



# GründerZeiten

Informationen zur Existenzgründung und -sicherung

Mittelstandspolitik, Existenzgründungen, Dienstleistungen

## Nr. 39 Thema: „Gründungsideen entwickeln“ Weniger Glück als Verstand



Wie findet man eine Geschäftsidee (wenn man sie nicht schon hat)? Und wie kann man prüfen, ob sie gut ist? Ideen sind übrigens nicht ausschließlich für den Unternehmensstart wichtig. Auch die weitere Unternehmensentwicklung lebt von zündenden Einfällen.

Nur fünf Prozent aller Existenzgründungsideen sind in Deutschland wirklich neu. Davon stammen wiederum 50 Prozent aus den USA. Eine Erfolg versprechende Geschäftsidee kann darin bestehen, bewährte Ideen zu erweitern, zu verbessern oder auf neue Märkte zu übertragen.

Erfolgreiche Gründer oder Unternehmer sind in aller Regel nicht Erfinder, sondern Innovateure. Sie profitieren nicht (nur) von spontanen Geistesblitzen. Sie greifen vielmehr auf Existierendes zurück, sie „entdecken Vorhandenes“.

Das bedeutet: Erfolgreiche Geschäftsideen kann man gezielt erarbeiten. Wie dies möglich ist, soll im Folgenden skizziert werden.

### Fragengerüst

Jede Suche nach neuen Geschäftsideen sollte sich an folgenden Fragen orientieren:

- ▶ Fällt Ihnen ein neues Produkt ein?
- ▶ Könnte man ein bestehendes Produkt verbessern?
- ▶ Gibt es eine Marktlücke im Dienstleistungsbereich?
- ▶ Welche neue Technologie würde zu erhöhtem Wachstum führen?
- ▶ Gibt es andere Vertriebskanäle als die bisher genutzten, die Erfolg versprechend sind?
- ▶ Würde es sich lohnen, neue Märkte in Deutschland oder in anderen Ländern zu erobern?

- ▶ Gibt es Kundensegmente (Altersgruppen, Berufsgruppen usw.), die Sie zusätzlich erschließen könnten?
- ▶ Könnte Ihr Unternehmen dadurch wachsen, dass es bessere Leistungen erzielt als die eigenen Händler bzw. Zulieferer?
- ▶ Mit welchen Fähigkeiten, die in Ihrem Unternehmen oder allgemein in Ihrer Branche noch unterentwickelt sind, könnten Sie den Erfolg Ihres Unternehmens steigern?

Für Antworten auf diese Fragen stehen verschiedene Wege und methodische Hilfen zur Verfügung. Die wichtigsten sind:

- ▶ Geschäftsideen mit Kreativitätstechniken finden
- ▶ gesellschaftliche Entwicklungen berücksichtigen: auf der „Höhe der Zeit“ sein.

### Inhalt

Geschäftsideen durch Kreativitätstechniken finden .....	2
Beispiel: Morphologischer Kasten „Jugendrad“ ist .....	3
Checkliste Zehn Tipps für die Suche nach Geschäftsideen .....	I
Übersicht Kurzleitfaden: Geschäftsidee prüfen ..	II
Ideen-Beispiele für Dienstleistungen ..	4
Print- und Online-Informationen .....	4

## Informationsquellen auswerten

Eine ganze Reihe von Quellen liefert Informationen zu allgemeinen wirtschaftlichen Trends, „boomenden“ Branchen, erfolgreichen Geschäftsideen bis hin zu Beispielen gelungener Einzelunternehmen:

▶ **Allgemeine Trends/Beispiele**

Publikumszeitschriften, Wirtschaftsmagazine (Print und TV) bzw. deren Online-Informationen im Internet

▶ **Branchen**

aktuelle Marktstudien vieler Marktforschungsinstitute (häufig kostenlos zum Download im Internet); z. B. bei der GfK Aktiengesellschaft ([www.gfk.de](http://www.gfk.de)), Marketingfachzeitschriften (z. B. [www.horizont.net](http://www.horizont.net)), Unternehmensberatungen (z. B. Boston Consulting Group; [www.bcg.de](http://www.bcg.de)); generell ist eine Internet-Recherche nach Marktstudien sehr hilfreich, z. B. mit Metasuchmaschinen wie Metager ([www.metager.de](http://www.metager.de))

▶ **Eigene Recherchen**

Befragungen, Beobachtungen; Fachzeitschriften/-magazine (z. B. „die Geschäftsidee“, „Chef“, „Franchise-Erfolge“, „Pro Firma“, „impulse“-Sonderhefte)

▶ **Internet**

Das Internet enthält Geschäftsideen aus der ganzen Welt. Hier lassen sich Trends und Vorbilder aus anderen Ländern ablesen, die man womöglich auf den heimischen Markt übertragen kann. Viele erfolgreiche Geschäftsideen (gerade im Dienstleistungsbereich) sind von den USA nach Europa „übergeschwappt“

▶ **Veranstaltungen**

Gründermessen, Gründerwettbewerbe, Gründerinitiativen (Übersichten s. u.a. Förderkreis für Gründungsforschung e.V., [www.fgf-ev.de](http://www.fgf-ev.de))

▶ **Franchising**

die Möglichkeit, sich mit einer fremden (meist schon markterprobten) Idee selbstständig zu machen. In Deutschland gibt es zurzeit rund 850 Franchise-Systeme.

Wer sich mit einem erfolgreichen Franchise-System selbstständig machen will, kann auf verschiedenen Wegen danach suchen:

Deutscher Franchise-Verband e.V.

(DFV): [www.dfv-franchise.de](http://www.dfv-franchise.de);

Deutscher Franchise Nehmer Verband e.V.: [www.dfnv.de](http://www.dfnv.de). Die Verbände

haben Informationen über erfolgreiche Franchise-Systeme und geben Adressen von spezialisierten Beratern und Rechtsanwälten sowie eine Übersicht europäischer und internationaler Franchise-Verbände heraus

▶ **Unternehmensnachfolge**

Übernahme eines bestehenden Unternehmens. Das Institut für Mittelstandsforschung in Bonn (IfM) hat errechnet, dass innerhalb der nächsten Jahre ca. 71.000 Unternehmen zur Übernahme anstehen. Wer ein eingeführtes Unternehmen übernehmen möchte, kann auf verschiedenen Wegen danach suchen:

▶ auf Inserate in Fachzeitschriften und -zeitschriften achten

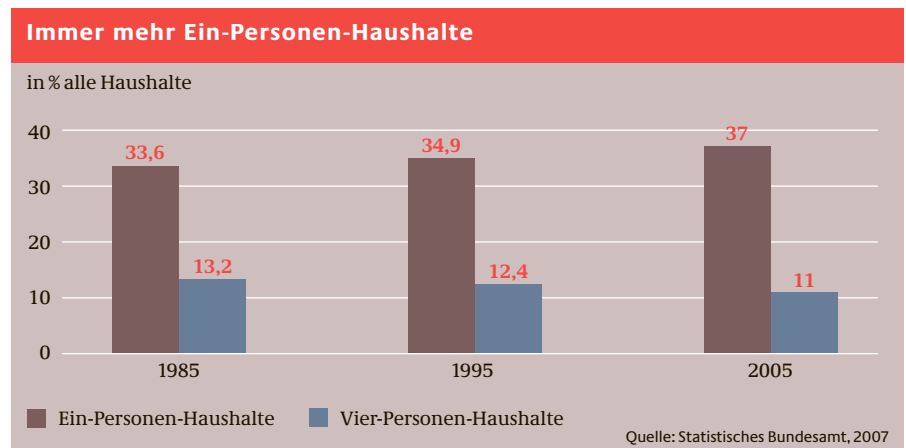
▶ viele Kammern oder Berufsver-

bände unterhalten eigene Nachfolgebörsen

▶ Unternehmens-Börse der „nexas“-Initiative, die das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gemeinsam mit der KfW und vielen anderen Partnern aus Verbänden und Institutionen anbietet: [www.nexas.org](http://www.nexas.org)

▶ **Patentrecherchen**

Das Deutsche Patent- und Markenamt bietet nicht verwertete Patente zur wirtschaftlichen Nutzung an: [www.dpma.de](http://www.dpma.de). Der InnovationMarket bietet zudem Börsen sowohl für Unternehmen, die sich für eine passende Innovation präsentieren wollen, als auch für Innovationen-Angebote, die einen Nutzer suchen: [www.innovationmarket.de](http://www.innovationmarket.de)



## Geschäftsideen durch Kreativitätstechniken finden

Jeder kreative „Schöpfer“ weiß: Innovationen sind nur zu zehn Prozent Inspiration und zu 90 Prozent harte Arbeit. Mit Hilfe von Kreativitätstechniken kann man diese Arbeit Schritt für Schritt erledigen. Wobei nicht unbedingt immer ein „großer Wurf“ dabei herauspringen muss. Lassen Sie sich also nicht entmutigen, wenn Ihnen nicht sofort eine zündende Idee „zufliegt“.

**Die vier Grundregeln für alle Kreativitätstechniken**

1. Jede Form von Kritik oder Wertung ist in der Phase der Ideenfindung verboten. Die Ideenbewertung folgt später.

2. Je mehr Ideen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch nützliche Beiträge darunter sind.

3. Die Teilnehmer sollen ihrer Phantasie freien Lauf lassen, um originelle und neuartige Ideen zu entwickeln.

4. Teilnehmer sollten Ideen der anderen aufgreifen und weiter entwickeln.

**Merkmalsauflistung**

Wie? Notieren Sie die wichtigsten Merkmale eines bereits existierenden Produkts oder einer Dienstleistung: Form, Größe, Design, Material, Farbe, Aufgabe, Preis usw. Lassen sich diese Merkmale modifizieren, also ersetzen,

anders verwenden, umgestalten oder anders kombinieren, um ein Produkt bzw. eine Dienstleistung besser oder attraktiver zu machen?

**Wann?** Eine Merkmalsauflistung wird in der Regel betrieben, wenn bei Marketingüberlegungen in Unternehmen bestehende Produkte verändert und weiter entwickelt werden sollen.

**Brainstorming**

**Wie?** Sechs bis zehn Teilnehmer einer Brainstormingsitzung (20 bis 40 Minuten) sollen spontan und ungehemmt eine große Anzahl von Ideen zu einem Thema oder einem Problem äußern und notieren, die im Nachhinein gemeinsam bewertet und weiter entwickelt werden können.

**Wann?** Brainstorming eignet sich besonders für die Bereiche, in denen viele verschiedene Einfälle und Problemlösungen denkbar sind (z. B. Werbung). Weniger geeignet ist die Methode bei engen und schwierigen Problemstellungen, für die es womöglich nur eine einzige richtige Lösung gibt. Auch sollte Brainstorming nicht eingesetzt

werden, wenn zur Lösung eines Problems Spezialwissen erforderlich ist und die Gruppe nicht nur aus Experten besteht. Problematisch ist der Einsatz des Brainstormings, wenn in der Teilnehmergruppe Spannungen bestehen oder einzelne Teilnehmer höherrangig sind als andere. Dies hemmt die Spontanität und den Mut, „verrückte“ Ideen zu äußern.

**Brainwriting – Methode 635**

**Wie?** Beim Brainstorming werden Ideen häufig nicht im gewünschten Maße aufgegriffen und weiter entwickelt. Genau dabei kann die Brainwriting-Methode 635 helfen. Sie heißt so, weil 6 Teilnehmer jeweils 3 Ideen in jeweils 5 Minuten in ein Formblatt eintragen. Jeder Teilnehmer gibt sein Blatt dann im Uhrzeigersinn an seinen Nachbarn weiter. Dieser soll die 3 vorhandenen Ideen so weiter entwickeln, dass daraus wiederum 3 neue Ideen entstehen. Resultat im Idealfall: 108 (3 x 6 x 6) neue Ideen innerhalb von 30 Minuten.

**Wann?** Die Brainwriting-Methode sollte man besonders dann wählen, wenn bei einer Gruppendiskussion Spannungen

und Konflikte zu befürchten sind oder die Gefahr besteht, dass z. B. die notwendige Freiheit für ein Brainstorming von dominanten Teilnehmern eingeengt würde.

**Morphologischer Kasten**

**Wie?** Mit Hilfe des Morphologischen Kastens sollen alle denkbaren Lösungen einer Problemstellung, also alle denkbaren Attribute eines Produkts (Beispiel: Wie sollte ein Jugend-Fahrrad ausgestattet sein?) oder einer Dienstleistung systematisch zusammengetragen werden. Dazu müssen zunächst alle entscheidenden Teilprobleme (Rahmenform, Bremsen, Gangschaltung usw.) ermittelt werden (z. B. durch ein Brainstorming). Zu den Teilproblemen werden nun verschiedene Lösungsalternativen erarbeitet und nebeneinander notiert. Einzelne Lösungsvarianten pro Teilproblem lassen sich nun zu Gesamtlösungen kombinieren. Aus den verschiedenen möglichen Kombinationen lässt sich dann die beste auswählen.

**Wann?** Die Methode eignet sich für komplexe und abgegrenzte Problemstellungen.

**Morphologischer Kasten zum Beispiel „Das ideale Jugendrad“**

Verschiedene Fahrradtypen sind in technischen Details (Teilprobleme) unterschiedlich ausgestattet (Lösungen). Aus der Fülle der hier ermittelten Lösungsmöglichkeiten ist exemplarisch das „ideale Jugendrad“ zusammengesetzt (Blau unterlegt).

Teilproblem	Lösungsmöglichkeiten					
	Typ Herrenrad	Typ Damenrad	Typ Mountainbike	Typ Rennrad	Typ Klapprad	usw.
Rahmenform	Aluminium	Carbon	Stahl	Holz	Kunststoff	
Rahmenmaterial	Alufelgen u. Speichen	Stahlfelgen u. Speichen	Kunststoff-Felgen u. Speichen	vollverkleidete Felgen ohne Speichen		usw.
Felgen	Vollgummi	schlauchlose Reifen	Mantel u. Schlauch			usw.
Reifen	Scheibenbremse	Mittelzug-Bremse	Trommel-Bremse	Seitenanzug-Bremse	Reifenbremse	usw.
Bremse	usw.	usw.	usw.	usw.	usw.	usw.
usw.						

Quelle: Holger Schmidt, Existenzgründungsbereiche für Hochschulabsolventen, Trier 1999

## Zehn Tipps für die Suche nach Geschäftsideen

1. Nichts ist unmöglich. Lassen Sie sich von scheinbar verrückten Ideen nicht abschrecken, sondern denken Sie ernsthaft darüber nach.
2. Haben Sie ein waches Auge auf und ein offenes Ohr für Ihre Mitmenschen: Was kaufen sie (beziehungsweise was kaufen sie nicht), was lesen sie, worüber klagen sie – und vor allem: was wünschen sie?
3. Denken Sie zunächst über Geschäftsideen und Marktnischen in jenen Branchen nach, in denen Sie sich auskennen. Denn wer über die nötigen Branchenkenntnisse sowie über entsprechende Verbindungen verfügt, tut sich bei der Umsetzung der Geschäftsidee erfahrungsgemäß erheblich leichter.
4. Setzen Sie sich niemals unter Zeitdruck. Vielleicht stoßen Sie ganz spontan auf eine lukrative Marktnische, wahrscheinlich aber müssen Sie wochen- oder monatelang recherchieren. Nehmen Sie sich also ausreichend Zeit.
5. Halten Sie alle Ideen fest. Jeder Einfall verdient es, notiert zu werden. Stöbern Sie gelegentlich in Ihrer individuellen Ideensammlung. Erst wenn Sie dabei zu der Erkenntnis gelangen, dass die eine oder andere Idee doch wenig Aussicht auf Erfolg verheißt, streichen Sie den Einfall aus Ihrer Liste.
6. Ihre Geschäftsidee sollte Ihnen persönlich zwar Spaß machen, dennoch sollten Sie sich nicht in ein Projekt „verlieben“. Denn Liebe kann auch im Geschäftsleben blind machen. Bleiben Sie also auf kritischer Distanz.
7. Bleiben Sie realistisch: Die perfektste Geschäftsidee nutzt nichts, wenn sie sich als nicht finanzierbar erweist.
8. Sprechen Sie mit Freunden und Bekannten über Ihre Pläne. Nehmen Sie deren Reaktionen nüchtern zur Kenntnis. Lassen Sie sich weder beirren noch in eine unrealistische Euphorie stürzen. Vorsicht: Schweigen Sie jedoch über Ihre Pläne gegenüber Zeitgenossen, die ebenfalls auf der Suche nach Geschäftsideen sind. Jeder zusätzliche Mitbewerber könnte Ihren Erfolg gefährden.
9. Informieren Sie sich umfassend über die Branche, in der Sie tätig werden wollen. Sammeln Sie Informationen über Ihre Mitbewerber (viele Firmenprofile können zum Beispiel gegen Gebühr über Internet abgerufen werden).
10. Tragen Sie systematisch nachvollziehbare Argumente zusammen, die für Ihre Idee sprechen. Sammeln Sie zum Beispiel Statistiken und Zeitungsausschnitte, fordern Sie eventuelle Studien an, fragen Sie bei Kammern (IHK und HWK) oder bei Ihrer Hausbank nach Branchenberichten. Je konkreter und faktenreicher Sie später Ihre Idee darstellen, desto günstiger ist Ihre Chance, eine solide Finanzierung auf die Beine zu stellen.

## Kurzleitfaden: Geschäftsidee prüfen

Stellen Sie fest, wie der Markt für Ihre Geschäftsidee aussieht. Wer interessiert sich z. B. für Ihr Angebot? Das können Sie herausfinden, indem Sie potenzielle Kunden ansprechen: auf der Straße oder an den Orten, wo sich Ihre zukünftigen Kundengruppen aufhalten. Wenn Sie z. B. etwas für Sportinteressierte anbieten, gehen Sie in die Nähe von Fitnesscentern oder Sportplätzen, wenn Sie einen Hundauslaufservice gründen möchten, wenden Sie sich gezielt an Hundebesitzer auf der Straße. Arbeiten Sie einen kleinen Fragebogen aus und sprechen Sie zwischen 100 und 125 Menschen an. Stellen Sie Ihre Geschäftsidee kurz vor und stellen Sie Ihre Fragen (aber nicht mehr als fünf, schließlich wollen Sie Ihre zukünftigen Kunden nicht verprellen).

### 1. Geben Sie Ihren Gesprächspartnern eine Kurzdarstellung Ihrer Geschäftsidee (Faustregel: drei Sätze in höchstens 20 Sekunden).

---



---



---



---

### 2. Frage zum Bedarf: Können Sie dieses Produkt bzw. diese Dienstleistung gebrauchen?

Ja  Nein  Vielleicht

### 3. Frage zum Preis: Würden Sie meinen Preis von ... Euro bezahlen?

Ja  Nein  Vielleicht

### 4. Frage zum Kaufverhalten: Welche (ähnlichen) Produkte bzw. Dienstleistungen kaufen Sie sonst?

---



---



---



---

### Auswertung

Ergebnis der Markterkundung sollte sein, dass mindestens 45 Prozent der Befragten auf Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung und Ihren Preis positiv reagieren.

Wenn nicht:

Passen Sie ggf. Ihr Angebot den Kaufgewohnheiten und Vorlieben der Kunden an.

Passen Sie ggf. den Preis an. Dafür müssen Sie eventuell Kosten einsparen.

## Ideen für Dienstleistungen entwickeln

Überlegen Sie, welche konkreten Bedürfnisse Menschen heute haben. Denken Sie dabei auch daran, wie sich die Lebens- und Arbeitsverhältnisse der Menschen verändern und welche neuen Bedürfnisse damit entstehen.

Finden Sie heraus, was Sie anbieten könnten, um diese Bedürfnisse zu befriedigen. Beachten Sie dabei ggf. notwendige Genehmigungen.

### Trend-Beispiele

Die Geburtenrate sinkt, immer mehr ältere Menschen leben in unserer Gesellschaft, die Lebenserwartung steigt, Freizeit und gesundheitliche Probleme nehmen zu. Außerdem leben immer

mehr Menschen in Einpersonenhaushalten, in denen sie oft nicht alle Arbeiten allein bewältigen können oder wollen.

Im Wirtschaftsleben vergeben immer mehr Unternehmen Aufträge an externe Dienstleister, um auf diese Weise Kosten zu sparen.

## Print- und Online-Informationen

### Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMW)

#### Broschüren und Infoletter:

- ▶ Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit

#### CD-ROM:

- ▶ Softwarepaket für Gründer und junge Unternehmen

#### Bestellmöglichkeiten:

Bestelltel.: 03018 615 4171  
bmwi@gvp-bonn.de  
Download u. Bestellfunktion:  
www.existenzgruender.de

#### Internet:

- ▶ BMWi-Existenzgründungsportal  
www.existenzgruender.de

Claudia Ziehm

#### Selbständig arbeiten als Geistes- und Sozialwissenschaftler

Geschäftsideen, Markt und Kunden, Businessplan, Existenzgründung, Finanzen und Recht. W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld, 2003

Andreas Lerg

#### Erfolgreich als Ebay-Powerseller.

Clevere Geschäftsideen. Professionelles Marketing. Logistik, Recht und Steuern. Data Becker, 2003

Björn Joachim

#### Schutz der Geschäftsidee und des Know-how

Springer-Verlag, Berlin, 2007

## Ideen-Beispiele für Dienstleistungen

### Haushalt

- ▶ Haus/Wohnung pflegen, renovieren
- ▶ Haus/Wohnung suchen
- ▶ Garten anlegen, pflegen
- ▶ Reparaturen ausführen
- ▶ Pflanzenpension

### Essen/Trinken

- ▶ einkaufen und anliefern
- ▶ verkaufen (z. B. mobil, an Unternehmen, Büros usw.)
- ▶ kochen (für Einzelpersonen, Familien, Unternehmen)

### Kleidung

- ▶ einkaufen und weiter verkaufen
- ▶ herstellen und verkaufen
- ▶ beraten und begleiten

### Kinder

- ▶ Kinder betreuen
- ▶ Nachhilfe anbieten

### Senioren

- ▶ im Haushalt helfen
- ▶ begleiten, betreuen, pflegen
- ▶ bei Umzug helfen
- ▶ Fitnessprogramme anbieten
- ▶ Reisen organisieren und begleiten
- ▶ Seniorensupermarkt

### Auto

- ▶ überführen
- ▶ pflegen und warten

### EDV

- ▶ beraten, einrichten, betreuen

### Gesundheit

- ▶ Fitnesstraining anbieten
- ▶ bei Arztbesuchen begleiten, chauffieren

### Freizeit

- ▶ Sportprogramme organisieren und durchführen
- ▶ mit Unterhaltungsprogrammen auftreten
- ▶ individuelle Reisen organisieren und durchführen
- ▶ Wellnessprogramme organisieren und durchführen

### Unternehmen

- ▶ transportieren (z. B. Kurierdienste)
- ▶ Büroarbeiten erledigen
- ▶ Dienste für besondere Unternehmensanforderungen (z. B. Messen, Veranstaltungen) anbieten

## Redaktionservice

Haben Sie Anregungen oder Fragen zu den GründerZeiten? Dann wenden Sie sich bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit  
PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR  
Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef  
Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1  
info@pid-net.de

## Impressum

#### Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMW)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
info@bmwi.bund.de  
www.bmwi.de

#### Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Berlin

#### Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Holger Schmidt, Institut für Mittelstandsökonomie der Universität Trier (InMit)  
Andreas Steinle, Trendbüro Hamburg

#### Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

#### Druck:

Harzdruckerei GmbH, Wernigerode

#### Auflage: 30.000

#### Hinweis in eigener Sache:

Aus technischen Gründen kann jeder Abonnent jeweils nur ein Exemplar der GründerZeiten erhalten. Einzelne Ausgaben können in höherer Zahl extra bestellt werden. Wir bitten um Ihr Verständnis.