

WRB-Blog Nr. 14/14: Nadia Della Santa und Adrian Wüthrich, Universität Bern zum Thema «Tipps und Tricks für künftige UnternehmerInnen»



Der Start ins Unternehmertum ist immer ein riskantes Unterfangen und entsprechend sind die Überlebensraten von Start-ups gering. Aus diesem Grund präsentieren wir in der Folge einige Beispiele von verschiedenen Personen, welche den Sprung in die Selbständigkeit bereits gewagt haben und mit ihrem Unternehmen erfolgreich unterwegs sind. Die Inhalte lassen sich in die vier Aspekte (1) Kenntnisse und Fähigkeiten, (2) Business-Planung, (3) Netzwerke und Networking sowie (4) Rechtsberatung unterteilen. Dabei handelt es sich um eine exemplarische Auflistung von Tipps und Tricks, welche zukünftige UnternehmerInnen sowohl in neuen als auch bestehenden Unternehmen beachten können wenn sie ihre Geschäftsidee umsetzen wollen.

Be an Expert. „*We make sense*“ – zu Recht der Anspruch der Firma DIONE, welche Dr. Hefti zusammen mit Partnern 2005 gegründet hat und die heute ein Team von 25 Personen umfasst. Was im Studium und während der Promotion in Physik mehrfach durchgeführt und geprobt wurde, hat den Gründer auf die Geschäftsidee gebracht: Durch die Analyse von Datenreihen aus der Vergangenheit wird ein Modell erstellt, mit dem durch die Eingabe von aktuellen Daten Prognosen für die Zukunft abgeleitet werden können. DIONE nutzt somit das bei Kunden brach liegende, vorhandene Wissen (Rohdaten) und arbeitet gemeinsam mit ihnen sinnvolles Datenmaterial auf, aus dem Trends und Prognosen abgeleitet werden. Für Dr. Hefti ist rückblickend vor allem eines deutlich: Auch wenn es viel Überwindung kostet lohnt es sich, „die Komfortzone zu verlassen und sich zu überfordern“. Über die Jahre hinweg habe es sich in jeder Hinsicht ausgezahlt, dass er „seinen eigenen Weg“ gegangen sei und den Mut gehabt habe, Neues auszuprobieren. Seine Empfehlung für zukünftige Unternehmer: „*Die Dinge so sehen, wie sie sein werden, nicht wie sie heute sind*“. Dieses Beispiel zeigt, dass es sich lohnt, auf die eigenen Stärken und Ressourcen zu bauen. Auch Studienergebnisse dokumentieren, dass UnternehmerInnen oft in dem Bereich am erfolgreichsten sind, in dem sie über viel Erfahrung und eigene Expertise verfügen.

Business-Pläne und mehr. Bei einer kürzlich stattgefundenen Diskussion mit Frank Ziemer (CEO, Ziemer Ophthalmology Group), Philippe Stüdi (Geschäftsführer, Equistone) und Dr. Patrick Hofer-Noser (Head of Renewable Energy Systems, Meyer Burger Technology) zum Thema „Geschäftsidee“ wurde deutlich, dass diese Unternehmer zwar allesamt mit einem Business-Plan im Sinne eines

dynamischen Tools, welches laufend adaptiert wird, arbeiten; dieses alleine jedoch keineswegs ein Erfolgsgarant darstellt. Entscheidend sei viel mehr, dass angehende Unternehmer in sehr kurzer Zeit Produkt, Markt und insbesondere die Kunden klar definieren können. Denn gibt es keine Kunden, so gibt es wahrscheinlich auch kein Geschäft. Ein angehender Unternehmer „*muss innert Minuten auf den Punkt bringen können, was sein Geschäftsmodell und wo das wiederkehrende Geschäft ist*“ (Ziemer). Herr Stüdi brachte – in Ergänzung zu den analytischen Fähigkeiten bei der Business-Planung – das vielbeschworene „Herzblut“ ins Spiel: „*Leute, die überzeugt sind von ihren Ideen, die mit Herzblut für ihre Idee arbeiten und nicht ans Geld denken, sind gefragt*“. Dr. Hofer-Noser fügte hinzu: „*Zeit, Geld und Ressourcen hat man immer zu wenig, Ideen hingegen immer zu viele*“. Zusammenfassend lässt sich somit sagen, dass Business-Pläne zwar wichtige Dokumente sind weil sie Unternehmer zwingen, das Geschäftsmodell präzise zu formulieren und kundenorientiert zu denken. Die Praxis zeigt aber, dass dies nicht ausreicht. Vielmehr sind persönliche Überzeugungen und Einsatz des Unternehmers entscheidend dafür, ob eine Geschäftsidee zum Erfolg wird oder nicht.

Netzwerk, Netzwerk, Netzwerk: Im Gespräch mit Jungunternehmer Rafael Waber (CEO SwissShrimp) schilderte dieser etliche Höhen und Tiefen im Leben eines (angehenden) Unternehmers. Seit mittlerweile fünf Jahren arbeitet er zusammen mit seinem Team unermüdlich an der Umsetzung seiner Geschäftsidee – und das ohne Gehalt, wie es in der Startphase des Unternehmertums üblich ist. Durch gezieltes und professionelles Netzwerken hat Waber eine günstige Produktionsstätte in Solothurn einrichten können. Die Teilnahme (und letztlich Platz 1) beim Berner Business Plan Wettbewerb hat dem Start-up zudem einen Zuschuss für die Gründungsfinanzierung der GmbH eingebracht. In diesen Tagen ist SwissShrimp nun, nach einigen Rückschlägen, unter Hochdruck mit der Züchtung der ersten schweizerischen Shrimps beschäftigt. Wir freuen uns schon jetzt auf den Genuss der ersten Schweizer Crevetten im Herbst 2016! Das Beispiel von SwissShrimp illustriert, wie wichtig strukturelle und personelle Netzwerke für UnternehmerInnen sind. Solche Netzwerke bieten jungen Start-ups nebst Ressourcen auch Zugang zu Know-how und potenziellen Mitarbeitenden.

Rechtsberatung, zu Recht! „*If you think it's expensive to hire a professional to do the job, wait until you hire an amateur*“ (Red Adair). In diesem Sinne: Keine Unternehmensgründung ohne professionelle Rechtsberatung. Für Fragen rund um die rechtlichen Aspekte entlang des Gründungsprozesses stehen verschiedene Rechtsanwälte wie z.B. Herr Christophe Scheidegger (Kellerhals Anwälte, Bern) mit Rat und Tat zur Seite. Vor allem bei der Wahl der passenden Rechtsform gilt der Spruch: „*Die eierlegende Wollmilchsau ist eine rare Spezies*“. Jeder angehende Unternehmer sollte deshalb Gestaltungsfreiraum, Kapitalbedarf und Haftungsausschuss sorgfältig gegeneinander abwägen und priorisieren, um den für sie/ihn und insbesondere für die Geschäftsidee passende Rechtsform zu finden. Auch in späteren Phasen des unternehmerischen Prozesses ist juristische Beratung stets ein wichtiger Erfolgsfaktor. Diese kommt bspw. bei Kapitalerhöhungen oder bei der Veränderung von Eigentumsverhältnissen (z.B. Spin-Offs) massgebend zum Tragen.

Wir schliessen mit den Worten des Management-Forschers Peter Drucker: „*The purpose of a business is to create customers*“. Eine Idee, mag sie noch so gut sein, wird nur dann zur Geschäftsidee, wenn es Kunden dafür gibt und wenn diese Kunden den Nutzen der Geschäftsidee erkennen und honorieren. Die genannten Tipps und Tricks können UnternehmerInnen dabei helfen, ihre Geschäftsideen zu realisieren und damit den besagten Kundennutzen zu stiften.

BERN⁺
WIRTSCHAFTS-
RAUM

Nutzen Sie die Gelegenheit und machen Sie mit beim Berner Business Creation Wettbewerb. Mehr Informationen dazu finden Sie unter www.bbcw.ch.



Wissenschaftliche Assistentin der Universität Bern
(Institut für Marketing und Management,
Abteilung Unternehmensführung)



Wissenschaftlicher Assistent der Universität Bern
(Institut für Marketing und Management,
Abteilung Unternehmensführung)