

FAKTOREN FÜR EINE ERFOLGREICHE GRÜNDUNG

Gründer und Berater **Samir J. Roshandel** verrät Tipps für erfolgreiches Gründen.

Was unterscheidet eigentlich erfolgreiche von weniger erfolgreichen Unternehmer:innen? Eine Frage, die sich fast alle Gründer:innen stellen. Schließlich scheitert eine überwältigende Anzahl von Unternehmen innerhalb der ersten fünf Jahre. Auf der anderen Seite erreichen aber nicht nur Start-ups im Silicon Valley den Unicorn Status, sondern zunehmend auch deutsche Start-ups wie Personio, N26 oder Celonis.

Das richtige Mindset

Mentale Stärke, Mut und ein positives Mindset sind die entscheidenden Faktoren für die meisten Gründer:innen, um ein erfolgreiches Start-up aufzubauen. Gründer:innen brauchen eine Vision, Leidenschaft und Ausdauer, insbesondere wenn ihr Unternehmen unterschiedliche Entwicklungsphasen durchläuft. So ist es wichtig, auch schmerzvolle Erfahrungen und Absagen ertragen zu können, immer wieder zu reflektieren, weiterzumachen, nicht aufzugeben und immer an sich und seine Idee zu glauben. Das sind Eigenschaften, die nicht alle Gründer:innen mitbringen, die aber als grundlegend angesehen werden. Auch Softskills wie Empathie, Kommunikationsstärke und Durchsetzungskompetenz sind entscheidende und lobende Eigenschaften, die sich Gründer:innen erarbeiten und antrainieren können, um ihr Unternehmen zum Wachstum zu bringen. Wachstum kommt von innen!

Bei Gründungen mit mehreren Gründerpersonen sollte das Team aus Personen mit komplementären und sich ergänzenden Kompetenzen bestehen.

Auch das beste Produkt muss verkauft werden

Für junge Start-ups ist der Verkauf ihrer Produkte gerade in einer frühen Phase es-

senziell. Das Organisieren eines Sales- und Vertriebsteam mit hoher Schlagkraft ist für den Erfolg von erfolgreichen Start-ups unabdingbar. Die Start-ups müssen gerade in der Frühphase, bevor eine Positionierung am Markt stattgefunden hat, den Markttest vornehmen. Viele Start-ups machen den Fehler, dass sie zu lange an ihrem Produkt basteln, um das vermeintlich „perfekte“ Produkt auf dem Markt zu bringen. In der Regel geht die Strategie nicht auf. Sie entwickeln Produkte am Markt vorbei und stellen das zu einer Zeit fest, in der sie bereits sehr viel Geld und Zeit in das Produkt investiert haben.

Die Organisation und das Management des Sales-Teams ist eine besondere Herausforderung. Die Mitarbeiter:innen müssen sehr gut geschult sein, um die generierten Leads nicht zu verpuffen. Zudem müssen die Mitarbeitenden durch Ziele motiviert werden. Die Strukturen der Sales-Teams müssen flexibel sein, um auf das Wachstum reagieren und es bewerkstelligen zu können.

You are who you hire

Die Auswahl der ersten Mitarbeiter:innen muss sehr durchdacht sein. Gerade in der Phase „War of Talent“, in der Konzerne, mittelständische Unternehmen und Start-ups um die besten Köpfe der Branchen kämpfen müssen, sind die Herausforderungen für Start-ups immens. Mit den Löhnen und Gehältern der Konzerne können die Start-ups nicht konkurrieren. Vielmehr aber durch eine wertschätzende, inspirierende und innovative Atmosphäre, in der sich die Mitarbeitenden entfalten und wachsen können. Auf der anderen Seite müssen aber auch die Mitarbeiter:innen zu der Unternehmenskultur und zum Team passen. Hierfür müssen die Start-ups Strategien entwickeln, um potenzielle Mitarbeiter:innen für das Unternehmen gewinnen zu können. Die einfachste Methode ist zum Beispiel die Gewinnung

studentischer Hilfskräfte und/oder Bachelor- oder Masteranden, die sich dafür interessieren, ihre Abschlussarbeiten im Unternehmen zu verfassen. In einigen Start-ups konnten studentische Hilfskräfte als Co-Founder in den Teams aufgenommen werden.

Innovation

Um auf dem Markt langfristig agieren zu können, sollten Start-ups über USPs verfügen, die sich von den anderen Marktteilnehmern eindeutig differenzieren und für die Kund:innen einen größeren Mehrwert darstellen. Dabei ist es wichtig, dass die Produkte oder Innovationen durch Patente geschützt sind. Das Nachahmen von Produkten, die nicht patentfähig sind, stellt nur einen kurzfristigen USP dar. Marktteilnehmende mit größerem Kund:innenzugang und Kapital erobern sehr schnell den Markt. Bei digitalen Lösungen müssen die Start-ups über den sogenannten „First Mover Advantage“ verfügen. Als die ersten auf dem Markt müssen die Start-ups das Wachstum beschleunigen, um die Marktanteile zu gewinnen. Im digitalen Bereich gilt der Grundsatz „The Winner takes it all“. Am Beispiel von YouTube, Facebook, Google oder Amazon wird der Grundsatz am besten deutlich.

Neben der vier dargestellten Faktoren gibt es eine Reihe weiterer Faktoren, die eine Rolle beim Erfolg eines Start-ups spielen. Neben dem richtigen Zeitpunkt, Geschäftsmodell oder Finanzierung sind auch Faktoren wie Netzwerk und Standort für den Erfolg wichtig. Das allerwichtigste ist jedoch, einfach zu machen und die Geschäftsidee zu testen. Alleine von Grübeln und Erstellen des hundertsten Businessplans wird auch kein Start-up erfolgreich.



Eine Kolumne von
Samir J. Roshandel

Unternehmer, Dozent und
Entrepreneurship Educator beim
Innovationszentrum Niedersachsen

Startup Niedersachsen