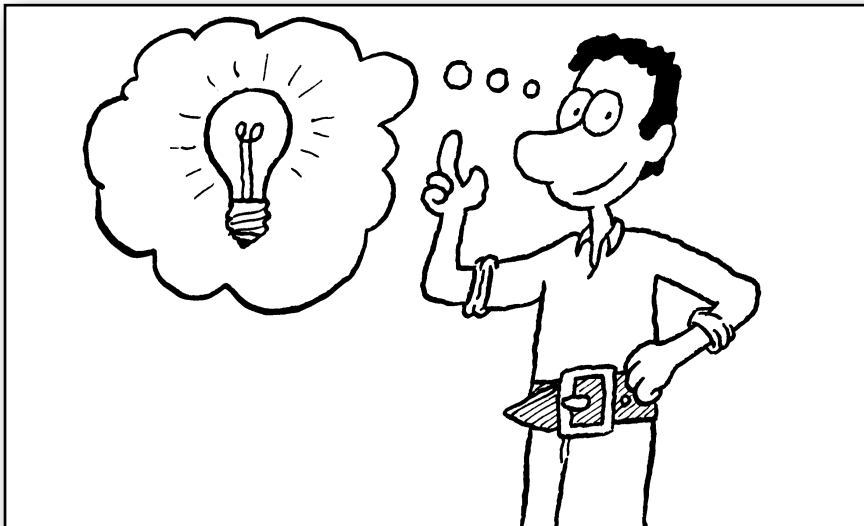


# Geschäftsideen finden und bewerten

Referent: Michael Timpe, Chefredakteur E-Mail: [mt@vnr.de](mailto:mt@vnr.de)



*„Der Erfolg einer Existenzgründung hängt entscheidend von der Qualität der Geschäftsidee, mit der Sie Geld verdienen und Erfolg haben wollen, ab. Nicht alles, was Sie für eine gute Idee halten könnten, kommt auch am Markt gut an.“* Quelle: BMWA

## 1. Grundsatz

Geschäftsideen entstehen immer dann, wenn sich Märkte neu entwickeln oder wenn Märkte ganz neu entstehen.

*„Geschäftsideen finden bedeutet, Märkte zu beobachten“*

## 2. Grundsatz

Eine Geschäftsidee ist immer dann Erfolg versprechend, wenn es eine genügend große Zahl an Kunden gibt, die bereit sind, für ein Angebot Geld zu bezahlen.

*„Geld gibt es nicht bei der Bank, Geld gibt es beim Kunden“*

## Geschäftsideen finden bedeutet Märkte beobachten

Schauen Sie über den Tellerrand hinaus. Beobachten Sie Marktentwicklungen und Marktveränderungen.

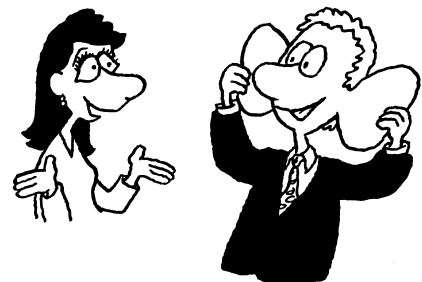
- Lesen Sie viel, auch Branchenfremdes und vor allem lesen Sie zwischen den Zeilen.

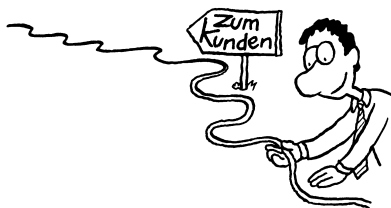
- Schauen Sie den Menschen aufs Maul; anders gesagt, hören Sie genau hin, welche Probleme die Menschen haben und denken Sie über mögliche Lösungsangebote nach.

- Surfen Sie im Internet, aber nicht nur in den bekannten Suchmaschinen. Tummeln Sie sich überall dort, wo Ihre Ziel- (Kunden-) gruppe ist, also zum Beispiel in den einschlägigen Foren und Chaträumen.

Halten Sie stets die Augen und Ohren nach neuen Ideen offen und stellen Sie sie auf den Prüfstand, ob sich daraus eine Geschäftschance für Sie ergibt.

Unternehmer haben immer ihr Unternehmen im Blick und damit die Frage, wie sie ihr Geschäft weiter ausbauen können.





## Suchen Sie den Weg zum Kunden

**Nur wenn Sie eine ausreichend große Zahl Kunden finden, die bereit ist, für Ihr Angebot, sei es eine Dienstleistung, eine Beratung oder ein Produkt, Geld zu bezahlen, haben Sie eine Erfolg versprechende Geschäftsidee.**

Es gibt sehr viele, sehr gute und originelle Ideen. Aber nur die wenigsten davon eignen sich auch als Erfolg versprechende Geschäftsidee. Sei es, weil die Rechtslage hierzulande die Umsetzung der Idee verhindert, sei es aber vor allem deshalb, weil die Marktlage nicht für die Geschäftsidee spricht.

Der einzige und entscheidende Maßstab für die Erfolgsaussichten ist aber, ob eine Geschäftsidee am Markt/beim Kunden ankommt. Ankommen nicht nur im Sinne von verbaler Zustimmung. Ankommen ganz klar im Sinne von kommerziellem Erfolg. Sie wollen/müssen von Ihrer Geschäftsidee leben!

Suchen Sie also unbedingt von Anfang an den Weg/Kontakt zum Kunden. Wenn möglich, testen Sie Ihre Geschäftsidee, etwa in dem Sie Testanzeigen aufgeben. Oder erst einmal auf Flohmärkten die Produkte anbieten, die Sie später in Ladengeschäft verkaufen wollen.

Auch wenn Sie Ihr Geschäft erfolgreich gestartet haben und betreiben - hören Sie auf die Wünsche und Vorstellungen Ihrer Kunden. Sie sind es, die Ihnen das Geld zum Leben geben!

### Ein Wort zum Thema Konkurrenz:

Wenn Sie eine Geschäftsidee umsetzen, bei der es bereits Konkurrenz gibt, ist es Ihre Aufgabe, der Konkurrenz ein Stück vom Kuchen abzunehmen.

## Kundenanalyse

### 1. Wer genau sind Ihre Kunden?

- Konsumenten, Business to Business
- Senioren, Jugendliche etc.
- Sind Sie von einer bestimmten Kundengruppe abhängig?
- Gibt es diese Kundengruppe auch morgen noch?

Ihre Angabe: .....

### 2. Wie groß ist die potenzielle Kundengruppe?

- 100 Einkommensmillionäre
- 1 Million Chinesen

Ihre Angabe: .....

### 3. Ist die Kundengruppe zahlungsfähig, aber auch zahlungswillig?

- Verfügt die Kundengruppe überhaupt über genügend Geld?
- Ist die Kundengruppe aber auch bereit, Geld für Ihr Angebot auszugeben?

Ihre Angabe: .....

### 4. Gibt es Konkurrenten, die um Ihre Kundengruppe buhlt?

- Direkte Konkurrenz
- Indirekte Konkurrenz

Ihre Angabe: .....

Informieren Sie sich also ausführlich über Ihre Mitbewerber, seien es direkte oder indirekte Konkurrenten. Gehen Sie ebenso konsequent an die Konkurrenzbeobachtung heran, wie an die Kundenanalyse. Vor allem beobachten Sie Ihre Konkurrenten auch weiterhin, nachdem Sie Ihr Geschäft gegründet haben. Getreu dem Grundsatz:

**Die Schwächen der Konkurrenz ausnutzen, die Stärken der Konkurrenz nutzen.**

THOMAS EDISON AUF DIE FRAGE, WARUM ER DIE GLÜHBIRNE ERFUNDEN HAT:



**„ICH WOLLTE NICHT DIE GLÜHBIRNE ERFINDEN, ICH WOLLTE EINFACH NUR MEHR LICHT.“**

Schaffen Sie Licht, anders gesagt Nutzen für Ihre Kunden, und Sie haben die besten Erfolgsaussichten für Ihre Existenzgründung.