



Jetzt erst recht: Gründen in und nach der Krise

Die Liste ist lang: Lufthansa, Siemens, Karstadt-Kaufhof, BMW und zahlreiche andere bauen in großem Stil Personal ab. Das heißt dann „Anpassung an die aktuelle Situation“. Nur selten finden die gekündigten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sofort wieder den beruflichen Anschluss. Sie landen in Transfergesellschaften, in der Frühpensionierung oder als Zugang in der Arbeitslosen-Statistik. Nur wenige Firmen sind auf der Suche nach neuem Personal, dazu kommt nicht selten das fortgeschrittene Alter oder das Problem eines Wohnort-Wechsels. Was also tun in diesen ungewöhnlichen Zeiten? Eine der Antworten – und nicht die schlechteste: Gründen!

Ein komprimierter Fahrplan unseres Autors Emil Hofmann

Bin ich ein „Fall“ für die Selbständigkeit?

Zunächst gilt: Angst ist der denkbar schlechteste Ratgeber. Gefolgt von negativen Aussagen der Bekannten und Freunde. Was ist, wenn . . .? Wie hoch wird mein Einkommens sein? Wie lange muss ich jede Woche arbeiten? Kann ich dann noch in Urlaub fahren? Was werden die anderen über mich denken? Zugegeben: Manche Fragen haben eine gewisse Berechtigung. Permanente Zweifel aber hemmen jeden Schritt in ein selbst bestimmtes Berufsleben und sorgen so für ein schnelles Aus des Traums, spätestens wenn es an die ersten Seiten des Geschäftsplans geht. Und wenn die Familie nicht vorbehaltlos

hinter dem Plan steht, ist das Scheitern wahrscheinlicher als der baldige Start des eigenen Unternehmens. Kann ich mit Risiken umgehen, vor allem aber mit Menschen? Habe ich wenigstens ein paar Grundfertigkeiten, eine fundierte Berufserfahrung, vielleicht sogar ein bestehendes Netzwerk? Sind diese und andere Fragen geklärt, sollte es an das erste Gerüst für den Aufbau des eigenen Betriebs gehen. Und hier stehen viele „Bauhelfer“ bereit, die man nur aktivieren muss.

Wesentliche Auf- und Ausbaustufen in der Gründung

Oft ist es eine „Gründungs-Idee“, die aus einem Hobby heraus entsteht. Manch-

mal sind es Zufälle, Geistesblitze oder Ratschläge von Freunden. Man plant „so was in dieser Richtung“. Spätestens jetzt muss ein stringenter Fahrplan her, der nicht jedem Gründungswilligen gefällt, weil er auch unangenehme Fragen beinhaltet. Und eine der wichtigsten lautet: Kann ich mit dieser Idee, mit diesem Produkt oder meiner geplanten Dienstleistung meinen Lebensunterhalt bestreiten und ein richtiges Unternehmen draus machen? Und genau hier muss die zentrale Frage kommen: Welchen Nutzen hat der potentielle Kunde davon? Oder: Welches Bedürfnis des Kunden wird damit gelöst? Die schönste Idee ist für den Eimer, wenn es keine Käufer gibt, wenn diese keinen Sinn in