über Probleme klagen: Er erkennt ein bestimmtes Bedürfnis. Um dieses zu befriedigen, kann es durchaus genügen, vorhandene Informationen und Lösungen neu zu kombinieren. Der Schlüssel zum Erfolg ist das genaue Verständnis dessen, was der potenzielle Kunde will. Das gilt

vor allem, wenn dessen Wünsche bisher von anderen nicht so klar wahrgenommen wurden und diese durch Ihr Angebot bequemer oder billiger befriedigt werden können.

Viele schöne Geschäftsideen kranken aber daran, dass es einfach nicht genug Nachfrage nach der Leistung gibt, die angeboten werden soll. Freunde und Bekannte finden die Idee vielleicht witzig und originell, aber zu wenig Leute wären bereit, für das Produkt oder die Dienstleistung auch tatsächlich Geld auszugeben. Um dies herauszufinden, sollten Sie prüfen, ob Ihre Geschäftsidee tragfähig ist und potenzielle Kunden überzeugen kann. Wie Sie dies feststellen können, erfahren Sie ab Seite 65.

**Nachfrage  
nach der  
Leistung**

## Wann sollten Sie einen Neuanfang wagen?

Viele Angestellte entfernen sich im Lauf ihrer beruflichen Entwicklung immer weiter von den Tätigkeiten, die ihnen wirklich Freude bereiten. Im Interesse der Karriere, mit Rücksicht auf den Betrieb oder mangels Alternativen haben sie sich weit von dem wegbewegt, was sie eigentlich tun wollen und was ihren Fähigkeiten am besten entspricht. Wer dann – trotz all dieser Opfer und Kompromisse – arbeitslos wird, ist meist tief enttäuscht. Die dem Arbeitgeber entgegengebrachte Loyalität wurde nicht honoriert.

**Berufliche  
Entwicklung**

Es liegt in der Logik dieser Situation, dass dadurch auch das eigene Selbstbewusstsein stark erschüttert wird. Ein derartiges Scheitern kann verschiedene Ursachen haben, die mit der Marktentwicklung oder dem Wettbewerb in der Branche Ihres Arbeitgebers, den eigenen Fähigkeiten oder auch Ihrer persönlichen Entwicklung zu tun haben. Nehmen Sie eine schonungslose Analyse Ihrer eigenen Situation vor. Letztlich stehen Sie vor der Alternative, ob Sie sich weiterhin in Ihrem bisherigen Arbeitsfeld betätigen oder einen neuen Weg beschreiten wollen.

**Analyse der  
Situation**

## Nehmen Sie sich eine Auszeit und experimentieren Sie

Wenn Sie Ihre Stelle gerade erst verloren haben oder nach einer Phase hektischer Bewerbungen zu dem Schluss kommen, dass Sie in absehbarer Zeit keine angemessene Stelle finden werden, sollten Sie sich bewusst einige Wochen Auszeit gönnen. Bewerben Sie sich währenddessen nicht weiter, sondern legen Sie eine Phase der Besinnung ein, in der Sie sich Ihrer Trauer über den Verlust des Bisherigen ganz bewusst stellen und sich dabei zugleich für neue Dinge öffnen.

### Alte Bahnen verlassen

Unternehmen Sie etwas, das Sie persönlich schon lange tun wollten, wofür Sie aber nie Zeit hatten. Verlassen Sie alte Bahnen und lernen Sie etwas Neues: zum Beispiel in einem Intensiv-Sprachkurs, wenn Sie schon lange eine Fremdsprache lernen wollten. Oder wandern Sie quer über die Alpen nach Italien. Am besten wählen Sie etwas aus, das Ihnen Spaß macht und ein wenig ungewöhnlich ist. Planen Sie dieses Vorhaben ruhig auch ohne Ihren Partner oder Ihre Familie, sodass Sie bei diesem Abenteuer neue Menschen kennenlernen können.

### Neues Vertrauen

Wenn Sie sich darauf einlassen, gewinnen Sie Distanz zu Ihrem „bisherigen Leben“, Sie öffnen sich für die anstehenden Veränderungen und gewinnen neues Vertrauen in Ihre Fähigkeiten, Unbekanntes kennenzulernen und ausstehende Probleme eigenständig zu lösen. Bald schon werden Sie Ihre neu gewonnene Freiheit schätzen.

Nach dieser Auszeit sollten Sie sich aktiv auf die Suche begeben. Experimentieren Sie, machen Sie möglichst viele neue Erfahrungen, um herauszufinden, wo Ihre berufliche Zukunft liegen könnte. Nehmen Sie sich auch dafür bewusst einige Wochen Zeit. Setzen Sie sich nicht unter Erfolgsdruck, die erste Idee muss nicht gleich die richtige sein. Geben Sie sich den Raum, Neues auszuprobieren, und lassen Sie sich von Ihren Interessen und Wünschen leiten.

## Was Sie sich fragen sollten

Um einer passenden Idee näher zu kommen, können Sie sich die folgenden Fragen stellen: Welche Aspekte meines Berufs machen mir am meisten Spaß? Welche meiner Fähigkeiten werden von meinen Kollegen besonders geschätzt? Bei welchen Aufgaben bin ich erfolgreich? Oder bin ich in meinem Freundeskreis bekannt für ein bestimmtes Hobby oder privates Engagement?

Sie können während dieser Zeit zum Beispiel ein ehrenamtliches Engagement oder eine nebenberufliche Tätigkeit ausüben, eine kurze Ausbildung absolvieren oder ein Hobby intensivieren. Ihr Ziel dabei ist nicht, dass Sie sich beschäftigt halten, sondern Sie werden viel über sich lernen und nach und nach herausfinden, wie Ihre Zukunft aussehen könnte.

Vielleicht führt Sie Ihr Interesse an einem ganz bestimmten Thema direkt zu Ihrer Zielgruppe, die für Ihre künftige Firma von Bedeutung ist. Vielleicht wissen Sie auch schon seit langem, dass Sie künftig mit einer bestimmten Gruppe von Menschen mehr zu tun haben wollen. Dann können Sie die Experimentierphase nutzen, um ganz ohne Erfolgsdruck mit dieser Zielgruppe in Kontakt zu kommen und Genaueres über ihre Bedürfnisse zu erfahren.

**Perspektiven  
schaffen**

### TIPP

#### **Lassen Sie sich beraten**

Dieser Erkenntnisprozess lässt sich intensivieren und unterstützen, indem Sie Beratung in Anspruch nehmen. Inzwischen gibt es Coaches, die sich auf das Thema Zielfindung und -erreicherung spezialisiert haben. Sie helfen dabei, die richtigen Ziele zu finden. Auch das Gespräch mit anderen, die sich in derselben Situation wie Sie befinden oder schon einen Schritt weiter sind, wird Ihnen helfen zu entdecken, was Sie wirklich wollen.

## Gute Geschäftsideen übernehmen

Häufig zerbrechen sich zukünftige Gründer lange den Kopf, um auf eine möglichst ausgefallene Idee zu kommen. Doch Sie müssen nicht unbedingt eine eigene Geschäftsidee entwickeln und das Rad neu erfinden. Es kann sehr viel aussichtsreicher sein, eine Geschäftsidee zu übernehmen, die bereits erfolgreich erprobt wurde.

### Erfolgreiche Vorbilder nachahmen

**Blick über  
den Teller-  
rand**

Oft kommen demjenigen die besten Ideen, der über den Tellerrand schaut – ins Ausland, vor allem in die USA, oder in andere Branchen, die in dem für ihn wichtigen Zusammenhang führend sind. Eine Position weit vorn hat häufig mit der Verbreitung von Basistechnologien zu tun: Die USA sind uns bei der Verbreitung vieler neuer Technologien um Jahre oder doch zumindest viele Monate voraus. Das lässt sich zum Beispiel am Prozentsatz der Bevölkerung mit Internetzugang messen. Neue Produkte und Dienstleistungen setzen häufig einen bestimmten Verbreitungsgrad einer solchen Basistechnologie voraus, weshalb sie in den USA sehr viel früher rentabel angeboten werden können als bei uns. Zudem bieten die USA einen größeren homogenen Binnenmarkt, sodass auch früher als bei uns die nötige absolute Marktgröße erreicht werden kann. Das ist einer der Gründe, warum viele Trends und neue Geschäftsmodelle, die in den USA Erfolg haben, mit ziemlich genau vorhersagbarer zeitlicher Verzögerung auch in Deutschland erfolgreich umgesetzt werden. Dies gilt natürlich ganz besonders für Computer und das Internet, aber beispielsweise auch für Bankprodukte wie Kreditkarten oder bestimmte Formen von Wertpapieren. Auch in Japan sind viele Technologien zuerst zur Marktreife gelangt: Faxgeräte, Fertigungsroboter, Digitalkameras und Flachbildfernseher etwa. Je nach Branche lohnt sich auch der Blick in andere Staaten, wie uns die Industriegeschichte zeigt: So war

**Basis-  
technologie**

Skandinavien der führende Markt für Mobilfunk, Südkorea für Breitband-Internet, Frankreich für Smartcards und Dänemark für Windenergie. Oft sind diese Technologien in anderen Ländern erfunden worden, doch entscheidend ist, wo sie sich früh verbreitet haben.

Auch der Blick in andere Branchen kann hilfreich sein, zum Beispiel, weil die Kunden dort im Durchschnitt jünger sind. Hier verbreiten sich neue Technologien, Vertriebsmethoden, Preismodelle usw. generell früher als in Branchen mit eher konservativen Kunden. Und Trends, die Sie in einer besonders fortschrittlichen Branche entdecken, lassen sich möglicherweise ebenso auf etabliertere Geschäftsbereiche übertragen – ebenfalls mit relativ genau berechenbarer zeitlicher Verzögerung.

Auf diese Weise bieten sich Chancen für Neugründer, die Lücken mit einer eigenen Geschäftsidee zu füllen. Ein erster Schritt, um mehr über Entwicklungen in anderen Ländern oder Branchen zu erfahren, besteht darin, ausländische Zeitungen, Wirtschafts- und Fachzeitschriften sowie das Internet auf solche Tendenzen hin zu überprüfen, um entsprechende Informationen aufzuspüren.

## Geschäftsideen vom laufenden Band

Zudem gibt es Verlage und Internetseiten, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, systematisch Geschäftsideen zu sammeln und ausführliche Beschreibungen anzubieten – einzeln oder im Abonnement. Aber Vorsicht: Mit diesen Ideen verhält es sich ähnlich wie mit Erfolgsgeschichten über originelle Gründungen, die in Zeitungen und Zeitschriften zu finden sind. Um eine große Zielgruppe anzusprechen, werden sehr oft solche Unternehmen vorgestellt, die von jedermann ohne irgendeine spezifische berufliche Erfahrung realisiert werden können. Daher wird sich möglicherweise eine ganze Reihe von Nachahmern zeitgleich mit genau der gleichen Idee selbständig machen.

**Vorsicht**

**TIPP**

**Vorsicht beim Ideensammeln**

Manche dieser Einfälle sind zuvor nur ein einziges Mal umgesetzt worden, wenn überhaupt. Achten Sie daher darauf, ob der zitierte Gründer bereits erfolgreich agiert oder ob er sein originelles Vorhaben deswegen in die Medien bringt, weil er selbst noch auf der Suche nach Kunden ist.

**Anregungen** Sicher spricht nichts dagegen, sich in Zeitungen, Zeitschriften oder im Internet Anregungen zu holen, solange Sie ein potenzielles Geschäftsmodell genauso kritisch hinterfragen und testen, als wäre es Ihre eigene Idee.

**Franchise**

**Vorteil** Das bekannteste Beispiel für ein Franchise-Unternehmen ist McDonalds. Der Vorteil dieser Art der Gründung: Sie bekommen einen fertigen und erprobten Plan für den Aufbau Ihres Geschäfts. Der Businessplan, die Produkte, die Marketinginstrumente – alles ist schon vorhanden und meist in einem umfangreichen Handbuch dargestellt. Viele, wenn auch keineswegs alle Franchise-Systeme sind bereits am Markt etabliert oder verfügen über eine bekannte Marke. Einkauf und Marketing erledigt häufig der Franchise-Geber, ganz so, als würden Sie lediglich die Filiale einer großen Kette leiten.

**ACHTUNG**

**Die Kostenfalle**

Was zu beachten ist: Bevor Sie das Unternehmenskonzept lesen dürfen, müssen Sie eine Art Schutzgebühr bezahlen. Weitere Einstiegsgebühren und Kosten für Trainings und Einarbeitung kommen hinzu. Außerdem verpflichten Sie sich dazu, einen gewissen Prozentsatz Ihrer Einnahmen für die Franchise-Lizenz und für Marketingmaßnahmen an den Franchise-Geber abzugeben. Mit dem Einkauf, der über den Franchise-Geber abläuft, können ebenfalls zusätzliche versteckte Kosten verbunden sein.

Wenn Sie diese Art der Selbständigkeit ins Auge gefasst haben, sollten Sie das Franchise-Konzept sorgfältig prüfen. Achten Sie darauf, ob der Franchise-Geber Mitglied im Franchise-Verband ist. Beschäftigen Sie sich mit den folgenden Fragen: Wie viele Franchise-Betriebe hat der Franchise-Geber bereits aufgebaut? Wie viele davon werden selbst betrieben, wie viele durch Partner? Sprechen Sie mit Franchise-Nehmern an anderen Orten. Vergessen Sie nicht, dass der Franchise-Geber kein Arbeitgeber ist, sondern ein unabhängiger Geschäftspartner, der teilweise ganz andere Interessen verfolgt als Sie.

**TIPP****Verschaffen Sie sich einen Überblick**

Interessant und lehrreich ist ein Blick auf die Vielfalt der Geschäftsmodelle von Franchise-Gebern auf jeden Fall. Damit erhalten Sie gute Einblicke in durchdachte Geschäftskonzepte. Auf [www.jeder-ist-unternehmer.de/franchise](http://www.jeder-ist-unternehmer.de/franchise) finden Sie eine Übersicht über die wichtigsten Informationsquellen zum Thema Franchise.

## Strukturvertriebe und Multi-Level-Marketing (MLM)

Strukturvertriebe wenden sich insbesondere an Menschen, die einen selbständigen Nebenverdienst suchen, sprechen aber auch gezielt Arbeitslose an, die sich selbständig machen wollen. Viele von ihnen bezeichnen sich als Direktmarketing-, Netzwerk- oder Multilevel-Marketing-Unternehmen. Gerne vergleichen sie sich mit Franchise-Unternehmen und zitieren wissenschaftliche Untersuchungen, um ihre Seriosität zu betonen. In der Regel ist es nicht einfach, Strukturvertriebe zu erkennen. Zwar gibt es sie in allen Branchen, doch besonders häufig vertreiben sie Finanzdienstleistungen, Haushaltswaren und Nahrungsergänzungsmittel. Typisch sind hier überhöhte Preise, die durch die vermeintlich besonders hohe Qualität der Produkte gerechtfertigt werden.

**Selbständiger Nebenverdienst**

**Überhöhte Preise**

Die Produkte werden über ein Netzwerk von Vertriebsmitarbeitern verkauft, wobei jeder Vertriebsmitarbeiter sich wiederum „Unter-Vertriebsmitarbeiter“ suchen kann, an deren Erfolg er dann prozentual beteiligt ist. Diejenigen, die in dieser Pyramide sehr weit oben stehen, können dadurch sehr viel Geld verdienen und werden neuen Mitarbeitern als Vorbilder präsentiert. Ihr Erfolg kommt aber primär durch die Gewinnung neuer Mitarbeiter, nicht durch den Verkauf von Produkten zustande.

### Textbausteine

Häufig bieten Strukturvertriebe Gründern fertige Businesspläne oder Textbausteine, aber auch Beratung bei der Erstellung von Businessplänen an. In vielen Fällen führt dies dazu, dass Anträge auf Förderung von der Arbeitsagentur bewilligt werden. Gelegentlich werden Strukturvertriebe mangels Alternativen sogar von den Mitarbeitern der Arbeitsagentur empfohlen. Aber: Oftmals stellen sich die Annahmen in den Businessplänen als nur wenig realistisch heraus. Die Existenzgründung ist nicht erfolgreich und muss wieder aufgegeben werden. Damit ist die Chance einer geförderten Existenzgründung vertan. Lassen Sie Ihren Businessplan deshalb besser von einer vom Strukturvertrieb unabhängigen fachkundigen Stelle prüfen.

## Unternehmensübernahme

### Beteiligung

Eine weitere Alternative, die ebenfalls mit Gründungszuschuss gefördert wird, ist die Übernahme oder Beteiligung an einem bereits etablierten Unternehmen. Das war nicht immer so. Bis Mitte des Jahres 2006 gab es eine Förderung hierfür nur in Ausnahmefällen.

## Über den richtigen Umgang mit Ideen

### Konkurrenz

Kaum haben Sie Ihr Geschäft halbwegs aufgebaut, sind auch schon die ersten Wettbewerber da. Egal, ob die Idee einfach in der Luft lag oder die Konkurrenten Ihr Vorbild nachgeahmt haben: Sobald Sie entdecken, dass ein anderer Gründer oder ein etabliertes Unternehmen etwas Ähnliches anbietet wie Sie, werden Sie sich fragen, ob Sie das nicht verbieten lassen können.

## Der beste Schutz vor Nachahmern ist Schnelligkeit

Ganz klar: Gegen Nachahmer können Sie wenig tun. Geschäftsideen lassen sich rechtlich nicht schützen.

Nur in den seltensten Fällen dürfte ein Produkt so innovativ sein, dass Sie ein Patent anmelden können. Das ist auch gut so, weil sonst wahrscheinlich große Konzerne alles Mögliche schützen lassen würden, um sich lästigen Wettbewerb vom Hals zu halten. Am besten ist es, die Geschäftsidee selbst umzusetzen und dem Wettbewerb immer einen Schritt voraus zu sein:

- Wenn eine Zeitung Sie mit Ihrer neuartigen Geschäftsidee vorgestellt hat, werden es Wettbewerber schwer haben, dasselbe Medium zu nutzen.
- Vereinbaren Sie Kooperationen mit attraktiven strategischen Partnern, sodass für Ihre Nachahmer letztlich nur weniger verlockende Möglichkeiten offenbleiben.
- Sichern Sie sich die Zusammenarbeit mit den namhaftesten und rentabelsten Kunden in Ihrem Bereich.
- Wenn Sie sich einen hohen Marktanteil in Ihrer Nische erobert haben, könnten sich für Sie bestimmte Werbeformen lohnen, die für kleinere Wettbewerber zu teuer sind.
- Entwickeln Sie einen Markennamen, der für Qualität steht. Ihre Wettbewerber können dann dieselbe Leistung nur mit einem deutlichen Preisabschlag absetzen, weil sie weniger bekannt sind.
- Lassen Sie sich immer wieder etwas Neues einfallen, um Ihre Leistung besonders zu machen: Sie liefern nicht nur die neue Matratze, Sie entsorgen auch die alte. Zieht der Wettbewerb nach, dann nehmen Sie die alte Matratze sogar für zehn Euro in Zahlung.<sup>1</sup>

**Patent**

**Hoher  
Marktanteil**

<sup>1</sup> Das Beispiel stammt von dem Münchener Marketingberater Emil Hofmann.

## Der Eintritt in den Markt – First Mover versus Second Mover Advantage

### Der Erste am Markt

In manchen Fällen ist es besser, selbst der Nachahmer zu sein. Der Erste am Markt („First Mover“) bezahlt teures Lehrgeld bei der Entwicklung von Produkten. Hingegen kopiert der Nachahmer („Second Mover“) einfach das, was sich bereits bewährt hat, und verbessert es. Während der First Mover mühsam einen neuen Markt aufbaut, setzt sich der Second Mover ins gemachte Nest. Denken Sie daran: Viele Geschäftsideen funktionieren nur dann, wenn sie genau zum richtigen Zeitpunkt realisiert werden, nicht zu spät, aber auch auf keinen Fall zu früh. Fachleute sprechen von einem strategischen (Zeit-)Fenster („Window of Opportunity“), innerhalb dessen die idealen Bedingungen für den Einstieg in einen neuen Markt herrschen.

### Strategisches Zeitfenster

Wie sieht es mit Ihrer Idee aus? Hat sich das passende strategische Fenster geöffnet? Denken Sie darüber nach, denn auch wenn Ihre Leistung ganz konventionell ist, setzen Sie vielleicht auf eine ganz neue Art des Marketing oder des Vertriebs. Auch für die Einführung derartiger Methoden oder Vorgehensweisen kann es innerhalb Ihrer Zielgruppe einen idealen Zeitpunkt geben.

## Seien Sie kein Geheimniskrämer

### Zeitvorsprung

Immer wieder gibt es Gründer, die am liebsten niemandem von ihrer Geschäftsidee erzählen wollen. Sie bereiten alles im Geheimen vor, um den Zeitvorsprung gegenüber potenziellen Nachahmern zu vergrößern. Oftmals stellt sich dann zur Enttäuschung der Gründer heraus, dass die Welt nicht auf ihre Idee gewartet hat, sondern dass sie diese vielleicht überhaupt nicht versteht.

Von einer solchen Vorgehensweise kann nur eindringlich abgeraten werden. Wenn Sie mit anderen über Ihre Idee reden, haben Sie in der Regel viel mehr zu gewinnen als zu verlie-

ren. Die Befragung von Kunden und anderen Mitspielern auf dem Markt ist ganz entscheidend, wenn Sie die Inhalte Ihres Businessplans argumentativ untermauern wollen. Vielleicht lernen Sie auf diese Art und Weise auch schon Ihre ersten Kunden kennen. Auf jeden Fall beschleunigen Sie durch Gespräche über die Geschäftsidee Ihren Lernprozess ganz erheblich. Zudem schützen Sie Ihre Idee durch das höhere Tempo, mit dem Sie dann vorgehen können.

**Lernprozess**

**TIPP**

**Wagen Sie den ersten Schritt**

Welche Idee Sie auch immer realisieren wollen: Den Traum von der Selbständigkeit können Sie sich nur erfüllen, wenn Sie bereit sind, den ersten Schritt zu gehen, der aus Ihren Gedanken Realität werden lässt.