

Erfolgreiche Business- Konzepte



Wir bitten um Beachtung!

Sämtliche Informationen in diesem Werk werden nur als solche veröffentlicht und sind nicht als Handlungsanweisungen, Rechtsberatung o.ä. zu verstehen. Es wird keinerlei Haftung aus daraus entstandenen Folgen gewährt. Im Laufe der Zeit können Veränderungen jeglicher Art eintreten. Für die Richtigkeit der Informationen kann daher keine Gewähr übernommen werden. Bevor Leser agieren, sollten diese fachkundigen Rat einholen (Rechtsberater, Steuerberater). Es ist nicht beabsichtigt, zu strafbaren Handlungen aufzurufen, ähnliche Handlungen zu unterstützen oder positiv zu würdigen.

Abdrucke sowie Kopien sind ohne Genehmigung des Verlages und des Autors auch auszugsweise nicht gestattet. Zuwiderhandlungen werden straf - und zivilrechtlich verfolgt.

Der Autor distanziert sich ausdrücklich von Textpassagen, die im Sinne des § 111 StGB interpretiert werden könnten. Die entsprechenden Informationen dienen dem Schutz des Lesers. Ein Aufruf zu unerlaubten Handlungen ist nicht beabsichtigt.

Sämtliche Angaben und Anschriften wurden sorgfältig ermittelt. Im Laufe der Zeit können sich jedoch unerwartete Änderungen ergeben, so dass keinerlei Haftung übernommen werden kann.

Inhalt:

Seite

4	Gutes Geld mit Spezial-Autovermietung
12	Mit Esoterik-Produkten zum Erfolg
33	Geld mit Gesundheitsprodukten
42	Network-Marketing – Chance oder nicht?
53	Die Private Ausbildungsvermittlung
62	Der Weg zu großen Umsätzen und guten Gewinnen – Bei Handelsketten Produkte verkaufen
71	Geld verdienen mit einer Seniorenvermittlung
80	So verdienen Sie mit dem Verleih von Spielgeräten Geld
88	Mit flotten Werbesprüchen zu Geld
98	Geld mit Werbevittrinen von Vereinen / Werbung
106	Selbstständig mit einer Agentur für Auftragsvermittlung
115	Eine neue Chance: Der Attraktivitätscoach
123	Aufräumservice für das Gewerbe und private Haushalte
131	Der Bewerber-Check
139	Die Erfinder-Vermittlung
149	Die Fitnessberatung für zuhause
157	Selbstständig mit einer Kreativ-Agentur
165	Geld verdienen mit dem Management von Künstlern
175	Der Makler für Ferienimmobilien
183	Der mobile Autopflege-Service
192	Die Agentur für Neuheiten
201	Mit fertigem Shop und bekannten Partnern im Internet Geld verdienen
209	Das Organisationsbüro für Events
215	Selbstständig mit einer Urlaubszeitung

Gutes Geld mit Spezial-Autovermietung

Sie wollten schon immer mit Autos arbeiten und lieben schöne Fahrzeuge? Dann ist dieses Konzept sehr gut geeignet, um Hobby, Leidenschaft und monetäre Aspekte gleichzeitig unterzubringen.

Das Automobil fasziniert viele Bürger, was für geschäftliche Aktivitäten mit diesem Produkt natürlich vorteilhaft ist. Mit leuchtenden Augen können Sie Menschen beobachten, die ihre neuen Autos zum ersten Mal sehen. Es kommt das Verhalten des dreijährigen Kindes auf, das seinen Spielzeug-Trecker erhält. Auto ist bei uns auch oft Emotion, Prestige, Aufwertung der eigenen Person. Das lassen sich die Kunden etwas kosten.

Viele Leute geben eine Menge Geld für ihren Wagen aus, nehmen Kredite auf, plündern ihre Konten, um „standesgemäß“ fahren zu können oder nach außen einen passenden Eindruck zu erwecken. Autohändler verkaufen inzwischen über 70% ihrer Wagen mit Finanzierungen über hauseigene Banken oder Leasinggesellschaften.

Es gibt aber immer noch einige Kunden, die ihren Wagen in einer Summe bezahlen. Häufig sind dies Privatpersonen mit Hang zum noblen Fahrzeug, Rentner, Pensionäre, gut verdienende Angestellte, Beamte und selbstverständlich Erben. Diese Gruppen sprechen Sie mit dem nachfolgenden Konzept an. Natürlich können auch Unternehmer an Ihrer Idee Gefallen finden, aber am besten sind immer noch Geschäfte mit Privatpersonen, die sozusagen das benötigte Geld auf den Tisch des Hauses legen können.

„In der Überschrift steht doch Autovermietung“, werden Sie jetzt einwerfen. Richtig! Sie agieren aber mit einer speziellen Vermietung, die ihre Wagen jeweils nur für 6 Monate an ihre ausgesuchten Kunden vermietet. Die Mieter sind auch gleich Käufer des jeweiligen Wagens.

Warum?

Weil Sie mit dem Verkauf der Fahrzeuge Ihr Geld verdienen und eigentlich nicht mit der Vermietung, obwohl dies Geschäftszweck ist. Als Vermieter müssen Sie jedoch gegenüber den Automobilherstellern auftreten, um entsprechende Konditionen zu erhalten, dass sich dieses Geschäft auch lohnt.

Haben Sie schon das Geschäft einiger führenden Autovermietungen beobachtet?

Solche Firmen kaufen bei den Herstellern in großen Mengen Fahrzeuge ein und vermieten diese an ihre Kunden. Oft stehen die Autos allerdings auch nur auf dem Hof und werden gewartet. Nach einer Frist von 6 Monaten dürfen die Unternehmen ihre Fahrzeuge auf dem Markt veräußern.

Ein großer Teil der Erträge stammt aus solchen Verkäufen, denn durch den vorteilhaften Einkauf der Fahrzeuge können die Firmen wahrlich gute Gewinnmargen realisieren. Führende Autovermietungen wie etwa die Firma Sixt unterhalten eigene Verkaufsseiten im Internet, wo die Autos nach kurzer Einsatzzeit wieder veräußert werden.

Wer will ein Auto von einem Vermieter erwerben?

Zugegeben: Ein Fahrzeug aus der Vermietung wird mit gewissen Vorurteilen in Zusammenhang gebracht. Einige treffen zu, andere sind völlig aus der Luft gegriffen.

Vorteile:

- Die Preise sind günstig. Man bekommt einen reellen Gegenwert für sein Geld. Manchmal sind auch regelrechte Schnäppchen möglich.
- Die vorbildliche Wartung der Fahrzeuge gewährleistet gute Qualität.

Nachteile:

- Durch die vielen Fahrer werden Bauteile übermäßig strapaziert (z.B. Kupplung).
- Mit Mietfahrzeugen gehen einige Kunden nicht gerade vorsichtig um und strapazieren Motor, Getriebe über alle Maße. Mit fremdem Eigentum verfahren anscheinend viele Kunden nicht so sorgfältig wie mit eigenen Fahrzeugen. Auch den besten Motor können Sie durch unangebrachte Fahrweise schnell ruinieren. Während Autos aus privater Hand auch nach vielen Tausend Kilometern noch eine vorzügliche Kompression vorweisen, sind Mietfahrzeuge nach ein paar Tausend Kilometern „ausgelutscht“ (die Qualität stimmt nicht mehr).

Für Ihre Fahrzeuge gilt dies jedoch nicht!

Grund: Der Mieter ist identisch mit dem Käufer, der nachher über das Fahrzeug verfügen kann. Niemand außer dem späteren Besitzer setzt sich in das neue Auto, um es zu benutzen.

Der Käufer geht also genauso mit dem Wagen um, als ob er es neu ab Werk erwirbt. Es kommt also nicht in den gewöhnlichen Betrieb einer Vermietung, sondern sofort nach dem Kauf exklusiv an den späteren Käufer vermietet. Somit hat dieser Käufer die Gewähr, das er auch wie andere Kunden des Herstellers beste Qualität zum günstigen Preis erhält. Niemand anders benutzt sein Fahrzeug.

Wie läuft das eigentliche Geschäft?

Nach der Gründung der Autovermietung nimmt man gleich mit geeigneten Herstellern Verbindung auf. In Frage kommen:

- Bentley
- BMW
- Citroën (PSA)
- Daimler Chrysler
- Ferrari
- Ford
- General Motors (Cadillac, Chevrolet)
- Jaguar
- Peugeot (PSA)
- Porsche
- Rolls Royce
- Toyota (Lexus)
- Volvo
- VW

Mit der neuen Autovermietung spezialisiert man sich auf hochwertige Fahrzeuge, weil deren Preise auf so einem Niveau liegen, dass Nachlässe beim Kauf eine gewichtige Rolle spielen.

Käufer solcher Wagen haben in der Regel genügend Geld, um ihre neuen Fahrzeuge sofort bezahlen zu können, sind aber gegenüber Preisnachlässen auch aufgeschlossen und bezahlen gerne viele Tausend Euros weniger, als sonst üblich. Sie müssen diese Käufer lediglich überzeugen, dass es sich bei ihrem Konzept um eine wirklich legale Sache handelt, was nicht zu schwer fallen dürfte.

Mit dem Hersteller der gewünschten Fahrzeuge verhandeln Sie über Konditionen der Lieferungen. Die meisten Hersteller möchte gerne neue Kunden aus dem Bereich der Vermietung gewinnen, da solche Kunden regelmäßig neue Fahrzeuge ordern. Die betreffenden Autos der höheren Preisklasse werden zudem gerne mit Discount verkauft, da die Hersteller bei solchen Wagen eine vergleichsweise hohe Gewinnspanne in der Produktion realisieren können. Entsprechend hoch kann der Preisnachlass ausfallen. Führende Vermietungen erhalten ihre Fahrzeuge mit bis zu 50% Discount, d.h. die Firmen erwerben z.B. ein Auto für 50 000 Euro (Marktwert: 100 000 Euro), halten es ein halbes Jahr im Vermietungsbestand und verkaufen den Wagen dann mit 25% Preisnachlass immer noch mit einem beachtlichen Gewinn. Glauben Sie nicht? Das ist tägliche Praxis bei den Unternehmen. Genauso können Sie es auch machen!

Beispiel:

Der Initiator kauft von einem Hersteller 10 hochwertige Neuwagen für jeweils 20.000 Euro. Der einzelne Kunde müsste für dieses Modell sonst 35.000 Euro beim Vertragshändler bezahlen. Mit 10 Kunden wird man handelseinig und verkauft die Fahrzeuge nach der obligatorischen Vermietungsfrist von 6 Monaten sofort mit 25% Preisnachlass weiter. Die berechnete Miete wird natürlich auf den Preis angerechnet. Pro Fahrzeug sieht es dann folgendermaßen aus:

Verkaufspreis des Fahrzeugs:	Euro 26.250 (35.000 – 25%)
Einnahmen pro Fahrzeug:	Euro 6.250 (26.250 – 20.000)
Gesamte Einnahmen:	Euro 62.500

Selbstverständlich müssen Sie die Mehrwertsteuer noch berücksichtigen, aber selbst dann kommt noch ein ordentlicher Betrag zugunsten des Initiators heraus.

Steuern, Versicherung für den Wagen übernehmen die Kunden.

Ohne Zweifel können Sie auch mit Importeuren verhandeln, die Autos aus Länder der EU nach Deutschland holen. Je nach Modell lässt sich eine Menge Geld sparen, doch müssen Sie mit unangenehmen Fragen der Kunden rechnen. Manchen Käufern macht dies jedoch nichts aus, solange der Preis stimmt. Importeure können jedoch von schon günstigen Preisen kaum mehr Nachlässe gewähren, es sei denn, Sie kaufen gleich mehrere Wagen.

Es dürfte nicht zu schwierig sein, Kunden zu finden, die für 25% weniger Geld ein neues Fahrzeug haben möchten. Es handelt sich dabei übrigens nicht um einen EU-Reimport oder ähnliches. Sämtliche Gewährleistungsansprüche (Wartung, Inspektion etc.) bleiben also erhalten. Zwar dürfen EU-Fahrzeugen solche Leistungen auch nicht verweigert werden, doch in der Praxis gibt es immer wieder Probleme mit Vertragswerkstätten, die Arbeiten für EU-Fahrzeuge ablehnen.

Bei der oben betrachteten Variante hat der Initiator einen Kapitalbedarf von 200.000 Euro. Natürlich bringt nicht jeder Interessent eine solche Summe aus eigenen Mitteln auf.

Folgende Alternativen ergeben sich für Interessenten:

- I. Finanzierung: In der heutigen Zeit sind Finanzierungen für solche Vorhaben nur schwer zu erhalten. Sie sollten auf jeden Fall Sicherheiten vorweisen können. Ideal wären unterschriebene Kaufverträge (über die Autos) mit Kunden von einwandfreier Bonität.
- II. Kauf erst nach Zusagen der Kunden: Bei dieser Variante ergeben sich diverse Möglichkeiten. Von Vorteil ist der Start völlig ohne Eigenkapital. Sie können also praktisch ohne Einsatz anfangen und mit geeigneten Verhandlungen (Kunden und Hersteller) Gewinne realisieren. Wie bei manchen Firmen schließen Sie mit den Kunden Verträge über die spätere Lieferung ab und vereinbaren vollständige Bezahlung zum Zeitpunkt der Lieferung (anteilig als Miete und Kaufpreis). Dann können Sie den Herstellern jeweils den fälligen Preis überweisen und ihre Fahrzeuge in Empfang nehmen. Diese Form des „Deals“ erfordert natürlich Vertrauen zwischen Käufer und Verkäufer. Wer sich nichts zu Schulden kommen lässt, verdient jedoch auch das Vertrauen, und dank Mundpropaganda zufriedener Kunden funktioniert dieses Modell immer wieder.

Werbung:

Ohne Werbung für Ihre Dienste wird kein Geschäft möglich sein, d.h. Sie müssen auch ein bisschen Geld in die Werbung investieren, um am Anfang Kunden zu finden.

Was ist empfehlenswert?

Dazu müssen wir erst einmal betrachten, welche Fahrzeuge verkauft werden und welche Klientel angesprochen wird. Inserate mit hochwertigen Autos der führenden Hersteller finden Sie z.B. in „Auto Motor und Sport“, „Autobild“, der „Welt“, der „FAZ“. Die Leserschaft solcher Publikationen ist auch in der Lage, die geforderten Preise zu zahlen. Inserieren Sie nicht in regionalen Werbeblättern. Solche Anzeigen bringen einfach zu wenig Interessenten. Sie müssen schon bundesweit agieren, um die richtigen Kunden anzusprechen. Ein paar Anzeigen in den richtigen Medien genügen vollauf.

Beispiel:

25% unter Neupreis!
Daimler, BMW, Volvo
Tel.

Machen Sie sich darauf gefasst, dass auch Händler anrufen und Sie ausspionieren möchten. Das ist völlig normal. Sie sollten jedoch darauf achten, den Händlern nicht zu viele Informationen preiszugeben. Das heißt aber nicht, dass Sie nicht an Händler verkaufen sollen. Manche Verbindung dieser Art kann ihnen noch viele Geschäfte ermöglichen. Privatpersonen benehmen sich am Telefon ganz anders, sind nur am Kauf interessiert und möchten sich über die Details informieren.

Erklären Sie den Leuten ruhig und ausführlich den Prozess des Kaufs und der Miete. Verweisen Sie dabei auch auf ihre große Konkurrenz sowie deren Verfahren. Gleichzeitig stellen Sie jedoch die Vorteile ihres Konzepts dar. Sollte jemand zu einem persönlichen Gespräch vorbeikommen möchten, begrüßen Sie diesen Vorschlag. Bei solchen Terminen sind nämlich Vorverträge schnell unterschrieben und das Geschäft kann starten.

Achten Sie darauf, sich nicht wie die gewöhnlichen Gebrauchtwagenverkäufer zu benehmen. Sie arbeiten mit niveauvollen Personen. Passen Sie sich deren

Umgangsformen an. Wenn die Kunden rechnen können, erkennen diese den Vorteil des Konzepts.

Internet: Selbstverständlich können Sie auch die Möglichkeiten des World Wide Web nutzen, um Ihr Anliegen bekannt zu machen. Hier bieten sich besonders Anzeigen bei bekannten Auto-Portalen an. Allerdings ist dies nicht so günstig und Sie brauchen auch eine eigene Homepage, auf die Besucher gelenkt werden.

Nur zur Gewinnung von Interessenten genügt aber auch die simple Verkaufsanzeige. Folgende Webseiten sind geeignet:

www.mobile.de
www.autoscout24.de
www.autobild.de
www.faircar.de
www.automobile.de
www.autoaktuell.de
www.auto-euro.de
www.autoinfo.de
www.netcar.de

Die Kunden rufen an und wollen vorbeikommen.

Vorsicht! Ernsthafte Kunden zeigen sich aufgeschlossen und akzeptieren ihre Vorschläge bezüglich des Ablaufs.

Geben Sie Brief und Schlüssel für den Wagen niemals ohne Geld heraus. In verschiedenen Fällen haben es clevere Ganoven schon geschafft, selbst erfahrene Autohändler hereinzulegen, indem eine Scheinfassade aufgebaut wurde. Also: Egal wer kommt, Fahrzeuge gibt es erst nach Bezahlung. Mit Schecks sollten Sie sehr vorsichtig sein. Warten Sie erst die Deckung durch die Bank ab.

Am besten für beide Seiten sind Überweisungen, Gutschriften. Hier können Sie sicher sein, dass der Kunde bezahlt hat und keine unangenehmen Nachwirkungen folgen können. Buchen Sie keine Beträge von Konten der Kunden per Lastschrift ab, weil diese wieder zurückgebucht werden können. Bei Barzahlung sollten Sie stets Termine tagsüber vereinbaren, so dass Sie das Geld noch zur Bank bringen können. Achten Sie auf die Scheine und prüfen Sie deren Echtheit bevor es zum Besitzwechsel kommt!

Vorsicht Falle: Es gibt einige windige Zeitgenossen im Autohandel. Solche Typen tauchen dann bei Ihnen auf und geben vor, gleich groß einsteigen zu wollen. Man möchte sofort 6 Wagen mitnehmen etc.. So sehr Sie sich vielleicht über das Geschäft freuen: Bleiben Sie skeptisch und gehen Sie streng nach Ihren Vorgaben vor. Die Leute werden Sie wahrscheinlich mit allerlei Reden und evtl. sogar mit Geld beeinflussen. Hüten Sie sich vor derartigen Personen, die oft zu zweit auftauchen, um ihren Gesprächspartner „bearbeiten“ zu können. Wenn Sie am Ende Vertrauen gewinnen, haben Sie schon verloren.

Natürlich kommen auch harmlose Kunden, die einfach nur einen neuen Wagen zu günstigen Konditionen kaufen möchten. Gehen Sie mit solchen Leuten immer offen um, verschweigen Sie nichts und erklären Sie alle Abläufe (Mietvertrag, Miete, Kauf, Kaufvertrag). Es darf nichts unerwähnt bleiben, so dass der Kunde immer den Eindruck hat, über alles informiert zu werden. Auf diese Weise entsteht gleich zu Anfang einer Geschäftsbeziehung Vertrauen und der Kunde kauft den nächsten Wagen (eventuell für seine Frau, Angehörigen) vielleicht auch bei ihnen nach dem gleichen Schema. Zufriedene Kunden sind immer die beste Werbung. Nachbarn des Kunden, Kollegen, Freunde, Bekannte erkundigen sich nach dem neuen Gefährt, der

Herkunft, dem Preis und kommen dann auch auf Sie zu. Genauso baut man sich langsam aber sicher seinen festen Kundenstamm auf.

Voraussetzungen zur gewerblichen Vermietung von KFZ:

- Gewerbeanmeldung (Autovermietung)
- Eichen der Tachometer durch Prüfstelle (z.B. Dekra, TÜV)
- Das Fahrzeug jährlich zur Hauptuntersuchung bringen
- Buchführung (Einnahmen und Ausgaben feststellen und abrechnen)
- Das Fahrzeug sollte bei der Zulassungsstelle als Mietfahrzeug angemeldet werden.
- Versicherung ebenfalls als Mietfahrzeug (höhere Prämien für die 6 Monate Zulassung).

Wann ist die Vermietung eines Fahrzeuges gewerblich?

Sie müssen das Fahrzeug mit Gewinnerzielungsabsicht dauerhaft vermieten (also nicht für eine Woche oder ein paar Tage und dann selbst mit dem Wagen fahren, sondern über einen längeren Zeitraum).

Ihr privates KFZ dürfen Sie übrigens nicht gewerblich vermieten, sonst verlieren Sie Ihren Versicherungsschutz!

Gewerbeanmeldung:

Sie gehen einfach zum Ordnungsamt in Ihrer Stadt und beantragen einen Gewerbeschein. Die Mitarbeiter fragen Sie dann, welches Gewerbe denn ausgeübt werden soll. Diese Frage beantworten Sie klar mit dem Begriff: Autovermietung.

Die Gebühren für den Gewerbeschein betragen 30-100 Euro je nach Gemeinde.

Ein Durchschlag dieser Anmeldung geht ans zuständige Finanzamt. Falls Sie keine Steuernummer hatten, bekommen Sie spätestens nach der Anmeldung eine.

Betrieb:

Einnahmen und Ausgaben listen Sie zuerst in einer Einnahme-Überschuss-Rechnung auf. Erst wenn Ihre Umsätze größere Ausmaße annehmen, müssen Sie eine ordentliche doppelte Buchführung nachweisen. Dies erledigt übrigens auch Ihr Steuerberater für Sie und Sie können sich voll aufs Geschäft konzentrieren.

Die Konsultation eines versierten Steuerberaters ist bei größeren Umsätzen ohnehin ratsam.

Geschäftsunterlagen müssen über einen Zeitraum von 10 Jahren aufbewahrt werden. Ordnen Sie am besten alle Schriftstücke in Ordner (nach Jahren bezeichnet) ein. So finden Sie Geschäftsvorfälle bei Bedarf schnell wieder und können auch gegenüber Dritten (z.B. dem Finanzamt) Nachweise präsentieren.

Um einigermaßen glaubhaft zu wirken, sollten Sie über ein wenig Platz für Ihre Fahrzeuge verfügen (z.B. Garagen mit Hof o.ä.). Eine Autovermietung ohne Parkplätze oder Stellplätze wirkt doch etwas seltsam (vor allem für Mitarbeiter von Behörden, die eine Betriebsbesichtigung vornehmen, wie etwa Prüfer vom Finanzamt).

Weitere Erfordernisse:

Sie brauchen eine EDV-Anlage für Schriftverkehr, Kalkulationen und Buchhaltung. Ein gewöhnlicher PC reicht völlig aus. Sie benötigen auf keinen Fall die schnellsten Geräte mit Super Grafikkarte, großen Festplatten etc.

Für den Bürobetrieb sollten Sie sich einen günstigen Rechner mit ausreichend Arbeitsspeicher zulegen. Es muss auch nicht immer das neueste Betriebssystem sein. Gebrauchte Windows Varianten (ideal Windows 98 / ME) bekommen Sie bei Internetauktionen oder auf Kleinanzeigenmärkten schon für rund 20 Euro!

Eine komplette Office Suite kostet Sie maximal den Preis eines gewöhnlichen EDV-Magazins, denn oft liegt den Heften Open Office / Star Office von Sun Microsystems bei (Textverarbeitung, Kalkulation, Präsentation der Spitzenklasse). Mit den neuen Versionen können Sie zudem Dokumente erstellen, die mit MS Programmen kompatibel sind.

Günstige neue Rechner plus Zubehör erhalten Sie bei der Firma Brand X GmbH in Düsseldorf.

Solide schnelle Bürorechner kosten etwa Euro 400 (ohne Betriebssystem). Jede Woche werden neue Schnäppchen ins Internet gestellt. Kontakt:

www.brand-x.de

Natürlich können Sie auch auf gebrauchte Systeme ausweichen. Es gibt viele Rechner, die oft nur mäßig beansprucht wurden. Schauen Sie sich mal bei e-bay in den geeigneten Rubriken um oder stöbern Sie in regionalen Anzeigenmagazinen. Mit ein bisschen Verhandlungsgeschick und Mut können Sie zu günstigen Konditionen ein brauchbares Gerät samt Software erstehen.

Gebrauchte Rechner erhalten Sie bereits ab 99 Euro bei:

www.gebrauchtpc.de

www.eastcomp.de

www.notebook-gebraucht.de

www.gebraucht-pc-shop.de

www.second-hand-pc-siegen.de

www.5buttons.de

Weiterhin benötigen Sie eine Sitzgelegenheit für Ihre Kunden, die evtl. auch ihren Partner mitbringen. Schaffen Sie sich also einen vernünftigen Bürotisch mit ein paar Stühlen an, so dass Sie mit den Leuten um den Tisch Platz nehmen können, um Unterlagen in Augenschein zu nehmen, Verhandlungen zu führen, Verträge zu unterzeichnen sowie Modalitäten zu besprechen.

Diese Sitzgruppe sollte möglichst in einer ruhigen Ecke ohne Störungen platziert werden. Bedenken Sie: die Kunden treffen wichtige Entscheidungen über einen größeren finanziellen Rahmen. In diesem Zusammenhang sollte auch das Ambiente stimmen, d.h. der Raum sollte beruhigend wirken (keine aggressiven Farben, keine laute Musik, Lärm). Sorgen Sie auch dafür, dass Sie bei Verhandlungen möglichst nicht durch viele Telefonanrufe gestört werden, sondern schenken Sie den Kunden Ihre ganze Aufmerksamkeit. So ist sichergestellt, dass die Kunden auch den Eindruck gewinnen, dass Sie sich mit Ihrer gesamten Energie dem Wohl des Kunden widmen. Versuchen Sie, für jeden Kunden je nach Ansprüchen und Wünschen die individuell beste Lösung anzubieten.

KFZ-Hersteller:

Audi	Tel. 0841-890
BMW	Tel. 089-3820
Citroën	Tel. 02203-440
Daimler-Chrysler	Tel. 0711-170
Ferrari	Tel. 0611-284090
Ford	Tel. 0221-9012984

General Motors	Tel. 06142-6020
Jaguar	Tel. 06173-7050
Peugeot	Tel. 0681-8790
Porsche	Tel. 0711-9110
Saab	Tel. 06172-9000
Toyota	Tel. 02234-1020
Volvo	Tel. 0221-93930

Preisermittlung:

Schwacke	Tel. 06181-4050
Deutsche Automobiltreuhand	Tel. 0711-45030

Verbände:

Zentralverband Deutsches KFZ Gewerbe	Tel 0228-91270
Verband der Automobilindustrie	Tel. 069-975070
Verband der Importeure von KFZ	Tel. 06172-98750

Geld verdienen mit Esoterik-Produkten

Die Zeiten begünstigen Geschäfte mit esoterischen Inhalten. Politische Instabilität plus Kriegsangst und wirtschaftliche Schwierigkeiten auf der ganzen Welt fördern den Glauben an spirituelle Themen. Menschen orientieren sich um, sind enttäuscht von nicht erfüllten Erwartungshaltungen, finden sich zum Teil in ausweglosen Situationen wieder und suchen nach anderen Inhalten, die das Leben wieder lebenswert machen.

Die Kirchen haben für solche Menschen keine Bedeutung mehr. Man strebt eher ein Aneignen von alternativen Methoden zur Sinnfindung an. Genau diesem Streben können Sie entgegenkommen und den Leuten esoterische Inhalte und Produkte anbieten. Obwohl manche Leser vermuten werden, dass die Esoterik-Welle schon längst Vergangenheit ist, darf ich Sie drauf hinweisen, dass die Anzahl der Kirchenaustritte noch nie so hoch war wie in dieser Zeit. Nicht alle „Ungläubigen“ sind jedoch plötzlich wirklich Atheisten geworden, sondern versuchen andere Wege zu gehen.

Das Leben ist halt nun einmal mehr als nur Lernen, Arbeit und materieller Wohlstand. Was passiert mit Menschen, die vermeintlich alles erreicht haben? Sie suchen nach dem Sinn!

Viele trennen sich auch wieder von ihren Reichtümern und orientieren sich an weisen Männern der alternativen Religionen (Beispiel: Dalai Lama / Tibet).

Unter den Schönen und Reichen in Hollywood ist fast unbemerkt von der Boulevardpresse ein Drang nach dem Sinn entstanden. Intelligente Persönlichkeiten wie etwa Richard Gere sind zum Buddhismus übergetreten. Andere beschäftigen sich mit der Kraft der Natur, der Meditation, des Himmels oder sonstigen Phänomenen.

Kurz: Es besteht konkret ein Bedarf an solchen Gütern, Heilverfahren und Inhalten.

Welche Formen des Verkaufs kommen in Frage?

- I. Versand
- II. Verkauf im eigenen Laden
- III. Verkauf per Internet (Versand)
- IV. Verkauf per Direktmarketing über Vertreter
- V. Verkauf per Networkmarketing

Der schnellste und effizienteste Weg zum Kunden dürfte wohl der Versand sein. Selbstverständlich können Sie sowohl auf dem traditionellen Weg als auch im Internet arbeiten. Beide Absatzwege ergänzen sich hervorragend.

Grund: Werbebriefe per Post und Informationen auf Anforderung sprechen eher ältere Mitbürger an, während die elektronische Form des Verkaufs bei jungen Kunden ankommt.

Der Verkauf im eigenen stationären Laden kostet zuviel Geld (Ladenmiete, Einrichtung). Für den Start im Bereich Networkmarketing brauchen Sie ebenfalls Geld (Software, Strukturaufbau).

Welche Güter können Angeboten werden?

- Bücher, Informationen als Printmedien
- Tonträger (Kassetten, CDs)

- Filme (DVD, Videokassetten)
- Steine (Heilsteine, Mineralien)
- Edelsteine
- Öle (Heilöle)
- Pendel
- Räucherwerk
- Ritual-Sets
- Ruten
- Wahrsager-Zubehör
- Amulette, Schmuck
- Duftlampen
- Alternative Heilmittel
- Kerzen
- Kräuter
- Magnet Produkte (z.B. Armreifen)
- Fernkurse
- Beratungen durch sachkundige Personen

Wer verkauft solche Produkte?

Kontakt:

Abraxas Versand
Postfach 29
53578 Windhagen
Internet: www.abraxas-versand.de

Das Geschäft mit Waren aus den Bereichen Esoterik, New Age etc. boomt in den USA. Die Menschen suchen in unserer technisch orientierten Welt neue Herausforderungen, Halt, geistige Erneuerung, den Sinn des Lebens. Viele Bürger wünschen sich eine Art Lebensorientierung ohne Verpflichtung. Früher nahm diese Rolle mit zum Teil strengen Regeln die Kirche ein, aber heute hat die Institution nicht mehr das Monopol auf geistige bzw. religiöse Führung. Mittlerweile sind zahlreiche Heilslehren verfügbar.

Jeder kann sich nach eigenen Interessen seinen Beistand aussuchen.

Der New Age Markt ist Heimat für viele selbst ernannte Führer, Gurus, Firmen mit verständlichen monetären Zielen und Institutionen. Wenn man mit einem Trend Geld verdienen kann, sind clevere Geschäftsleute immer dabei, denn wer aufgrund des Glaubens kauft, zahlt auch fast jeden Preis für wirkliche - oder scheinbare Hilfe. Angeboten werden Steine mit Heilwirkung, Bücher jeglicher Richtung, Videos, Kurse, Schmuck, Kristalle, Pyramidenmodelle, Skulpturen, magnetische Decken, Öle, Duftstoffe, Kunst in allen Formen, Tarot Karten, Hilfsmittel aller Art etc.

Im Laufe der Zeit ist ein beachtlicher Warenkorb zusammengekommen, der ganze Shops ausfüllt. In den USA gibt es regelrechte Esoterik-Supermärkte mit einem großen Sortiment an Produkten und Dienstleistungen.

Das Konzept von Glifix ist dabei besonders erfolgreich, weil zusätzlich zu den Waren auch die Umgebung stimmt. Dies erreichen die Initiatoren mit Hilfe von Säulen, Skulpturen, der geeigneten Musik im Hintergrund und einer Gestaltung des Interieurs

in angenehmen Farben. Der Kunde fühlt sich gleich wohl und hat nicht den Eindruck, bei irgendwelchen weltfremden Spinnern gelandet zu sein. Das komplette Geschäftskonzept inklusive Kontakte soll in nächster Zeit per Franchising weltweit verfügbar sein. Shops dieser Art könnten auch in Europa Erfolg haben. Der weltweite Trend zeigt, dass für bestimmte Themen gestaltete Geschäfte zahlreiche Kunden für sich gewinnen können.

Interessenten wenden sich an:

Glifix

4835 South Highland Drive, Suite 1205
Salt Lake City, UT 84117, USA

Interessenten können beim Sternentor Verlag eine Vertriebslizenz für fünf Jahre erwerben und dann das komplette Verlagsprogramm (Bücher, CDs, Kassetten, Videos) verkaufen. Dabei hat man nichts mit eigentlichen Warendistribution zu tun, die Güter werden zentral ausgeliefert. Jeder Lizenznehmer erhält ein eigenes Internet-Kaufhaus und die Erlaubnis, die Produkte des Verlages zu vertreiben. Käufe werden an die Zentrale vermittelt, streng genommen handelt es sich also um ein Drop Shipping System, bei dem pro Verkauf Provision gezahlt wird. Die Lizenz kostet einmalig 1.000 US\$. Sobald diese Summe überwiesen ist, erhält man eine CD-ROM mit den Daten und einen Online-Shop, der dann unter der eigenen Domain online gestellt werden kann. Falls man weitere Interessenten anwirbt, gibt es auch Provisionen.

Der Verlag vertreibt auch hochwertige Videos aus Eigenproduktionen bekannter Produzenten, die unter Umständen Lizenzen für den Verkauf abgeben. Auf der Webseite des Verlages finden Interessenten reichlich Tipps und Ratschläge für den Verkauf, den Aufbau des Internet-Shops, passende Werbung und Verbreitung des Angebotes (Banner, Anzeigengestaltung etc.). Aktive Händler erhalten 30% Provision auf verkaufte Waren. Sie können das Geschäft nebenberuflich oder hauptberuflich betreiben. Es gibt keinerlei Druck, gewisse Mengen zu verkaufen oder ähnliche Restriktionen. Das gesamte Verlagsprogramm ist umfangreich und repräsentiert einen Querschnitt esoterischer Themen. Ihre Bemühungen sollten also auf eine spezielle Zielgruppe ausgerichtet sein. Der Verlag unterstützt Partner in jeglicher Hinsicht beim Verkauf der Produkte. Kontakt:

Sternentor Verlag

Von-Morau-Str. 9a
93099 Schönach / Mötzing
Internet: www.sternentorverlag.de

Auslieferungen erfolgen über:

VAL Silberschnur

Steinstr. 1
56593 Göllesheim
Tel. + Fax 02687-929001
Internet: www.silberschnur.de

Messen für Gesundheit und Lebenskraft

In Zürich finden regelmäßig Messen zu den Themen ganzheitliche Gesundheit, Lebenskraft, Esoterik statt. Diese Veranstaltungen verbinden Händler und Hersteller gerne mit der Vorstellung neuer Verfahren und Produkte aus diesem Bereich (Wasser Symposium, Heilertage, Gesundheitsworkshops etc.). Fachkundige

Referenten berichten über Heilkräfte, alternative Methoden. Weiterhin können Interessenten an Vorträgen, Seminaren zu bestimmten Themen teilnehmen.

Wer gesundheitliche Probleme hat (wer hat die nicht?), sollte sich solche Messen vormerken, denn oft erhält man wertvolle Anregungen und Ratschläge für die wirkungsvolle, schonende Therapie des eigenen Leidens. Natürlich verkaufen manche Aussteller vor allem den Glauben an eine Sache, aber andere haben durchaus nützliche Produkte (ganzheitliche Therapien, Ernährungsberatung, Irisdiagnose, Mineralien, Körper Therapien, Massagen, Auravideo, Aura-Diagnose usw.) zu bieten, die man sonst nichts sieht. Kontakt:

www.lebenskraft.ch

Als Anbieter von Esoterikprodukten sollten Sie derartige Messen besuchen und Kontakte für ihren Einkauf knüpfen.

Eine zusätzliche Alternative und Qualifizierung für alternative Heilmethoden:

Naturarzt für chinesische Medizin

Immer mehr Menschen streben natürliche Heilung an und misstrauen der herkömmlichen Medizin. Diesen Umstand sollten Sie nutzen: Jetzt können sich Interessenten gute Verdienstchancen für die nahe Zukunft sichern. In der Schweiz gibt es eine gute Ausbildung für angehende Naturärzte der chinesischen Medizin.

Studenten können ein Voll- oder Teilzeitstudium am renommierten Tao Chi Ausbildungszentrum beginnen. Es handelt sich um eine umfassende ganzheitliche Ausbildung mit folgenden Fachrichtungen:

- Akupunkteur / Herbalist (Kräuterkunde)
- Tuina / Qi Gong Therapeut
- Ernährungsberater / Diätist
- Qi Gong Therapeut

Das Tao Chi Zentrum ist eine höhere Fachschule für die Ausbildung in der chinesischen Medizin. Bereits seit über 20 Jahren werden dort Spezialisten unterrichtet.

Jeder kann sich anmelden und am Ausbildungszentrum studieren. Sie brauchen nicht unbedingt ein Abitur oder die Matura. Absolventen erhalten ein Diplom und dürfen sich danach Diplomarzt für chinesische Medizin nennen. Interessenten können sich unverbindlich informieren und an Informationsabenden teilnehmen. Kontakt:

Tao Chi Ausbildungs- und Seminarzentrum

Bachwiesenstr. 115-117°

CH-8047 Zürich

Tel. +41-1-401-5900

Fax +41-1-401-5906

Internet: www.taochi.ch

E-Mail: taochi@bluewin.ch

Die wirtschaftliche Verwertung des Drangs nach geistiger Nahrung und Naturheilmitteln wurde von cleveren Spezialisten natürlich schon entdeckt. Einige Umstände beflügeln dieses Vorhaben:

- Natur und Mittel aus der Natur sind gerade bei zahlungskräftigen Kunden gefragt.
- Viele Berichte in den Medien verdeutlichen immer wieder die Wirksamkeit von Naturheilmitteln. Dies führt zu einer ständig wachsenden Nachfrage nach derartigen Mitteln, die natürlich auch befriedigt wird.

- Äußere Umstände wie mangelhafte politische Vertretung der Bevölkerung, Sinnkrise bei den etablierten Kirchen und ein langsamer Wertewandel sowie wirtschaftliche Unsicherheiten beflügeln den Zuspruch zu neuen oder alten esoterischen Themen. Viele Menschen wollen den materialistischen Kreislauf unserer Wirtschaft nicht mehr mitmachen. Dabei fühlen sich immer mehr Bürger wie der Hamster im Rad, der sich anstrengt, aber doch nie ans Ziel kommt.
- Das Leben als einfaches Dasein in der Natur und mit der Natur wird wieder entdeckt. Immer stärkerer Druck auf Menschen in jeglicher Hinsicht führt zu gesundheitlichen Problemen, die auf Dauer nicht zu ertragen sind. Also ist man gezwungen, seine Aktivitäten auf ein gesundes Maß zurück zu bringen. Esoterische Themen helfen dabei, tragen zur notwendigen Entspannung bei.
- „Was nützt alles Geld der Welt, wenn wir nicht glücklich sind?“ Diese Frage stellen sich mittlerweile immer mehr Personen. Ein erfülltes Leben hat nicht unbedingt etwas mit materiellem Wohlstand zu tun, obwohl solche Gedanken natürlich vor allem in Ländern aufkommen, die eben relativ gute Lebensbedingungen erlauben. Die Hatz nach Geld, Macht und Einfluss kommt an ihre Grenzen, wenn Wachstum nicht mehr zu erwarten ist. Man wendet sich anderen Themen zu, Träume platzen wie eine Seifenblase.

Vorsicht

Bei allem Elan für die Sache sollten Sie aber aufpassen, dass Sie keine verschreibungspflichtigen Waren anbieten. Das dürfen immer nur noch Apotheken tun. Gleichzeitig dürfen Sie auch keine apothekenpflichtigen Güter verkaufen. Achten Sie auf Ihr Warensortiment, dass sich keine solchen Güter einschleichen.

Gleichzeitig müssen Sie mit Heilversprechen äußerst vorsichtig sein, sonst werden Sie leicht ein Opfer der Justiz. Machen Sie keine Heilversprechungen!

Sie können jederzeit sagen, dass ein Mittel oder eine Substanz einem Kunden geholfen hat, aber leiten Sie daraus keine Aussagen über zukünftige Wirkungen bei einem neuen Kunden ab. Erklären Sie den Leuten, dass Heilversprechen nicht seriös - und auch nicht erlaubt sind.

Wer interessiert sich für esoterische Produkte?

- I. Private Kunden mit einem ausgeprägtem Gesundheitsbewusstsein (Familien mit Kindern, ältere Leute mit Beschwerden, gebildete Menschen mit höherem Einkommen) sowie offene Menschen, die geistige Erfüllung, Erweiterung ihres spirituellen Horizontes suchen.
- II. Interessant: Der Frauenanteil ist sehr hoch. Das liegt wohl an der höheren Sensibilität der weiblichen Bevölkerung für gefühlsbetonte Themen.
- III. Interessengemeinschaften aller Art (Vereine, Gruppen).

Der Versand

Das alltägliche Geschäft ist ähnlich wie bei anderen Versendern auch: Die Ware muss möglichst günstig von Lieferanten eingekauft werden. In diesem Fall kaufen Sie Waren ein und verkaufen diese auch im selben Zustand wieder. Mit eventuellen Veredelungen oder Transformationen hat man also keine Arbeit.

Natürlich ist auch die Werbung für den anschließenden Verkauf notwendig. Das alltägliche Geschäft muss auch verwaltet werden, was aber dank der modernen EDV keine größeren Probleme mehr verursacht. Unter Umständen können Sie diesen Kreis unterbrechen, indem zuerst die Werbung rausgeht und dann die Ware eingekauft wird. Der Warenumsatz muss in diesem Fall aber sehr schnell funktionieren, um die Kunden zufrieden stellen zu können. Solche Modelle sollten Sie nur in Zusammenarbeit mit einem etablierten Versandhaus wagen, das Erfahrungen mit dem schnellen Verschicken von Produkten hat, sonst kann einfach zuviel schief gehen und Sie verlieren gleich am Anfang Ihrer Tätigkeit Kunden. Das darf natürlich unter keinen Umständen passieren.

Kennzeichnen Sie Ihre Bestände und führen Sie genau Buch über Produkte, Eingänge, Ausgänge, Verkäufe, Bestellungen etc.. Diese Aufgaben können Sie mit einem Warenwirtschaftsprogramm erledigen. Es ist sehr wichtig, genau zu wissen, welche Bestände noch im Lager sind. Penible Ordnung ist also nötig.

Sehr wichtig sind natürlich Verbindungen zu Herstellern oder Großhändlern und Importeuren, die solche Heilmittel günstig besorgen können. Unter Umständen können Sie von zuhause aus anfangen, wenn Sie in der Wohnung ein kleines Büro (plus EDV) und ein kleines Lager für die Ware unterbringen. Das spart Kosten und trägt zu Ihrer finanziellen Unabhängigkeit bei.

Das Gewerbe

Der Versand für esoterische Produkte ist eine kleine Firma (Ein-Mann- bzw. -Frau-Betrieb), welche bestimmte Produkte auf dem Weg des Versandhandels anbietet. Niemand darf in Deutschland solche Tätigkeiten selbstständig ausüben, ohne ein Gewerbe anzumelden. Man arbeitet auf eigene Rechnung und in eigener Verantwortung, d.h. man ist für Einnahmen, Ausgaben, etwaige Verbindlichkeiten, Zahlung von Abgaben, Steuern etc. selbst verantwortlich. Das Betreiben eines Gewerbes ist eine nachhaltige Tätigkeit mit der Absicht, Gewinne zu erzielen. Man nimmt am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr, in diesem Fall im Bereich Dienstleistungen, teil.

Obligatorisch ist die Anmeldung des Gewerbes beim zuständigen Ordnungsamt. Dort müssen Sie den Zweck des Gewerbes angeben, wobei eine ziemlich weit gefasste Formulierung angebracht ist, denn Sie dürfen nur die beschriebenen Tätigkeiten ausüben. Je präziser diese Formulierungen sind, desto enger wird Ihr Tätigkeitsbereich. Gleichzeitig müssen Sie aber auch aufpassen, nicht Tätigkeitsbereiche anzugeben, für die besondere Prüfungen erforderlich sind oder Vorschriften verlangt werden. Bezüglich einer passenden Formulierung hilft Ihnen ein guter Unternehmensberater jederzeit weiter. Wichtig: Man erledigt nur Aufträge, die mit dem Zweck des Gewerbes übereinstimmen!

Mit der Anmeldung auf dem Ordnungsamt geht ein Durchschlag des Formulars an das zuständige Finanzamt. Sie erhalten dann eine Steuernummer, falls in der Vergangenheit noch keine zugeteilt wurde. Betriebe (Gewerbe) unterliegen der Gewerbesteuer.

Mit einem Gewerbe werden Sie automatisch Mitglied in der IHK (Industrie- und Handelskammer) und müssen Beiträge entrichten. Deren Höhe richtet sich nach Umsatz, Größe des Betriebes, Rechtsform etc.

Gründungsvoraussetzungen

Ohne Interesse für das Thema Esoterik, Spiritualität wird Ihnen das Geschäft keinen Spaß machen. Sie sollten sich also schon mit Ihren Gütern und deren Wirkungen, Eigenschaften etc. beschäftigen.

Ideal sind natürlich auch eigene Erfahrungen mit den Mitteln, deren Einsatz und Wirkungsweisen. Sie müssen mit vielen Anfragen von Kunden rechnen, die erst einmal eine kleine Beratung brauchen, Ihnen ihre Beschwerden schildern etc. und entsprechende Antworten bzw. Lösungsvorschläge erwarten. Nur der Versand ist heute nicht mehr ausreichend für einen guten Kundenservice. Der Kunde erwartet auch hier vor allem Kompetenz im Umgang mit den Waren und Inhaltsstoffen. Sie sollten also schon erklären können, warum eine gewisses Mittel für den Betroffenen das geeignete ist.

Dazu kommt natürlich der kaufmännische Sachverstand und möglichst Erfahrungen im Handel. Ebenso sollte man mit der modernen EDV umgehen können. Weiterhin sollten Sprachkenntnisse (zumindest Englisch) vorliegen, denn die neuesten Trends im Bereich Esoterik / alternative Gesundheit kommen fast immer aus dem angelsächsischen Raum.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht Anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen.

Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Damit müssen Sie möglichst ohne Probleme von Ihrer Umgebung, Familie etc. klar kommen. Überlegen Sie sich diesen Schritt also in aller Ruhe und unter Berücksichtigung Ihrer persönlichen Situation. Macht der Partner mit oder gibt es eher Kämpfe um die Freizeit? Reagiert Ihre Familie verständnisvoll, wenn Sie viel Zeit sowie Energie in Ihre neue Tätigkeit investieren müssen?

Räumliche Voraussetzungen

Es spielt eigentlich keine Rolle, von wo aus Sie dieses Geschäft betreiben. Der Standort sollte nur einen guten Zugang zu nächsten Postfiliale haben, damit die immer gleichen Wege für den zukünftigen Versandhändler nicht zur Qual werden. Vor allem im Winter spielt das eine große Rolle, wenn die Straßen eisig und glatt sind.

Agieren Sie am Anfang auf jeden Fall nur von den eigenen vier Wänden aus, denn Mieten für besondere Räumlichkeiten können Sie sich sehr wahrscheinlich noch nicht leisten. Bauen Sie das Geschäft lieber langsam auf, um dann bei entsprechenden Umsätzen den nötigen Umzug zu bewerkstelligen.

Vor allem am Anfang muss man auf das meistens äußerst schmale Budget achten. Sie können also ohne Probleme von der heimischen Wohnung aus loslegen. In den wenigsten Fällen kommen Kunden persönlich vorbei, um sich die "Firma" anzuschauen. Sie sprechen vielmehr bei Interessenten vor und stellen Ihre

Aktivitäten dar. Das Geschäft läuft über fast ausschließlich über den persönlichen telefonischen Kontakt zu den Kunden oder Interessenten.

Zeitliche Voraussetzungen

Die Tätigkeit ist unabhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man kann seine Arbeitszeit selbst bestimmen. Lediglich telefonisch sollten Sie zu den üblichen Bürozeiten erreichbar sein, um Bestellungen entgegennehmen zu können. Dabei spielen auch die Stunden am Abend eine große Rolle, denn viele Kunden (vor allem Privatpersonen) kommen erst abends nach Hause und können sich dann mit dem Angebot auseinandersetzen.

Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Ein Handy gehört zur Standardausrüstung. Zu welcher Zeit Sie bestimmte Arbeiten erledigen, bleibt Ihnen überlassen.

Wie starte ich?

Bei allen Konzepten im Handel (in diesem Fall Versandhandel) brauchen Kandidaten vor allem die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung der Tätigkeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium PC erledigen.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 290 Euro erstehen.

Da Sie eventuell auch viel im Internet zu tun haben werden (Bestellungen per E-Mail etc.), sollten Sie sich einen schnelleren Rechner leisten. Tests in einem führenden Fachmagazin haben bestätigt, dass schnelle Prozessoren komplexe Internetseiten wesentlich rascher aufbauen können. Für etwa 500-600 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie ein Modem bzw. ISDN-Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares E-Mail Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office enthalten (Download oder CD-ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten.

Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen.

Ein paar Regale sollten ebenfalls angeschafft werden, um die Ware einsortieren zu können. Diese Regale können gebraucht und auch alt sein. Niemand erwartet von Ihnen, dass Ausstellungsstücke bei Ihnen zuhause stehen. Nicht fehlen darf natürlich die erste Ausstattung mit Waren.

Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet-Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.). Dann folgt das Herstellen einer Datenbank für zukünftige Einträge von Interessenten sowie Kunden. Anschließend muss man sich um die Werbung kümmern, so dass potentielle

Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Startkapital

Für den Anfang reichen ca. 5.000 bis 10.000 Euro Startkapital (je nach Warenausstattung und Werbung). Diese Summe sollten Sie möglichst privat aufbringen können, denn Banken halten von der Finanzierung solcher Beträge nicht viel. Kleine Versandhändler genießen bei Kreditinstituten nicht gerade großes Vertrauen. Es ist auf jeden Fall in Ihrem Interesse, wenn Sie Eigenkapital zur Verfügung haben, denn Fremdkapital schafft doch zum Teil unangenehme Abhängigkeiten, die auch ausgenutzt werden.

Einen Teil des Startkapitals brauchen Sie auf jeden Fall für die Werbung. Die reinen Gründungskosten belaufen sich etwa auf 30-100 Euro (Formalitäten je nach Gemeinde).

Für die Werbung brauchen Sie deshalb Kapital, weil der neue Service mit verschiedenen Methoden erst einmal bekannt gemacht werden muss.

Finanzierung

Sollten Sie doch Fremdkapital benötigen, führt der Weg natürlich zunächst einmal zu Ihrer Hausbank. Dort kennt man Sie hoffentlich und kann Ihre Fähigkeiten ungefähr einschätzen. Der Kreditsachbearbeiter sollte Sie auch auf besondere Hilfen für Unternehmensgründer aufmerksam machen (ERP Fördermittel, Deutsche Ausgleichsbank etc.). Sprechen Sie ihn oder sie darauf an. Als Sicherheiten für Kredite sollten Sie Sachwert oder Ersparnisse einsetzen (Wertpapiere, ggf. Guthaben auf festverzinslichen Sparbriefen etc.). Sie sollten jedoch immer berücksichtigen, dass Darlehen wie vereinbart zurückgezahlt werden müssen. Dies kann gerade am Anfang einer selbstständigen Tätigkeit sehr schwer fallen, wenn man noch nicht viele Kunden hat. Bei kleineren Handelskonzepten wie dem Versandhandel ist daher Fremdkapital möglichst zu vermeiden. Versuchen Sie, flexible Finanzierungen zu erhalten (z.B. tilgungsfreie zwei Jahre, bis es zur Abzahlung kommt).

Mit einer Einzelfirma bleiben Sie übrigens voll haftbar, d.h. Sie haften persönlich für alle finanziellen Folgen Ihrer Aktivitäten! Allein deshalb sollten Sie schon alle Hebel in Bewegung setzen, um das Startkapital privat aufzubringen. Die Gründung einer Kapitalgesellschaft ist zwar möglich, verschlingt aber auch relativ viel Geld, das Sie für andere Zwecke brauchen werden. Sie können Ihre Firma später immer noch in eine Kapitalgesellschaft umwandeln, falls dies nötig wird.

Bezugsquellen

PCs, Monitore, Drucker, Komplett Systeme, Software:

BrandX

Tel. 0211-5634970

Fax Abruf 0211-56349719

Internet: www.brand-x.de

www.superschnaepchen.com

Gebrauchte Systeme (Pentium PCs, Monitore, Notebooks), die für viele Aufgaben vollkommen ausreichen, erhalten Sie ab ca. Euro 130 von:

Atenso Computervertriebs GmbH

Tel. 06403-775350

Fax 06403-7753577

Internet: www.atenso.de

Gute Software für die Buchhaltung produziert die Firma Lexware oder KHK Software. Geeignete Programme erhalten Sie z.B. bei:

Softline AG

Lange Str. 51

77652 Offenburg

Tel. 0781-9293222

Fax 0781-9293240

Internet: www.softline.de

Für eine vernünftige Software müssen Sie mit Ausgaben von etwa Euro 120 rechnen. Es muss aber nicht die neueste Version des jeweiligen Programms sein. Sehr günstige Software verkauft:

Pearl Agency

Pearl-Str. 1

79426 Buggingen

Tel. 01805-5582, Tel. 07631-360200

Fax 07631-360444

Internet: www.pearl.de

Ebenso nötig sind natürlich noch Telefon und Fax bzw. Mobiltelefon, wobei das Letztgenannte eigentlich fast nur als Empfangsgerät genutzt wird, wenn man für Kunden erreichbar sein muss. Handys erhalten Sie heutzutage bei vielen Anbietern mit günstigen Mobilfunk-Verträgen praktisch umsonst. Bezüglich des Telefons sollten Sie sich ein gutes Modell leisten, denn das Telefon wird Ihr Arbeitsgerät Nummer eins sein. Viele Kunden rufen an und möchten sich über aktuelle Aufträge oder Chancen erkundigen.

Folgende Organisationen, Banken bieten auch nützliche Informationen für Selbstständige, selbstständiges Arbeiten etc. an:

Deutsche Ausgleichsbank

Ludwig-Erhard-Platz 1-3

53179 Bonn

Tel. 0228-831-0

Fax 0228-831-2255

Internet: www.dta.de

Kreditanstalt für Wiederaufbau

Palmengartenstr. 5-9

60325 Frankfurt

Tel. 01801-335577

Internet: www.kfw.de

Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer e.V.
Internet: www.asu.de

Bundesverband junger Unternehmer e.V.
Internet: www.bju.de

Bezugsquellen für den Esoterikversandhandel

www.esoteric-house.de

Buchhandlung zur Brugg am Klosterplatz

Ritterquai 2-4
CH-4500 Solothurn
Tel. 032-623-6444 & 032-622-0350
E-Mail: infos@buchundmusik.ch
www.buchundmusik.ch/

Buchhandlung im Licht

Oberdorfstr. 28
CH-8001 Zürich
Tel. 01-2526868
Fax 01-2526860
www.imlicht.ch/

Institut Woge

Dachsberggasse 4
A-3500 Krems
Tel. 0664-2100907
E-Mail: institut-woge@utanet.at

Institut für Mental-Training

Brigitte Loacker
Blattur 40
A-6840 Götzis
Tel. 05523-52112

Alternatives Gesundheitszentrum

Spitalstr. 1
A-7350 Oberpullendorf
Tel.: 0043-2612-43580
www.agz.co.at/
Ernährungsberatung, Energiearbeit, Reiki

Buchhandlung Cilinski

06773 Gräfenhainichen
August-Bebel-Str. 15
Tel. 034953-23462, -24614

Buchhandlung Zenit

Pariser Str. 7
10719 Berlin
Tel. 030-8833680
Bücher - Aura-Soma - Feng Shui Öle

Allseits - Esoterischer Fachhandel

Bundesallee 116
12161 Berlin
Tel. 030-85103180
Fax 030-85103181
allseits@gmx.net

Alles zum Thema Reiki, T-Shirts, Aufkleber, Behandlungsliegen, Geschäftssitz der
IFR

Buchhandlung Daulat

Wrangelstr. 11-12
12165 Berlin
Tel. 030-7911868
Esoterik, Ätherische Öle, Kristalle, Schmuck

Kyu Rai Bücher & Tonträger

Volksdorfer Weg 17
22391 Hamburg
Tel. 040-64940377
Fax 040-64940376

Riesige Auswahl an CDs / MCs mit Meditations-/Entspannungsmusik

Hier & Jetzt

Erzberger Str. 10
22765 Hamburg
Tel. 040-395784
Fax 040-3900733
www.hierundjetzt.de
Edelsteine, Aura-Soma, große Auswahl an CDs

Der kleine Esoterikladen

Nienstr. 4
24768 Rendsburg
Tel. 04331-149017
Fax 04331-83219
Edelsteine, Bücher, CDs, Aromaöle

Lichtquelle GmbH Inh.: Schluch

Bahnhofstr. 22
26506 Norden-Nordsee
Tel. 04931-957922
Fax 04931-957923
info@lichtquelle.de
Esoterische Fachbuchhandlung, Seminar-Zentrum, Bücher, Kristalle, Düfte, CDs,
Seminare alle Reiki-Grade

Buchhandlung Lichtgarten

In den Runken 13
28203 Bremen
Tel. 0421-78766
Fax 0421-75623

Sirius Esoterik

Reeder-Bischoff-Str. 29
28757 Bremen
Tel. 0421-6520880
Fax 0421-6520881

info@sirius-esoterik.de
www.sirius-esoterik.de/

Seminare, Elfen, Engel, Schmuck, Edelsteine, Aura Soma und vieles mehr

Precht Trading

Neue Str. 13
31234 Edemissen / Abbensen
Tel. 05172-93289
Fax 05172-93269
Kräuter aus Asien

KARTON Das Geschäft für Ihr Geschenk

Echternstr. 16
31655 Stadthagen
Tel/Fax: 05721-81144
Edelsteine, Bücher, Schmuck, Aromastoffe, laufend Seminare aller Art

"Ein dufter Laden" Brigitte Trumpf

Auf der Wacht 17
36129 Gersfeld
Tel. 06654-8082
Fax 06654-8375

Salzkristall-Lampen, Heilsteine, ätherische öle, steinheilkundl. Beratung, Exkursionen
in die Rhön

Harmonie für Körper Geist Seele

Hinter der Kapelle 12
37154 Northeim
Tel. 05551-919299
Fax 05551-66851
Bücher, CDs, Mineralien, Aura-Soma u.v.m.

Regenbogenland

Lichthof 20
41061 Mönchengladbach
Tel. 02161-912848

Pentagramm Buchhandlung

Alexanderstr. 1 (Nähe städt. Kliniken Mitte)
44137 Dortmund
Tel. 0231-140147
Fax 0231-163161
E-Mail: pentabuch@aol.com

feng-spirit Petra Pfister

Lindenallee 57
45127 Essen
Tel. 0201-2208871
E-Mail: %20p_pfister@t-online.de

LICHTBLICK, Inh. Beate Resdorf

46485 Wesel
Konrad-Duden-Str. 8 A
Bücher, Musik, Steine, Öle, Räucherwerk und mehr

Somanas Esot. Buchhandlung

Antwerpener Str. 24
50672 Köln
Tel./Fax 0221-52587
E-Mail: gyan@somanas.de
www.somanas.de/
Bücher, Musik, Steine, Öle und mehr

Rhiannon Frauenbuchladen

Moltkestr. 66
50674 Köln
Tel. 0221-523120
Fax 0221-527091
Versandservice aller lieferbaren Bücher

Lion Oase, Reiki Zentrum Köln

Alteburger Str. 73
50678 Köln
Tel. 0221-326905
Aloe Vera Trinksaft, Spirulina, Ayurveda, Tai Chi, Qi Gong

Reiki-Forum.Gorel

Bergische Landstr. 89
51375 Leverkusen
Tel. 0214-3103818
Fax 0214-502194
E-Mail: reiki-forum.gorel@telelev.net
Fachgeschäft für Esoterik & Institut für Reiki-Ausbildung

M+R Buchhandel

Vollmersbachstr. 88
55743 Idar-Oberstein
Tel. 06781-41799
Fax 06781-42620
www.mr-gmbh.de

Mandala esot. Buchhandlg GmbH

Rahmhofstr. 2 (Schillerpassage)
60313 Frankfurt/M.
Tel. 069-292207
Fax 069-20467
www.mandala.ebuch.de
Esot. Fachbuchhandel, Aura-Soma, Edelsteine, Schmuck, CDs

Einhornlädchen

Schmidtgasse 1
63571 Gelnhausen
Tel. 06051-884191
Fax 06051-884286

E-Mail: einhorn.laedchen@t-online.de

Produkte für Körper, Geist und Sinne / Seminare und Beratungen

Das Aeon

Saalgasse 14
65183 Wiesbaden
Tel. 0611-1851485
Fax 0611-1851486
E-Mail: dasaeon@t-online.de
www.aeon.ebuch.de/
Bücher, Vorträge, Edelsteine

Buchhandlung Meyer

Am Schlossberg 1
66119 Saarbrücken
Tel. 0681-581935
Fax 0681-582927

Esoterische Welt - Astroskop

Seckenheimer Str. 34a
68165 Mannheim
Tel. 0621-406930
Fax 0621-441337
E-Mail: norbertreuther@t-online.de
www.esoterische-welt.de/
Aura Soma, Lichtwesen-Meisteressenzen, Aloe Vera, Musik

Michaela Weidner
Hintere Str. 11
72514 Inzigkofen-Vilsingen
Tel./Fax 07571-14922
E-Mail: mailto:weidner@reiki-fit.de

*** KONTOR Rainer Günther ***

76831 Billigheim
Marktstr. 43 (Am Billigheimer Tor)
Di. + Do. 17:30 - 19:30 Uhr
Tel. 06349-928500
Räucherstäbchen, Yogi-Tee, Bücher, CDs, Reiki-Einweihungen, Trennkost-Seminare

Biogarten u. Gesundheit Bücherstube

Konradstr. 17
79100 Freiburg i. Br.
Tel. 0761-706313
Fax 0761-706314

Oneness World

Kreuzstr. 4
80331 München
Tel. 089-2606651
Fax 089-2606248
Reiki-CDs, Bücher, Feng Shui

Psychologische Fachbuchhandlung

80802 München
Hamihäuserstr. 5
Tel. 089-395111
Fax: 089-3401455
E-Mail: info@psycho-buch.de
www.psycho-buch.de

Sonnenstrahl

Hauptstr. 25
82140 Olching
Tel. 08142-487010
Fax: 487011
Bücher, Musik, Steine, Öle, Vorträge

Lichtblick - Buchhandlung für Seele, Geist und Körper

Augsburger Str. 10
82256 Fürstenfeldbruck
Tel. 08141-41377
Fax 08141-23062
Alle Reiki-Grade-Seminare

Silvia's Naturwelt

86152 Augsburg
Jakoberstr. 8
Tel. 0821-5081-709
Fax 0821-8051720
E-Mail: sinawe@t-online.de
www.sinawe.de/
Offener Reiki-Treff, Schamanismus, Seminare

Sophia Nitsche

88400 Biberach
Wetterkreuzstr. 59
Tel. 07351-32804

Gudrun Cremer

95445 Bayreuth
Wacholderweg 15

Reiki Healing Arts Bamberg

Karolinenstr. 23
96049 Bamberg
Tel. 0951-201199
Fax 0951-23613
E-Mail: Reikihealingarts@compuserve.com
Reiki-Praxistraining für Therapeuten

Alsitan GmbH

Am Bühl 16-18
86926 Greifenberg
Tel. 08192-93010
Fax 08192-7827
E-Mail: ronneburg@alsitan.com
www.alsitan.com
Naturheilmittel aller Art

Pekana Naturheilmittel GmbH

Raiffeisenstr. 25
88353 Kisslegg
Tel. 07563-91160
Fax 07563-2862
E-Mail: info@pekana.com
www.pekana.com
Naturheilmittel

Buchhaltung

Gewerbebetriebe müssen eine doppelte Buchhaltung vorweisen. Es gibt jedoch Ausnahmen: Vertreter des sogenannten Kleingewerbes (Umsatz bzw. Gewinn muss kleiner als 256.410 bzw. 24.615 Euro sein) können eine Einnahme-Überschuss-Rechnung führen. Sobald man aber dem Kleingewerbe entwachsen ist, wird die doppelte Buchhaltung vom Gesetz verlangt. Bei der Einordnung in die verschiedenen Kategorien können Steuerberater helfen.

Bezüglich der Buchhaltung gibt es heutzutage hervorragende Software, die Selbstständigen eine Menge Arbeit abnimmt. Informieren Sie sich über die Programme, die zum Teil recht günstig zu haben sind.

Sollte die verfügbare Zeit für solche Arbeiten zu knapp sein, ist das Einschalten eines Steuerbraters zu empfehlen, dessen Fachkräfte die Buchführung dann übernehmen können. Wenn die Umsätze über eine gewisse Grenze hinausgehen (ca. 60.000 Euro) sollten Sie sowieso einen Steuerberater zu Rate ziehen.

Es gibt jedoch auch immer wieder Teilzeitkräfte (z.B. Steuerfachgehilfen, Buchhalter etc.) mit entsprechenden Kenntnissen, die gerne ein paar Stunden am Tag arbeiten. Mit der Steuererklärung sollten Sie sich ohnehin an einen Steuerberater Ihres Vertrauens wenden. Fachleute können Ihnen auch entsprechende Tipps geben, wie man möglichst wenig Steuern zahlt.

Werbung

Der Esoterikversandhandel lebt von der regelmäßiger Werbung. Ohne Werbung kann man in diesem Geschäft nicht überleben. Beim Versand ist die Werbung auch deshalb sehr wichtig, da niemand wie bei Geschäften in der Hauptstraße einfach mal am Laden vorbeischlendern kann und eventuell hereinkommt, um etwas zu kaufen. Es gibt keine Laufkundschaft! Die Werbung ist deshalb das A und O des Unternehmens. In vielen Fällen entscheidet eine gute Werbung über Erfolg oder kompletten Misserfolg als Versandhändler.

1. Anzeigen

Diese Art der Werbung gehört immer noch zu den besten Möglichkeiten, neue Kunden und Interessenten zu gewinnen. In unserem Fall wären Inserate in speziellen Magazinen empfehlenswert. Orientieren Sie sich an der Zielgruppe. Was lesen spirituell orientierte, gesundheitsbewusste Kunden? Stöbern Sie am gut sortierten Kiosk und nehmen Sie passende Zeitschriften mit nach Hause.

Erkundigen Sie sich nach den Anzeigenpreisen und versuchen Sie auf jeden Fall, für den Anfang eine kräftige Preisreduzierung zu erhalten. Sprechen Sie mit dem Anzeigenleiter und machen Sie ihm oder ihr klar, dass Sie gerne mehr Anzeigen schalten werden, wenn der erste Test gut ausfällt. Vertreter des Verlages möchten Sie als guten Kunden gewinnen und werden Ihnen meistens entgegenkommen. 10-15% sind immer drin, wobei Sie versuchen sollten, noch mehr Nachlass zu erzielen. Falls die Anzeige Erfolg hat, können Sie ja weitere Inserate folgen lassen.

2. PR-Beiträge

Setzen Sie sich also mit den entsprechenden Redaktionen der oben genannten Magazine und Zeitschriften in Verbindung und bieten Sie den Leuten einen selbst gestalteten Text über Ihr Geschäft an. Oft zeigen sich die Redaktionen begeistert, denn solche Themen sind stets gesucht. Schicken Sie den Leuten also Ihren Text (möglichst mit Foto und Kontaktadressen plus Telefon etc.). In diesem Beitrag sollte alles enthalten sein, was Sie anbieten. Auch die Überschrift sollte gut überlegt sein.

allein aufgrund solcher Berichte in diversen Magazinen sollten schon Kunden bei Ihnen einkaufen.

3. Kataloge

Bei einem Versandgeschäft spielen Kataloge eine sehr große Rolle. Der Kunde muss erst einmal wissen, was es zu kaufen gibt, bevor er/sie es kaufen kann! Im Vordergrund steht also die Informationsfunktion des Kunden. Dieser sollte in Wort und Bild informiert werden.

Nachteil: Die Produktion von Katalogen ist sehr teuer. Sie brauchen wirklich viel Kapital, wenn ein professioneller Katalog produziert werden soll. Das schaffen am Anfang nur wenige Versender, denn das Budget ist meistens doch eingeschränkt (natürlich!). Die Produktion eines Kataloges ist auch ein großes Risiko, denn ein Flop kann tödlich sein, d.h. den Betrieb für immer schädigen bzw. zum Konkurs führen. Da man als kleiner Versender gewöhnlich mit einer Personengesellschaft anfängt, sollten drastische Experimente unterbleiben.

Folgende Alternative bietet sich an:

Sie können mit Ihrem PC, einer Digitalkamera, einem Multimediasprogramm und einem CD-Brenner wunderbare digitale Kataloge erstellen. Falls Interessenten also einen Katalog wünschen, schicken Sie eine Diskette oder eine CD-ROM mit Fotos und Beschreibungen Ihrer Produkte. Diese Werbung wird nur verschickt, wenn konkrete Anfragen vorliegen. Somit entstehen auch nicht zu hohe Kosten. Die Produktion ist erschwinglich. Auf Wunsch können Sie auch farbige Ausdrucke versenden, wenn der Kunde keinen PC zuhause stehen hat. Fast jeder Haushalt ist heutzutage jedoch mit einem Rechner versorgt. Vor allem die anvisierten Zielgruppen besitzen Computer. Warum sollten Sie sich also mit herkömmlichen Katalogen ins Risiko stürzen? Dies ist in hier nicht sinnvoll und zudem viel zu teuer.

4. Internet:

Das Internet ist eine Stütze für den Verkauf, aber niemals alleiniges Medium für die Werbung. Kümmern Sie sich am Anfang um die Erstellung einer kleinen Webseite und bauen Sie diese Schritt für Schritt zum kleinen Webshop aus. Software erhalten Sie dafür oft von den größeren Providern, wenn die Webseite dort "gehostet" wird. Simple Lösungen reichen für Anfang völlig aus. Stürzen Sie sich nicht in Unkosten. Auch eine kleine Homepage reicht aus. Kontakt:

www.strato.de
www.1und1.de

5. Mailings

Anschreiben an Interessenten und Kunden gehören zu einer Versandwerbung dazu. Mit Hilfe von ein paar geeigneten Zielgruppen kann der Versender auf diese Weise einen festen Kundenstamm aufbauen, der immer wieder Waren kauft. Zu guten Mailings gehören ausgiebige Tests mit einigen Zielgruppen. Je nach Resultat steigt man dann größer ein oder engagiert sich lieber anders.

Achten Sie immer auf geringe Kosten bei der Beschaffung von geeigneten Adressen. Gute Erfahrungen konnten manche Versender mit Telefon-CD-ROMs machen, die vereinzelt einen Datenexport zulassen. Leider funktioniert dieser Export nur in kleinen Schritten à 75 Datensätzen. Geduld ist also nötig. Kontakt:

www.klicktel.de

Verdienstmöglichkeiten

Je mehr Naturheilmittel Sie verkaufen, desto mehr Geld nehmen Sie ein und desto mehr Geld bleibt am Schluss nach Abzug der Kosten und Steuern übrig. Eine zuverlässige Prognose über den Gewinn lässt sich nicht ohne Kenntnis der näheren Umstände des jeweiligen Gründers abgeben. Zu viele Einflussfaktoren spielen hier eine Rolle.

Eine Gewinnspanne von 20-50% je nach Produkt sollte aber immer möglich sein.

Nebenberufliche Möglichkeiten

In der Regel sind Versandgeschäfte für den nebenberuflichen Einstieg sehr gut geeignet. Jeder kann auch nach Feierabend noch esoterische Produkte verschicken. Diese Art der Tätigkeit sollte erst einmal angestrebt werden, wenn Sie nicht gleich voll einsteigen möchten.

Es gibt keine größeren Risiken, wenn die Sache komplett schief gehen sollte, ist praktisch nichts verloren, denn es sind keine größeren Investitionen nötig.

Erweiterung

Esoterische Produkte gibt es viele auf der ganzen Welt. Bis Sie hier an die Grenzen ihrer Aufnahmefähigkeit kommen, dauert es lange. In verschiedenen Aktionen können Sie immer neue Produkte anbieten. Vor allem sollten Sie stets am Ball bleiben, die neuesten Entwicklungen auf dem Markt in eigene Strategien einbinden. Forschen Sie auch in anderen Ländern nach geeigneten Mitteln der natürlichen Heilung. Die Einheimischen sind Ihnen in den meisten Fällen gerne behilflich. Unter Umständen entdecken Sie lange vergessene Steine, Heilkräuter etc. und können diese zu einem neuen Produkt zusammenstellen, das dann exklusiv über Ihren Handel zu haben ist. Der Schritt vom Händler zum Produzenten ist in dieser Branche eher klein, kann aber gute Chancen ermöglichen.

Weiterhin können Sie in Zusammenarbeit mit geeigneten Partnern Seminare anbieten, Reisen organisieren, Gruppentherapien anbieten. Interessierte Kunden sind für solche Alternativen dankbar und nehmen zusätzliche Möglichkeiten der Erkenntnisgewinnung an.

Kurz:

- Esoterische Reisen (z.B. an Orte mit mystischem Charakter)
- Therapien (Reiki, Yoga)
- Seminare

Chancen und Risiken

Bei guten Beziehungen zu sehr vielen Kunden kann das eigene Risiko wesentlich vermindert werden. Je mehr verschiedene Kunden Ihren Versandhandel frequentieren, desto sicherer wird die eigene Umsatzbasis. Die Güter sollten also vielen Interessenten zur Verfügung gestellt werden.

Da jedoch keine riesigen Investitionen nötig sind, hält sich das gesamte Risiko in Grenzen. Was kann denn im schlimmsten Fall passieren?

Der maximale Verlust beschränkt sich auf das eingebrachte Startkapital, wenn absolut kein Geschäft zu machen ist. Dem stehen jedoch gute Chancen gegenüber und selbst bei der Aufgabe des Geschäft lassen sich die EDV und der Warenbestand noch verwerten. Ein Totalverlust ist also unwahrscheinlich.

Geld mit Gesundheitsprodukten

Vorwort

Relativ unabhängig von konjunkturellen Höhen oder Tiefen ist die Situation auf dem großen Markt der Gesundheitsprodukte. Das ist nur natürlich, denn das wertvollste Gut ist nun einmal die eigene Gesundheit. Auf diesem Markt tummeln sich viele Anbieter mit zahlreichen mehr oder weniger nützlichen Produkten. Ohne Zweifel haben die meisten Firmen gute Waren anzubieten, kennen jedoch nicht immer den besten Weg der Vermarktung. Wer hier ein gutes „Näschen“ hat, Produkte der richtigen Zielgruppe zu Verfügung stellt, kann schon ordentliche Umsätze machen. Immer wieder beweisen etwa clevere Versandhändler und auch Einzelhändler mit speziellen Shops, dass der Markt noch lange nicht ausgeschöpft ist. Es ist allerdings wichtig, sich nicht auf aussichtslose Geschäfte einzulassen, die schon in bewährter Hand sind.

Wichtig: Sie sollten sich selbst für die Themen interessieren, um ihre Kunden auch gut beraten zu können. In diesem Bereich ist nämlich oft Überzeugungsarbeit notwendig. Der Kunde sollte wissen, warum z.B. eine Nahrungsergänzung nützlich ist und wie das Produkt auf seinen Körper wirkt. Gleichzeitig sind Kenntnisse über Körperbau und Funktionen des Körpers nicht schädlich. Interessenten sind gut beraten, vor dem Start eine Menge Literatur zum Thema praktisch zu „verschlingen“. Noch besser dürften einschlägige Ausbildungen sein (Medizin, Pharmazie, Heilpraktiker, Ernährungsberater), doch dies sind natürlich keine unbedingten Voraussetzungen für den Handel mit Gesundheitsprodukten.

Was darf man unter keinen Umständen verkaufen?

In der Bundesrepublik gibt es strenge Gesetze bezüglich des Verkaufs von Medikamenten, Arzneien, Hilfsmittel etc.. Als erstes gehen wir auf das immer bestehende Monopol der Apotheken ein:

Rezeptpflichtige Medikamente dürfen nur Apotheken vertreiben. Falls der Arzt also ein Medikament verschreibt, können Sie mit diesem Rezept nur in Apotheken „einkaufen“. Bis heute gibt keinerlei Ausnahmen. Eine bekannte Internet-Apotheke ärgert die deutschen Apotheker und ihre Verbände zwar regelmäßig, aber von einem wirklich freien Wettbewerb ist noch keine Spur zu sehen. Dies führt natürlich zu einer Monopol-Situation, so dass den Betreibern einer Apotheke ca. 30% der Verkaufspreise (Umsätze) als Gewinn übrig bleiben. Wenn man nun berücksichtigt, dass es gerade in kleineren Orten oft nur eine Apotheke gibt, in der alle Medikamente gekauft werden müssen, kann sich jeder vorstellen, dass diese Tätigkeit durchaus lukrativ sein kann. In den meisten Fällen steigt das Vermögen der Apotheker von selbst, den krank werden die Leute bekanntlich immer und je älter man wird desto mehr Pillen, Salben, Säfte, Hilfsmittel landen im eigenen Arzneischränk. Ohne Übertreibung lässt sich sagen, dass Apotheker die Lizenz zum Gelddrucken haben. Bis dieses Monopol fällt, wird es wohl noch eine Weile dauern, doch langfristig bleibt kein anderer Weg, als auch hier vollständige Konkurrenz zuzulassen, weil die Kosten rund um das Gesundheitswesen sonst einfach nicht mehr zu bezahlen sind. Sie müssen nur regelmäßig Zeitung lesen und die Debatten um das Thema verfolgen, um zu wissen, dass der „Kollaps“ im Gesundheitswesen kurz bevor steht.

Falls dies in nächster Zeit der Fall sein sollte, müssen sich Initiatoren schnell nach möglichen Lösungen umschaun, die später noch beschrieben werden. Bis dahin sollten sie sich mit anderen Produkten beschäftigen.

Fassen wir zusammen:

- Rezeptpflichtige Medikamente dürfen sie nicht verkaufen.
- Auch apothekenpflichtige Medikamente, die aber sonst frei verkäuflich sind, dürfen nicht angeboten werden.

Hüten Sie sich vor dem Import von Medikamenten. In der Bundesrepublik dürfen nur Arzneien aus eigener Herstellung der Produzenten verkauft werden. Selbstverständlich verkaufen auch ausländische Firmen ihre Erzeugnisse, aber dies geschieht nur über wenige Großhändler mit Genehmigungen, die ihrerseits wieder Apotheken beliefern. Dieser Markt ist für Einsteiger viel zu kostspielig und auch nicht mehr frei.

Auch Medikamente ohne Zulassung für den heimischen Markt dürfen Sie nicht anbieten.

Alle Zuwiderhandlungen werden streng bestraft. In diesem Bereich sollten Sie nichts riskieren, denn sonst ist der Marktzugang für eine lange Zeit unmöglich. Unzuverlässigen Personen kann das Gewerbe untersagt werden. Handeln Sie also stets nach den Vorgaben und halten Sie sich an den Zweck des Unternehmens bzw. dessen Zielrichtung. Falls Sie z.B. per Versandhandel Nahrungsergänzung verkaufen und dies auf Ihrem Gewerbeschein steht, dürfen Sie nur diese Tätigkeit ausüben. Im eigenen Interesse sollten Sie deshalb die Formulierung so allgemein wie möglich halten.

Welche Produkte sind geeignet?

In den großen Bereich „Gesundheit“ fallen nicht nur Arzneien und ähnliche Waren. Folgende Produkte eignen sich für den Vertrieb:

- I. Nahrungsergänzung (Spurenelemente, Mineralien): Nahrungsergänzung gibt es auch im Handel (Supermarkt, Handelsketten). Für den Einstieg ist also darauf zu achten, nicht die gleichen Produkte anzubieten, sondern sich auf hochwertige Waren zu spezialisieren. Warum? Nun, bei den Standardprodukten können Sie als zukünftiger kleiner Händler mit den großen Handelsketten einfach nicht mithalten (Preise, Einkaufsmengen, Rabatte etc.). Teure, hochwertige Produkte haben den Vorteil, dass diese im gewöhnlichen Handel nicht zu finden sind, gute Gewinnspannen ermöglichen und in der Regel eine zahlungskräftige Klientel ansprechen. Pro verkaufter Einheit verdienen Sie also relativ viel Geld, während dies mit Massenprodukten nicht möglich ist. Die notwendige Logistik könnten Sie mit bescheidenem Budget nicht zur Verfügung stellen. Konzentrieren Sie sich also lieber auf den kleinen, aber feinen Markt mit hochwertigen Gütern, sonst geraten Sie schnell unter Druck und können gegen die mächtige Konkurrenz nicht bestehen.
- II. Vitamine (Tabletten, Säfte): Auch bei Vitaminen gelten die oben schon beschriebenen Punkte. Mit günstigen Waren im niedrigen Preisbereich machen Sie kein Geschäft. Entscheidend sind vielmehr solche Güter, die Sie zu hohen Preisen wegen ihrer einzigartigen Eigenschaften veräußern können. Da qualitativ hochwertige Vitamine von Händlern meistens per Versand verkauft werden, ist

zudem eine gewisse Gewinnspanne pro Packung notwendig, um die Werbe- und Transaktionskosten tragen zu können.

- III. Nicht rezeptpflichtige oder apothekenpflichtige Medikamente / Arzneien.
Beispiele: Ginseng (Zur Verbesserung des Befindens bei nervösen Zuständen, Stress etc.), Fischöl, Lachsöl (mit Omega 3 Fettsäuren zum Schutz von Herz, Kreislauf), Borretschöl (mit Gamma-Linolensäure gegen Juckreiz und Entzündungen, wird z.B. bei Neurodermitis empfohlen), Arachidonöl (verbessert die geistige Leistungsfähigkeit, Konzentration), Spirulina (Meeresalge deckt den gesamten Vitaminbedarf und versorgt den Körper mit wichtigen Spurenelementen), Schwarzkümmelöl (wird traditionell im Orient gegen Allergien wie Heuschnupfen, Ekzeme etc. verwendet), Jogun (medizinisches Produkt zum Abnehmen auf pflanzlicher Basis, verursacht Sättigungsgefühl (Kapseln dehnen sich im Magen aus)), Jojobaöl (zur Massage und natürlichen Hautpflege), Colostrum (von Rindern (Biohöfe) gewonnene Erstmilch enthält alle wichtigen Nährstoffe, Vitamine, Aminosäuren etc., unterstützt das eigene Immunsystem und verleiht auch geschwächten Menschen wieder Kraft.), Mumijo (getrocknet in pulverisierter Form enthält wichtige Spurenelemente, Mineralien), Knoblauch (in Form von Dragees mit antibakterieller Wirkung mit Vitaminen, Selen, Magnesium, Eisen, Zink, Kalzium, gegen viele Krankheiten).
- IV. Tee: Auch beim Tee sollten Sie sich auf exklusive Sorten bzw. Mischungen spezialisieren, die nicht im Supermarkt erhältlich sind.
- V. Kräuter aller Art: Ein unterschätztes Feld der Betätigung. Es gibt wenige fachkundige Kräuterexperten, die aber gutes Geld mit ihren Produkten verdienen. Auch die chinesische Medizin bietet hier Anwendungsmöglichkeiten und Absatzmärkte.
- VI. Getrocknete Früchte mit Heilwirkung
- VII. Erde (Tonerde, Kieselerde)
- VIII. Pflanzen mit Heilwirkung
- IX. Saft mit Heilwirkung oder zur Prophylaxe: Z.B. spezielle Fruchtsäfte (von Hand abgefüllt und natürlich produziert), welche sonst nicht erhältlich sind.
- X. Salben, Cremes, Lotion, Pflegeserien: Hier gilt auch das Motto „Exklusive Produkte anbieten“. Der Markt ist sozusagen „überschwemmt“ mit Pflegeprodukten. Als kleiner Händler (oder auch Produzent) können Sie nur überleben, wenn Sie konkret Waren mit bestimmten Eigenschaften verkaufen (z.B. Pflegeprodukte für Allergiker, Waren mit natürlichen Inhalten ohne chemische Zusätze usw.). Sie müssen sich stets auf die lukrative „Nische“ konzentrieren. Mit Drogeriemärkten, Handelsketten können Sie sowieso nicht konkurrieren. Nehmen Sie also nur Produkte ins Sortiment, die durch ihre Einzigartigkeit für eine kleine Zielgruppe geeignet sind. Dann bestehen gute Chancen, sich in dieser Marktnische zu etablieren, ohne dass hierfür ein großer finanzieller Aufwand nötig ist.

Weiterhin ist auch „Zubehör“ in Betracht zu ziehen:

- XI. Bücher zu Gesundheitsfragen: Ideales zusätzliches Produkt zu Nahrungsergänzung, Vitaminen etc.! mit geeigneten Büchern können Sie den Kunden gleich auch Gründe für den Kauf ihrer Produkte liefern. Die Käufer können sich weiterbilden, über Gesundheitsthemen informieren.
- XII. Tonträger mit Audiomaterial zur Entspannung, Lehrgänge: Hier gilt ähnliches wie oben. Die Produkte tragen dazu bei, Ihren sonstigen Absatz zu fördern.
- XIII. Videos (VHS, DVD) mit Trainingsmethoden
- XIV. Kurse an Akademien, Schulen, Sportcentern, Volkshochschulen usw.: Bildung rund um das Thema Gesundheit gehört zu den Wachstumsmärkten schlechthin, denn der Trend zur Selbstmedikation ist nicht zu verleugnen. Steigende Kosten im Gesundheitswesen dürften diesen Trend noch bestärken.
- XV. Fastenkurse (Heilfasten): Sehr interessant für spirituell orientierte Menschen, religiös verwurzelte Personen mit Interesse an der natürlichen Heilung, Entschlackung.
- XVI. Ernährungsberatung: Diese Aufgabe kann man auch in Verbindung mit Profis angehen (Seminare etc.)
- XVII. Diäten aller Art mit Betreuung: Diäten sind vor allem für Frauen immer wieder interessant. Schauen Sie sich nur einmal ein paar Frauenzeitschriften im Frühjahr an. Obwohl eigentlich kein Königsweg zum Schlankwerden bekannt ist, geben Frauen viel Geld für allerlei Maßnahmen aus, die mehr oder weniger nützen. Sie können Ihren Kundinnen den „wahren Weg“ weisen.

Zielgruppen

Gesundheit ist inzwischen für viele Personen ein äußerst interessantes Thema. Die Bereitschaft, dafür Geld auszugeben, steigt deutlich. Allgemein zeigen sich Frauen deutlich empfänglicher und sensibler im Bezug auf Signale ihres Körpers (positiv wie negativ). Männer dagegen pflegen vor allem immer noch zuerst ihren Wagen und erst danach ihren Körper (falls dies überhaupt stattfindet). Doch auch bei der jungen männlichen Generation ist ein Wechsel der Einstellung zu bemerken. Ohne weiteres berichten Medien von zaghaften Versuchen der männlichen Generation, es den Frauen gleich zu tun und sich in Wellness Hotels, Fitness Farmen und Heilbädern verwöhnen zu lassen. Trotzdem sollten sich Einsteiger immer noch auf die weibliche Zielgruppe konzentrieren, weil diese Themen traditionell eher den Frauen zugetan sind.

Halten wir also fest: Weibliche Kunden sind es gewohnt, für Gesundheit, Schönheit Geld auszugeben. Die Akzeptanz der Produkte ist weitgehend vorhanden und muss nicht hart umkämpft werden.

Wer könnte in Frage kommen?

- Sportliche Personen beiderlei Geschlechts: Diese Leute kümmern sich um ihre Fitness und wollen sich durch körperliche Aktivitäten stärken.

- Personen mit chronischen Krankheiten, Beschwerden, die sich durch bestimmte Mittel oder Verfahren Heilung versprechen.
- Personen mit Interesse an bestimmten Themen (z.B. Kräuter).
- Familien mit kleinen Kindern, für die natürliche Heilung an erster Stelle steht.
- Ökologisch orientierte Personen.

Wo und wie erreicht man solche Personen?

- Fitnessclubs, Studios
- Sportvereine
- Naturläden
- Verbände (Ökologie)
- Interessengruppen
- Kirchen, religiöse Vereinigungen
- Spezialisierte Medien (Zeitschriften, Verbandsorgane)
- Veranstaltungen: Märkte mit bestimmten Themen, Messen

Gute Gründe für den Einstieg

Gesundheit ist berechtigterweise Thema Nummer eins bei vielen Bürgern. Trotz guter medizinischer Versorgung sind wir alle mehr oder weniger wirklich gesund, denn der Beruf, Stress, Freizeitverhalten, Ansprüche der Partner und nervende Begleitumstände (z.B. Verkehr, Lärm, Umweltverschmutzung) machen uns zu schaffen und sorgen oft auch für den Ausbruch von Krankheiten. Wir fühlen uns zum Teil nur noch in ruhigen Gegenden wohl, können uns aber trotzdem nicht von den Anforderungen der modernen Industriegesellschaft frei machen. Der Mensch hat sich vom Jäger und Sammler nicht in rasenden Schritten weiterentwickelt, so dass heutige Ansprüche an Leistungsniveau und Lebensweise ohne Schwierigkeiten gemeistert werden können. Durch immer weniger Bewegung und Ärger überall muten wir uns oft Stressniveaus an, die leider nicht mehr durch körperliche Beanspruchung abgebaut werden. Die Folge: Krankheiten, Unwohlsein.

Fast jeder zweite Bürger in unserem Land ist heutzutage mit irgendeinem Leiden geplagt, das der Schulmedizin Schwierigkeiten bereitet. Zunehmende Einflüsse aus dem Ausland (Reiseverkehr, Einwanderung) tragen zur Erweiterung des Krankheitsspektrums bei. Ich könnte Ihnen auf der Stelle von mehreren tragischen Fällen berichten, bei denen keine Fahrlässigkeit oder Leichtsinn vorliegt. Die Betroffenen haben aber trotzdem mit bleibenden Schäden durch Viren, unbekannte Krankheiten zu kämpfen. Der Hausarzt überweist dann an Fachärzte, die oft jedoch auch machtlos vor dem Problem stehen. So kommt man dann eben von dem Urlaub in Kenia mit einer gefährlichen Gelbsucht zurück, die im Tropeninstitut der Uniklinik behandelt werden muss. Manche Türkeireisende bringen auch einen heimtückischen Durchfall mit, der fast den ganzen Körper auszehrt. Unter Umständen führen solche Abenteuer dann auch zum Tode.

Damit derartige Vorkommnisse möglichst nicht belastend für den eigenen Körper sind, ist Prophylaxe nötig, d.h. stets Vitamine zu sich nehmen, z.B. eine natürliche Ernährung, die den Darm schont und eine fast vollständige Aufnahme der wichtigen Spurenelemente fördert etc.

Dieses Bewusstsein setzt sich immer mehr durch. Was nützt schließlich viel Geld, wenn der Körper nicht mehr mitmacht?

Somit kommen auch gleich zur wichtigen Werbung für den eigenen Service.

Werbung

Sie haben etwas zu verkaufen, anzubieten? Dann müssen Ihre möglichen Kunden dies auch erfahren!

Der einfache Weg für den Anfang:

Gesundheitsprodukte können für viele Bürger interessant sein. Für erste Tests eignen sich Hand Outs. Hierbei handelt es sich um Werbezettel, die Sie selbst produzieren können und mit relativ wenig Aufwand unter „Volk“ bringen. Benützen Sie einfach ihren PC, stellen Sie Ihre Produkte zusammen und kreieren Sie eine Werbung auf einem DIN A4 Blatt mit Ihren Kontaktdaten. Dieses Blatt drucken Sie in erwünschter Menge aus und verteilen es in Ihrer Stadt. Diese Maßnahme kostet Sie fast nichts (außer Arbeitszeit, Papier und Tinte, Toner für den Drucker). Falls die Auflage höher sein soll, lohnt sich der Besuch einer Schnelldruckerei, eines Copy Shops, denn die Kosten pro Stück sinken dann dramatisch. Erkundigen Sie sich bei verschiedenen Druckereien nach günstigen Angeboten und halten Sie die Bedingungen einfach (schwarz-weiß, einfacher Druck nach Vorlage). Mit der Verteilung können Sie auch Schüler beauftragen, die für ein paar Euro gerne einen Spaziergang durch die ganze Stadt machen. Mit dieser Methode finden Sie Interessenten und Kunden in Ihrer Nähe. Wichtig: Auch wenn die Kunden nicht bestellen möchten, sollten Sie den Leuten ein weitere Informationsmöglichkeit einräumen. Hier kommen wir auch schon zur nächsten Methode.

Internetwerbung:

Das Internet ist ein ideales Medium, um Interessenten für eigene Produkte zu gewinnen. Allerdings muss man diese Leute sozusagen „herausfiltern“. „Blinde“ Werbung im Web nützt gar nichts! Der erste Schritt ist die eigene Homepage mit passendem Inhalt. Unter passendem Inhalt ist eine klar gegliederte Webseite mit Ihren Produkten und Bestellmöglichkeiten zu verstehen. Lassen Sie zu viele Grafiken weg. Das stört nur den Aufbau der Seite und verwirrt die Besucher. Das Laden der Seite muss selbst mit einem simplen Modem in kurzer Zeit möglich sein. Wichtig: Keywords und Metatags müssen stimmen! Achten Sie also auf diese Wörter, denn nach diesen Begriffen richten sich viele Suchmaschinen. Ein weiterer Schritt ist die Bestückung der bekannten Suchmaschinen und Webkataloge

Folgende Suchmaschinen und Webkataloge sind empfehlenswert:

www.google.de

www.aladin.de

www.alexana.de

www.allesfinder.de

www.alphasuche.de

www.altavista.de

www.aventa.de

www.belinet.com

www.crawler.de

www.datalinx.de

www.dino-online.de

www.excite.de

www.fireball.de

www.fizz.de

www.infoseek.com

www.leo.org

www.lycos.de

www.metadir.de

www.metasuche.de
www.multimeta.de
www.nathan.de
www.netguide.de
www.netzspion.de
www.suchmaschine.com
www.suchnase.de
www.topguide.de
www.web.de
www.web-archiv.de
www.webflop.de
www.webindex.de
www.yahoo.de

Zusätzlich müssen Sie Ihre Besucher der Webseite möglichst zu einer Registrierung mit ihren Daten verleiten, denn nur dann können Sie diese Leute später wieder kostengünstig per E-Mail bewerben. Dazu eignet sich bekanntlich ein eigener Newsletter mit aktuellen Inhalten sowie Produktangeboten. Mit einer Registrierung geben die Interessenten ihr Einverständnis, von Ihnen zukünftig Werbung per Mail zu erhalten. Dies ein wichtiger Schritt, denn die Werbung per E-Mail kostet Sie fast nichts (außer der Datenübertragung)! Sie können also viele Adressen auf Ihrer Webseite sammeln und diese pflegen. Falls Sie ein neues Angebot im Sortiment haben, geht einfach eine entsprechende E-Mail an die vielen Interessenten heraus. Die resultierenden Umsätze sind dann nicht mit den sonst immensen Werbekosten belastet. Werbung per E-Mail schont Ihr Budget, auch wenn die Rücklaufquoten niedriger als bei herkömmlicher Werbung per Brief (Mailing) sind.

Sie müssen nur darauf achten, nicht als „Spammer“ tätig zu werden, also Werbung an fremde Adressen zu senden. Natürlich dauert diese Maßnahme erst einmal mindestens ein Jahr, bis sich genügend Interessenten eingefunden haben. Ohne Geduld ist jedoch nichts zu machen.

Anzeigen

Recht erfolgreich wurde früher noch mit Inseraten in Magazinen gearbeitet, doch die Zeiten sind härter geworden. Leider reagieren heute immer weniger Interessenten auf diese Art der Werbung. Trotzdem sollten Inserate nicht ganz aus dem Auge verlieren. In speziellen Medien (Frauenzeitschriften, Gesundheitsmagazine) können sich Anzeigen immer noch lohnen.

Wichtig: Vermeiden Sie teure Inserate mit großen Flächen. Inserieren Sie lieber mehrfach mit Kleinanzeigen und wenigen Worten. So vermeiden Sie es, das Pulver gleich mit einer Anzeige zu verschießen und können je nach Reaktion rechtzeitig gegensteuern bzw. weitere Schaltungen stornieren.

Mailings

Der Werbebrief ist ein hervorragendes Instrument, um Nachfrage zu generieren, aber er gehört auch zu den teuren Werbemaßnahmen. Einsteiger sollten sich auf solche Methoden in diesen Zeiten nicht einlassen, weil die Erfolgchancen leider nicht so rosig aussehen. Zum Teil agieren etablierte Unternehmen mit großen Budgets erfolgreich, aber auch größere Firmen sind vorsichtig geworden und konzentrieren

sich verstärkt auf die zielgenaue Erfassung von Interessenten (z.B. im Internet, durch Preisausschreiben etc.).

In letzter Zeit gelingt es einfach immer seltener, mit Mailings die richtige Zielgruppe zu treffen.

Experimente in diesem Bereich können Sie sich unter keinen Umständen leisten. Mailings sollten also gut durchdacht und mit Tests versehen werden, bevor man größer in diese Werbeform einsteigt.

Was braucht man für den Start?

Auf jeden Fall sollten Sie über eine EDV Anlage verfügen (IBM kompatibler Computer, Drucker, Modem, ISDN Karte, Monitor).

Sie benötigen eine brauchbare Office Software: Wer hier sparen möchte oder muss, kann sich mit dem Gratis Produkt Open Office / Star Office von Sun ein leistungsfähiges Programmpaket holen, dass dem bekannten „teuren“ Paket aus Seattle / USA in nichts nachsteht. Vorteil: Es kostet nichts. Kontakt:

www.sun.com

In verschiedenen PC Magazinen finden Sie CD-ROMs mit der Software. Stöbern Sie einfach regelmäßig am Kiosk oder schauen Sie bei der folgenden Internetadresse nach:

www.vollversionen.de

Hier werden die besten Programme auf Heft-CD-ROMs beschrieben und stehen zum Download zur Verfügung. Diese Software ist selbstverständlich gratis zu haben.

Ein kleines Budget für die Werbung bzw. Einrichtung einer Homepage sollten Sie bereit haben.

Selbstverständlich brauchen Sie auch einen Gewerbeschein, den Sie auf Ihrem Ordnungsamt beantragen können.

Woher erhält man seine Produkte?

Je nachdem, was Sie verkaufen wollen, gibt es unterschiedliche Bezugsquellen. Die einfachste Lösung gibt es bei einem Vertrieb für Kräuter: Im Anfangsstadium können Sie die Kräuter selbst auf der Wiese einsammeln und trocknen. Vorteil: Keine Kosten für den Einkauf.

Andere Güter müssen Sie natürlich von Herstellern beziehen, wenn Sie keine eigene kleine Produktion aufbauen möchten. Das ist übrigens gar nicht so kompliziert, wie Sie vielleicht vermuten werden. Eine Pflegeprodukt können Sie jederzeit selbst herstellen. Und abfüllen. Sie können solche Güter auch im Auftrag produzieren lassen. Für den Anfang lohnt sich dies allerdings kaum, da die Stückzahlen bestimmt noch klein sind.

Im Internet finden Sie genügend Rezepte zur Herstellung von Pflegeprodukten, Salben auf natürlicher Basis, die Sie dann auch frei verkaufen können. Produkte aus eigener Herstellung haben einen entscheidenden Vorteil: Man weiß, was enthalten ist und kann seinen Kunden garantieren, dass keine schädlichen Stoffe verwendet wurden.

Bücher und Tonträger erhalten Sie bei den bekannten Verlagen zum Einkaufspreis. Auf den Webseiten der Verlage finden Sie oft auch die zuständige Person für den

Vertrieb. Ein Kontakt ist dann schnell hergestellt. Unter Umständen gibt es auch Restauflagen, die Sie zu günstigen Konditionen erstehen können. Kontakte:

www.luebbe.de

www.droemer-weltbild.de

www.campus.de

Dies sind nur ein paar der wichtigsten Verlagskontakte. Im Internet finden Sie alle relevanten Homepages der bekannten Verlage. Lassen Sie sich von den Vertriebsleuten Unterlagen über das Programm zusenden.

Bezüglich Kursen (Fitness, Bewegung aller Art) nehmen Sie einfach mit den Fitnessclubs in Ihrer Umgebung Verbindung auf. Mit den Betreibern vereinbaren Sie die Vermittlung von Interessenten gegen Provision.

Genau das gleiche Spiel können Sie mit Volkshochschulen, Firmen (Schulungen, Ernährungsberatung etc.) machen.

Bezugsquellen für den Versandhandel
(Vitamine, Nahrungsergänzung usw.)

Precht Trading

Neue Str. 13

31234 Edemissen / Abbensen

Tel. 05172-93289, Fax 05172-93269

(Kräuter aus Asien)

Dr. Förster GmbH

Postfach 1361

63233 Neu-Isenburg

Tel. 06102-20660

Fax 06102-1412

E-Mail: drfoerster@drfoerster.de

www.drfoerster.de

(Nahrungsergänzung aller Art)

Beauty Concept GmbH

Post Box 20

B-4700-Eupen

Tel. Deutschland 09251-87087

Fax 09251-8708750

www.haendler.noni-world.de

(Heilmittel Noni aus der Südsee. Achtung Vertrieb in Deutschland noch nicht geklärt!))

Georg Geyer GmbH & Co.

Kurfürstenstr. 18

71636 Ludwigsburg

Tel. 07141-94840

Fax 07141-948419

E-Mail: georg.geyer@t-online.de

www.georg-geyer.de

(Nahrungsergänzung)

Alsitan GmbH

Am Bühl 16-18
86926 Greifenberg
Tel. 08192-93010
Fax 08192-7827
E-Mail: ronneburg@alsitan.com
www.alsitan.com
(Naturheilmittel aller Art)

Jura Naturheilmittel

Nestgasse 2
78464 Konstanz
Tel. 07531-31487
Fax 07531-33403
www.hildegard.de
E-Mail: jura@hildegard.de
(Naturheilmittel nach den Methoden der bekannten Hildegard von Bingen)

Pekana Naturheilmittel GmbH

Raiffeisenstr. 25
88353 Kisslegg
Tel. 07563-91160
Fax 07563-2862
www.pekana.com
E-Mail: info@pekana.com
(Naturheilmittel)

Networkmarketing

(Network = Netzwerk)

Für Personen, die noch nie mit dem Begriff Network Marketing (oder MLM = Multi Level Marketing)) konfrontiert wurden, erschließt sich nach Erklärung das Sachverhaltes oft eine völlig neue Dimension des Geschäftes. Begeisterung kommt auf und man malt sich seine Zukunft schon in den kühnsten Träumen aus.

Die Realität sieht dann zwar anders aus, aber trotzdem ist diese Vertriebsform eine ernstzunehmende Alternative zu vielen anderen Wegen, seine Güter an die Kunden heranzubringen. Allerdings wird es immer wenige Helden und viele kleine Mitläufer geben. Das ist im Network schon fast Gesetz. Die „Helden“ ziehen andere Interessenten und Mitarbeiter mit.

Um nun bei den Helden dabei sein zu können, sind einige Voraussetzungen zu erfüllen. Wenn Sie im Bereich Network Marketing etwas auf die Beine stellen möchten, lohnt es nicht, zu den vielen Mitarbeitern am Ende einer aufgebauten Struktur zu gehören.

Was ist eigentlich eine Struktur?

Hierbei handelt es sich um eine Organisation von Mitarbeitern oder angeschlossenen Vertriebspartnern, die sich in einer Gruppe zusammengeschlossen haben. An der Spitze stehen die Strukturführer (die Führungskräfte, wobei dieser Begriff nichts mit

der eigentlichen Qualifikation der Personen zu tun hat). An der Spitze können Leute wie du und ich stehen, ohne spezielle Ausbildung oder gar akademischem Grad. Entscheidend sind die Ergebnisse, d.h. die Verkäufe solcher Personen und deren Fähigkeit, andere für das Geschäft zu begeistern. Je besser die Person verkaufen kann, desto wahrscheinlicher ist der Aufstieg in der Hierarchie.

Die Hierarchien sind bei den Networkfirmen fast immer ähnlich aufgebaut. An der untersten Stufe steht der einfache Mitarbeiter mit kleiner Provision, auf der nächsten Ebene stehen dann Verkäufer, Verkaufsleiter, Teamleiter, Gruppenführer, Regionaldirektoren und Gebietsdirektoren. Mit steigenden Stufen wachsen auch die Provisionen für verkaufte Produkte.

Der Clou am Networkmarketing ist jedoch die Verteilung der Provisionen. Alle übergeordneten Ränge oder Stufen, profitieren von Verkäufen der untergeordneten Partner. Anfänger in diesem Geschäft kommen natürlich immer in die untersten Stufe und müssen sich dann mühsam hocharbeiten. Es versteht sich von selbst, dass diese oft auch einfach stehen bleiben, weil die notwendigen Qualifikationen nicht erreicht werden. Qualifikation ist in diesem Rahmen gleichbedeutend mit Verkaufserfolgen und Rekrutierung von weiteren Mitarbeitern. Auf diese Weise kommen erfolgreiche Verkäufer und charismatische, überzeugte Persönlichkeiten mit der Fähigkeit, andere für sich zu gewinnen, automatisch an die Spitze der Organisationen.

Die erhalten gute Provisionen aus eigenen Verkäufen, doch die lukrative Seite an der Sache sind die vielen Provisionsanteile aus der eigenen Struktur. Deshalb streben alle fachkundigen Networker die Etablierung eine möglichst großen Struktur an, die dann betreut wird. Die Partner müssen immer wieder neue Mitarbeiter finden, weil natürlich eine wachsende Anzahl von Anfängern frustriert aufgibt.

Gute Networksysteme verkaufen die Produkte in der eigenen Struktur und an externe Kunden. Durch die Weitergabe in der Organisation sind immer stetige Verkäufe möglich, von denen natürlich die Spitze der Organisation am meisten profitiert.

Die Gewinner stehen also immer ganz oben!

Steigen Sie daher nie unten ein, sondern gründen Sie Ihre eigene Network Organisation, in der Sie selbst mit ein paar vertrauten Personen die Spitze bilden. Dann haben Sie die besten Chancen, in kurzer Zeit viel Geld zu verdienen. Viele Interessenten machen den Fehler, sich von Anwerbern aus der MLM-Industrie für eine bestimmte Firma gewinnen zu lassen und arbeiten dann in kleinen Stil.

Solche Personen werden erst einmal auf die eigene Verwandtschaft angesetzt, d.h. sie „grasen“ ihre eigenen Bekannten, Verwandten ab in der Hoffnung, dass die bekannten Personen sich zum Kauf der Produkte überreden lassen, was auch oft genug funktioniert. Mit dieser Methode sind viele Vertriebe erfolgreich. Natürlich klappt die Geschichte nur, bis alle Bekannten besucht wurden. Sobald man die Leute nämlich auf fremde Personen loslässt, bleibt der Erfolg aus. Das ist auch ganz natürlich, denn nicht jeder eignet sich eben zum Starverkäufer. Die übergeordneten Partner in der Struktur suchen sich dann halt ein neues „Opfer“ und vermitteln die gleichen Methoden (Verwandte besuchen etc.). So werden reihenweise neue Mitarbeiter angeworben und Kunden aus deren Bekanntenkreis gewonnen. Dies passiert jeweils auf den unteren Stufen der Struktur.

Lassen Sie sich aber nie auf solch ein Spiel ein, denn Sie sind nach kurzer Zeit „verbrannt“, d.h. der Erfolg bleibt aus, man verliert schnell die Lust am System und gibt resigniert wieder auf.

Entscheidend für den Erfolg im Networkmarketing ist der Einstieg auf höchstem Niveau. Als Initiator hat man immer noch die besten Chancen, vom Aufbau und den gewonnen Partnern zu profitieren. Wie funktioniert das?

Nun, Sie brauchen zuerst ein (oder mehrere) vernünftige Produkte, die Sie Ihren Kunden und Partnern anbieten können. Der zweite Schritt ist der sogenannte Marketingplan, wobei dieses Wort schon etwas hoch gegriffen ist. Es handelt sich schlicht um einen Plan zur Verteilung der Provisionen und Einteilung der jeweiligen Stufen in der Struktur. Dieses Schema sollte möglichst nicht zu kompliziert ausfallen, so dass alle Interessenten es ohne anspruchsvolle Vorbildung verstehen können.

Beispiel:

- 1 Stufe: Anwarter 15% Provision
- 2 Stufe: Verkäufer 20% Provision
- 3 Stufe: Verkaufsleiter 25% Provision
- 4 Stufe: Teamleiter 30% Provision
- 5 Stufe: Regionalleiter 35% Provision
- 6 Stufe: Verkaufsdirektor 40% Provision

Wie sie sehen, wächst die Provision mit den einzelnen Stufen. In diesem Beispiel werden immer 40% Provision ausgeschüttet, wenn der Verkauf durch die Struktur erzielt wurde, d.h. beim Verkauf eines Produktes z.B. durch einen Anwarter erhält dieser 15 %, der Verkäufer anteilig 5%, der Verkaufsleiter 5%, der Teamleiter wieder 5%, der Regionalleiter 5% und der Verkaufsdirektor 5%.

Sie können sich bestimmt vorstellen, dass sich dieses System für den Verkaufsdirektor besonders lohnt, denn er ist in der bewundernswerten Lage, von allen Verkäufen seiner vielen Anwarter, Verkäufer, Verkaufsleiter, Teamleiter usw. zu profitieren.

Nehmen wir einmal an, er verfügt über eine Organisation von 100 Partnern, die im Monat Produkte im Wert von einer Million Euro verkaufen. 5% aus den Verkäufen seiner untergeordneten Partnern gehören auf jeden Fall schon einmal dem Verkaufsdirektor. Hinzu kommen noch eigene Verkäufe im Wert von vielleicht Euro 10 000, die mit großzügigen 40% belohnt werden.

Er erhält also 50.000 Euro aus den Verkäufen der Struktur plus 4.000 Euro aus eigenen Verkäufen. Solch ein Monatsverdienst lässt sich sehen, nicht wahr?

Welche Produkte sind für den Einsatz geeignet?

Hier müssen wir erst einmal ein paar Kriterien anführen, die erfüllt sein sollten, damit der Network Vertrieb erfolgreich sein kann.

- I. Es sollte sich um Produkte handeln, die verbraucht werden. Warum? Ganz einfach: Bei solchen Produkten erfolgen auch Nachbestellungen. Wenn ein Produkt verbraucht wurde, und man war damit zufrieden, kauft man es erneut und verursacht damit natürlich wieder neue Provisionszahlungen. Es kann nicht Ziel der Initiatoren sein, eine Ware zu verkaufen, die ewig hält, nicht erneuert oder ergänzt werden muss. Die Produktlebenszyklen dürfen nicht zu groß sein, d.h. die Ware darf nicht lange halten, sondern muss eben wieder ergänzt werden.

- II. Die Produkte sollten zudem möglichst einzigartig sein. Niemand kauft auf Dauer Waren von einem Network Vertrieb im Direktmarketing, die man im nächsten Supermarkt auch in vergleichbarer Qualität erhält. Es muss sich also um einzigartige Waren handeln, deren Vertrieb nur im Bereich Direktmarketing erfolgt. Die Kunden müssen Gründe haben, solche Produkte zu erstehen.
- III. Qualität: Networkprodukte bieten gewöhnlich eine hohe Qualität. Dies ist unter Umständen auch mit einem hohen Preis verbunden. Es ist eine Kunst, die Preise den Kunden nahe zu bringen. Dies kann nur gelingen, wenn der Nutzen der Produkte den Kunden klar ist. Dieser Nutzen sollte also um ein Vielfaches höher sein, als dies bei vergleichbaren Produkten aus dem konventionellen Vertrieb möglich wäre. Im Network verkaufen Sie kaum Massenware, die von Discountern einfach besser und günstiger angeboten werden kann. Es handelt sich vielmehr meistens um hochwertige Waren aus reiner Produktion mit perfekten Eigenschaften.
- IV. Die Produkte sollten für eine größere Zielgruppe interessant sein. Es nützt Ihnen nichts, wenn Sie ein super Produkt haben, dass aber nur von wenigen Kunden erworben wird. Sie müssen den Bedarf wecken und dies gelingt häufig mit Waren, die zwar exklusiv, aber trotzdem für viele Haushalte brauchbar sind.
- V. Schließlich spielen natürlich auch die Einkaufskonditionen der Produkte eine große Rolle. Auf jeden Fall sollte eine Gewinnspanne von weit über 50% möglich sein, denn Sie müssen ja auch berücksichtigen, dass die Provisionen ausgeschüttet werden. Um die Kosten für Lagerhaltung und Verteilung zu decken, brauchen Sie ca. 10% des Produktpreises. Zusätzlich sollten noch 10% für die Initiatoren übrig bleiben. Wenn Sie durch geschickte Verhandlungen bessere Einkaufspreise erzielen können, kommt Ihnen dies direkt zugute, denn durch massive Verkäufe mit mehreren großen Strukturen machen sich auch 10% oder 15 % schnell bemerkbar.

Wie kommt man an solche Produkte?

Zunächst sollten Sie einmal bewährte Network Firmen beobachten, welche Güter dort zum Einsatz kommen und wie man deren Vorteile anpreist. Sie sollten aber nichts kopieren, sondern eigene Lösungen anstreben, denn „halblebige“ Imitationen gibt es schon genug auf diesem Markt. Wie immer setzt sich aber nur das Original wirklich durch.

Versuchen Sie auch nicht, zu anderen Firmen in Konkurrenz zu treten. Am besten bietet man ein Produkt an, dass es noch nicht auf diesem Vertriebsweg gibt, aber auch sonst kaum zu erhalten ist. Hierzu müssen Sie oft mit den Herstellern exklusive Verträge über den Vertrieb abschließen, was diese aus verständlichen Gründen nicht so gerne tun, denn der Erfolg Ihrer Bemühungen lässt sich nicht prognostizieren. Länderlizenzen oder regionale Lizenzen sind auch ein probates Mittel, um den Vertrieb durch andere Wettbewerber auszuschließen.

Dies alles sind Idealfälle. In der Regel werden Sie erst einmal klein anfangen müssen und einfach Waren von bestimmten Herstellern einkaufen.

Der zweite Weg: Es gibt natürlich auch die Möglichkeit, Produkte selbst herzustellen. Obwohl dies eher mit Aufwand verbunden ist, liegen hier doch enorme Chancen, denn die Kunden erhalten dann ein einzigartiges Produkt, das sonst nirgends auf der Welt erhältlich ist. diese Exklusivität ist ein wunderbares Verkaufsargument.

Wenn Sie jedoch den Aufwand der eigenen Herstellung scheuen, gibt es auch die Möglichkeit, dass bekannte Firmen für Sie ein Produkt kreieren. In vielen Fällen wird einfach ein anderes Etikett auf sonst hergestellte Waren geklebt und fertig ist Ihre eigene Produktlinie. Man verkauft dann Waren unter eigenem „Label“.

Niemand weiß, dass es sich eigentlich um ein Standard Produkt handelt. Eine Sonderabfüllung (evtl. mit exklusiven Inhalten) ist ebenso möglich.

Wie etabliert man ein MLM?

Profis müssen immer und bei jeder Gelegenheit neue Mitarbeiter werben. Neue Partner bedeuten Wachstum, selbst wenn diese kurz darauf scheitern. Es besteht ja die Wahrscheinlichkeit, dass diese Leute andere Personen ins System bringen, die sich voll entfalten und etwa eine große Struktur aufbauen. Auf diese Talente konzentriert sich auch der Initiator, indem diesen Leuten Seminare / Verkaufstraining zur Verfügung gestellt wird. Solche Personen treiben die eigenen Bemühungen schnell voran und bringen viele weitere Partner ins System. Das sorgt für ständig wachsende Strukturen, von dem der Initiator und die führenden Partner leben.

Machen Sie sich schnell klar, dass weit über 90% der Partner nur nebenberuflich agieren und über diesen Status nie hinauskommen. Viele Menschen in der Struktur arbeiten also nur, um ein paar Euro mehr im Geldbeutel zu haben. Diese müssen jedoch adäquat betreut werden, damit sie nicht gleich abspringen.

Ein Networker darf in seiner Struktur niemals allein gelassen werden. Sorgen Sie immer für die Unterstützung durch Führungskräfte, Beratungen, Motivation, Kontakte per Telefon, begleitende Gespräche und Verkaufsaktionen mit Profis. Das bindet die Leute an die eigene Firma und zeigt, dass man sich um den Erfolg der Partner kümmert.

Treten Sie dabei aber nicht überschwänglich als „MLM Guru“ auf. Das gibt es bei anderen schon zur Genüge. Die Leute wollen keine Parolen hören, sondern vernünftige Hilfe für den eigenen Erfolg.

Warum wurde Network Marketing bei verschiedenen Firmen eingeführt?

Durch den Direktvertrieb mit Hilfe von vielen selbstständig tätigen Partnern kann der Groß- und Einzelhandel mit einem Schlag umgangen werden. Das führt Firmen in eine neue Form der Freiheit: Die Margen erhöhen sich, obwohl relativ kräftige Provisionen an die Verkäufer auszuschütten sind. Man entzieht sich aber dem Diktat des Fachhandels und kann die Produktion besser planen.

Weiterhin hat man seine Kunden direkt „im Visier“. In den meisten Fällen liefern MLM Firmen an Endkunden. Die Adressen sind also bekannt.

Vorteil: Die Partner sind Kunden und Verkäufer zugleich. Ihre positiven Erfahrungen geben diese Leute an Interessenten weiter und sorgen somit für einen stetig anwachsenden Strom an Kunden und Verkäufern. Alle Beteiligten tragen die „Botschaft“ sozusagen auf ihrer Stirn: „Ich bin überzeugt von diesen Produkten und empfehle diese weiter.“

Eine bessere Werbung können Sie gar nicht bekommen. Vor allem zahlen Sie als Initiator für solche Werbeformen nichts! Motivierte Personen gehen von allein auf andere Leute zu und versuchen die Waren zu verkaufen sowie neue Mitarbeiter zu gewinnen. Das liegt erfahrenen MLM-Verkäufern im Blut.

Die Welle wird also von einer wachsenden Anzahl von neuen Partnern immer wieder vorangetrieben.

Ein Hauptgrund für die große Akzeptanz des Networkmarketing sind die günstigen Werbekosten. Falls eine Firma eine Produktlinie bekannt machen möchte, sind mittlerweile riesige Werbeetats nötig. Millionen Euro werden für Anzeigen, Plakate, TV-Spots, Radio-Jingles, Drucksachen, Werbebriefe, Hand Outs usw. ausgegeben. Eine ganze Industrie wird von Unternehmen mit solchen Aufträgen versorgt.

Nicht jedes Unternehmen kann / möchte solche Summen aufbringen, sondern manche Betriebe konzentrieren sich einfach auf den Endkunden und lassen diese Person von einem selbstständigen Partner betreuen. Dieser erledigt die Erläuterung der Produkte, Bestellungen, Reklamationen und eventuell den notwendigen Service (z.B. bei Staubsaugern oder anderen Geräten im Direktvertrieb).

Vorteil für die Firmen: Man ist unabhängig vom Handel und dessen Wünschen. Man hat keine Probleme mit Einkäufern und deren Margen, welche dann die eigene Produktion bestimmen.

Nachteil: Man verkauft keine 12.000 Stück an einen Kunden (z.B. eine große Handelskette), sondern braucht eine gute Verwaltung und Versandservice, um Endkunden schnell zu beliefern.

Network Marketing bietet dem Nebenjobber eine gute Möglichkeit, unabhängig und bei freier Zeiteinteilung Geld zu verdienen. Immer mehr Menschen brauchen auch bei uns ihren Nebenjob. Die Zukunft wird zeigen, dass bei steigender Arbeitslosigkeit MLM-Systeme eine ernst zu nehmende Alternative zu regulären Beschäftigungsverhältnissen darstellen. Die Selbstständigkeit wird anwachsen müssen, denn die traditionellen Industrien bauen immer mehr Arbeitsplätze ab. Auch der Handel stimmt in diesen Chor ein und forciert Entlassungen. Der Nährboden für neue Partner in Ihrem System wird dadurch gelegt.

Wichtige Fakten zum Thema Überleben einer MLM Firma

- Die überwiegende Mehrheit der MLM-Partner sind keine überzeugten Verkäufer, sondern Menschen wie du und ich. Wenige gute Verkäufer arbeiten also mit vielen Kunden, Partnern und Nebenjobbern zusammen. Nicht jeder Einsteiger wird sich zum Super MLM-Typ entwickeln. Alles andere ist Wunschdenken.
- Diese Leute wollen nicht lernen oder super Verkäufer werden, sondern lediglich ihren Bekannten ein paar Produkte vorstellen und nebenbei ein bisschen Geld verdienen. Von diesem Typ sollten Sie trotzdem viele rekrutieren, denn Sie sind in erster Linie ihre Kunden!
- Versuchen Sie nicht, aus mittelmäßigen Menschen hochwertige Verkäufer zu machen. Das funktioniert nicht und wird auch in Zukunft niemals klappen. Charisma hat man oder man hat es eben nicht. Verwenden Sie Ihre Energie lieber auf die wenigen guten Verkäufer mit Biss.
- Die Mehrheit der Partner wird vielleicht 10 oder 15 Leute ins System bringen. Dann ist Schluss. Nur wenige durchsetzungsfähige Leute schaffen es, eine Struktur von mehr als 100 Personen aufzubauen. Diese Menschen sind Ihre Hoffnungsträger!
- Auf den ersten drei Stufen oder Ebenen sollten Sie mindestens 50% der Provisionen ausschütten, denn sonst erhalten die meisten Partner kein befriedigendes Einkommen und hören nach ein paar mageren Monaten einfach auf. Auch der Anfänger muss sehen, dass er Geld verdienen kann und nicht alles

nur bei den „Großen“ hängen bleibt. Es gibt noch einen bedeutenden Grund, warum die Leute gleich am Anfang Geld verdienen sollten: Die Partner sind doch auch Ihre Kunden! Diese Kunden sollten Geld haben, um Ihre neuen Produkte kaufen zu können. Frustrierte Menschen ohne Einkommen aus Ihrer MLM-Tätigkeit kaufen nichts! Wenn jedoch klar wird, dass man mit dem Nebenjob wirklich Bares in der Tasche hat, steigt auch die Bereitschaft, sich durch weitere Käufe zu qualifizieren, sprich in die nächste Stufe / Ebene zu kommen.

- Für den langfristigen Erfolg müssen alle Komponenten stimmen: Produkte, Strategie, Auszahlungsplan für die Mitarbeiter und die Führung. Bei allen MLM-Firmen, die länger als 3 –5 Jahre existieren, besteht eine gute Kombination dieser Faktoren.

Folgende Fragen stellen Ihnen erfahrene MLM-Partner, bevor diese evtl. in Ihr System einsteigen:

- Wie lange besteht Ihr System?
Hier können Sie natürlich keine befriedigende Antwort präsentieren, denn Sie stehen ja am Anfang. Trotzdem ist es möglich, den Interessenten durch eine gelungene Präsentation und Fakten zu überzeugen.
- Wie hoch ist das Einkommen, wenn 4 Leute gesponsert (sponsern = ins Geschäft bringen, d.h. in die untergeordnete Struktur einfügen) werden und diese wiederum 4 Personen ins Geschäft bringen?
Sie sollten dem Interessenten anhand ihres Auszahlungsplans immer genau erklären können, wie sich Zahlungen zusammensetzen, Achten Sie darauf, dass schon am Anfang der Tätigkeit eine befriedigende Summe bezahlt wird. Dann wird die Bereitschaft zur Zusammenarbeit steigen. Etwas Euro 300 pro Monat sollten auch für Nebenjobber möglich sein. Dann bleiben diese bei der Stange und bringen neue Interessenten ins Geschäft.
- Was muss ich tun, um das Geschäft aufzubauen?
Hier sollten Sie mit modernen Methoden glänzen können (z.B. duplizierbare Systeme, Voice Mail, evtl. Faxabrufe, E-Mail-Marketing etc.). Der persönliche Verkauf ist nicht so beliebt, den der erfahrene Verkäufer weiß genau, dass die meisten Nebenjobber dies nicht wollen oder können, obwohl es immer noch zu den besten Methoden gehört, neue Mitarbeiter für sich zu gewinnen.

Der wichtige Faktor im Network: Training!

Egal was Sie verkaufen, an wen Sie s verkaufen, mit wem sie zusammenarbeiten oder welche Firma repräsentiert wird. Wie im Sport ist auch beim Networkmarketing das regelmäßige Training Voraussetzung für den Erfolg. Ohne Training werden Sie ihre Strukturen nicht voran bringen können. Dabei geht es nicht unbedingt um das Produkt an sich, sondern die Kunst des Sponsorn.

Die Schulung sollte folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Die gute Kommunikation
- Das Beseitigen von Einwänden
- Das gezielte Ansprechen von Leuten

Gute Networker sprechen jeden an, der auch nur etwas Interesse an dem Geschäft haben könnte. Was können solche Leute eigentlich riskieren? Im schlimmsten Fall

erhalten sie ein „Nein“ als Antwort. Wahrscheinlich befinden sich unter den vielen angesprochenen Personen.

Aber auch einige, die der Idee aufgeschlossen gegenüberstehen und eventuell sogar ins System einsteigen.

Also: Wenn Sie Ihren Partnern einmal klargemacht haben, dass schlimmstenfalls das „Nein“ droht, werden diese Leute munter arbeiten und sponsern, was das Zeug hält.

Wichtig: Immer wieder auf andere Personen zugehen, sich öffnen und bei Interesse das System vorstellen. Selbst wenn kein neuer Mitarbeiter gewonnen werden kann, so findet man doch neue Kunden für die Produkte.

Weiterhin sollten den Leuten klarmachen, dass nur mit komprimierten Plänen die ganze Organisation bestehen bleibt. Bei komprimierten Zahlungsplänen erhalten die ersten drei Ebenen oder Stufen mindestens 50% der Provisionen. Somit wird die Fluktuation bekämpft und die Menschen haben einen Grund dabeizubleiben: beständige Einnahmen.

Ca. 15% der Downline (Struktur) sind aktive Personen mit eigenen Bemühungen, andere für Ihr Geschäft zu gewinnen oder Produkte zu verkaufen. Diese Leute verschwinden aber schnell wieder, wenn am Anfang nach einer absehbaren Zeit nichts auf dem Konto eingegangen ist. Schon zu Beginn der Tätigkeit muss man also die Chance haben, gutes Geld zu verdienen. Das sind die Grundzüge komprimierter Pläne.

Auf diese Weise können Sie Ihre Strukturen aufrecht erhalten und die vielen nebenberuflichen Interessenten halten. Dies ist sehr wichtig, denn diese Leute stellen einen Großteil Ihrer Kundschaft dar.

Merke: Die Leute in den Strukturen kaufen Ihre Produkte.

Verdeutlichen Sie auch die Ziele des Networks:

- Permanentes Einkommen über viele Jahre hinweg
- Eine befriedigende Tätigkeit für viele Menschen in der Struktur
- Identifikation mit den Produkten
- Mehr Nutzen für die Kunden

Wie kommt man nun an die Produkte?

Sprechen Sie mit einigen Herstellern und klären Sie die Bereitschaft, überhaupt Waren im Bereich Networkmarketing zu vertreiben. Verhandeln Sie über mögliche Konditionen, Produktionen im Auftrag, Labels, Abnahmemengen usw. Beispiele:

Die Firma Harlay Pro Long vertreibt Produkte aus dem Bereich Ökologie (dem zukünftigen Wachstumssektor). Kontakt:

Harlay Pro Long Vertriebs GmbH

Birkichstr. 1

74549 Wolpertshausen

Tel. 07904-972031

Fax 07904-978066

Frei verkäufliche Arzneimittel (Grundstoff: Pflanzen) erhalten Sie bei:

K. Minck
Postfach 923
24768 Rendsburg
Tel. 04331-31048
Fax 04331-31072

Qualitätsprodukte im Bereich Nahrungsergänzung für den Direktvertrieb erhalten Sie von der Dr. Förster GmbH:

E-Mail: info@dr.foerster.de
Internet: www.drfoerster.de

Oder bei:

Geyer GmbH
Kurfürstenstr. 18
71636 Ludwigsburg
Tel. 07141-9484-0
Fax 07141-9484-19
E-Mail: info@georg-geyer.de
www.georg-geyer.de

Oder bei:

Rogamed
Herstellung und Vertrieb von Nahrungsergänzung
B-4750 Nidrum
Tel. +32-80-447031
Fax +32-80-447365
www.herbapharma.com

Dies ist nur ein Auszug möglicher Firmenkontakte aus einem Bereich. Forschen in Ihren Interessenbereichen nach und nehmen Sie Kontakt zu interessanten Herstellern auf. Besonders in den USA finden Sie einige beachtenswerte Firmen, die noch nicht für Europa produzieren.

Sie brauchen Hilfe bei der Produktsuche oder wollen sich über ein Gebiet umfassend informieren? Dann wenden Sie sich an:

Fichter PR & Infobroking
Heidelbeerbühl 7
77761 Schiltach
Tel./Fax 07836-959046

(Auf Wunsch suchen Spezialisten nach entsprechenden Produkten, Firmen, Möglichkeiten. Hier erhalten Sie Newsletter für Ihre Downline / Kunden sowie evtl. Produkte für Ihren Vertrieb.)

Was brauchen Sie für den Start?

Unbedingt nötig ist eine vernünftige Abrechnungssoftware, die Ihnen bei der Verwaltung des Systems hilft (Abrechnungen, Schecks, Überweisungen, Warenwirtschaft).

Hier gibt es verschiedene Hersteller. Empfehlenswert sind immer Programme, die sich ergänzen lassen. Beispiel: MLM Software von Jescali. Kontakt:

Jescali
Tel. 0172-5358329
E-Mail: info@jescale.de www.jescale.de

Direct Selling Software; Kontakt:

Direkt Selling Support Service

Am Hofstück 23
76835 Hainfeld
Tel. 06323-981705
Fax 06323-981706
E-Mail: info@dss-direkt.de
www.dss-direkt.de

MLM-Unternehmensberatungen

Herbert Wiegand

Management und Unternehmensberatung Networkmarketing und Direktverkauf
88079 Kressbronn
Tel. 07543-953011, Fax 953012
E-Mail: wiegand-consulting@t-online.de

DSS Unternehmensberatung (MLM, Network, Direktverkauf)

Am Hofstück 23
76835 Hainfeld
Tel. 06323-981705
Fax 06323-981706
E-Mail: info@dss-direkt.de
www.dss-direkt.de

Trainer:

Enkelmann Institut für Rethorik

Altkönigstr. 38c
61451 Königstein
Tel. 06174-3980, Fax 24379
www.enkelmann.de

M. Strachowitz

Rondellweg 12
97944 Boxberg
Fax 07930-1353
E-Mail: info@strachowitz.de
Internet: www.strachowitz.de

Steuerberater (MLM, Network):

Norbert Stölzel

Gotenstr. 4
86343 Königsbrunn
Tel. 08231-96550
Fax 08231-965596

Die Private Ausbildungsvermittlung

Vorwort

Freizeit bedeutet bei vielen Menschen: Aktivität. Diese Aktivitäten sind aber meistens mit Techniken oder Verfahren verbunden, die man erst erlernen muss. Ob Sie segeln gehen, besondere Sportarten betreiben oder sich einem Thema widmen möchten: Von allein kommt man gewöhnlich nicht weiter. Zwar sind immer wieder Autodidakten erfolgreich, doch das ist eine Minderheit. Die große Mehrheit der jeweiligen Interessenten belegt Kurse, lässt sich schulen.

Dabei gibt es immer einen unangenehmen Posten: Die Finanzen. Schulungen, Kurse, Seminare, Ausbildungen kosten eine Menge Geld! Ohne finanziellen Einsatz sind jedoch die wenigsten professionellen Helfer bereit, ihre Kenntnisse weiterzugeben. Das tun private Spezialisten auch nicht, aber der große Unterschied liegt in der Höhe der geforderten Summen. Der Kunde kann also durch eine teilweise Nutzung privater Kapazitäten auf dem Weg der Ausbildung, Schulung konkret Geld sparen. Deshalb hat der Gründer einer privaten Ausbildungsvermittlung auch gute Chancen auf Erfolg, denn viele Leute möchten und müssen sparen.

Grundlegende Motivation des Kunden: Mit möglichst wenig Einsatz (finanziell) zum Ziel kommen, d.h. gewünschte Aktivität, Tätigkeit erlernen und anwenden können.

Agenturkonzept

Um mit der Vermittlung solcher Interessenten Geld verdienen zu können, sammelt der Gründer erst einmal einen gewissen Stamm an Ausbildern, d.h. man bemüht sich um geeignete Personen, die Aufgaben gerne übernehmen würden. Dabei handelt es sich natürlich nicht um eine Arbeitsvermittlung, sondern streng genommen um eine Geschäftsvermittlung bzw. Kontaktvermittlung, denn die Vertragspartner regeln ihre Abkommen untereinander ohne Einfluss der Agentur.

Das Einkommen wird auf unterschiedlichen Wegen erzielt:

- Man stellt z.B. Interessenten die Daten der Ausbilder gegen Bezahlung zur Verfügung
- Ebenso möglich ist eine Vermittlungsgebühr für eine Dienstleistung
- Denkbar ist eine Gebühr für den Eintrag in eine spezielle Datenbank von Suchenden

Was braucht die Agentur?

Das Angenehme an Agenturkonzepten ist der sehr geringe Aufwand, mit dem man seine Tätigkeit starten und im geschäftlichen Alltag betreiben kann. Sie benötigen kaum Investitionen, Betriebsmittel oder hochwertige Güter.

- I. Ein kleines Büro
- II. EDV Anlage
- III. Telefon, Fax, Internetzugang

Ihr Büro

Ihre Wohnung ist auch Ihr Büro. Machen Sie unter keinen Umständen den Fehler, ein Büro anzumieten oder sich gar mit zu großen Räumlichkeiten in finanzielle Schwierigkeiten zu begeben. Richten Sie vielmehr in Ihrer Behausung ein kleines

Büro ein, in dem Sie sich wohl fühlen, die Arbeit möglichst leicht von der Hand geht. Sie brauchen:

- einen Schreibtisch mit Ablagen
- einen bequemen Stuhl

Achten Sie auch darauf, dass in diesem Raum Anschlüsse für die Telekommunikation vorhanden sind (Telefon, Fax, Internet).

Die EDV Anlage

Hier reicht ein ganz gewöhnlicher Office PC plus Monitor, Drucker und Modem. Machen Sie sich wegen der Schnelligkeit des Rechners keine Gedanken. Alle modernen PCs (AMD- oder Intel-Prozessoren) reichen für den anstehenden Aufgaben völlig aus. Der Computer sollte allerdings zuverlässig sein. Wählen Sie deshalb lieber ein Markenfabrikat mit guten Serviceleistungen aus (z.B. vor Ort Wartung, Reparaturen). Gute Dienste leisten z.B. Rechner von Dell, HP, Fujitsu-Siemens, Acer, IBM. Der Rechner ist eines Ihrer wichtigsten Arbeitsgeräte. Achten Sie also auf eine möglichst regelmäßige Wartung (Hardware, Software) und „experimentieren“ Sie nicht mit Ihrem Büro PC.

Hardware

Empfehlenswert sind PCs ab 1 Gigahertz (Prozessor), 20 GB Festplatte.

Software

Neben dem obligatorischen Betriebssystem brauchen Sie eine Office Software, mit der Sie legal arbeiten können. Die übliche Lösung (MS Office) ist leider teuer. Verwenden Sie lieber das Gratis Softwarepaket „Open Office“ von Sun. Sie erhalten diese Software auf beiliegenden Heft-CD-ROMs führender Computermagazine. Blättern Sie einfach an gut sortierten Kiosken diese Magazine durch und Sie dürften bald eine passende Lösung finden. Wichtig: Sie können mit dieser Software MS Office Dokumente bearbeiten und auch im selben Format speichern, Es besteht also eine vollkommene Austauschbarkeit der erstellten Dateien mit evtl. anderen Anwendern.

Verwenden Sie auf keinen Fall irgendwelche anderen Office Produkte, deren Herkunft nicht geklärt ist. Sobald Sie mit Ihrem PC Geld verdienen, gehen evtl. Schadensersatzforderungen der Softwareindustrie sehr hoch. Illegale Versionen finden die Fahnder vor allem durch Downloads aus dem Internet. Gehen Sie hier kein Risiko ein: wer mit legaler Software arbeitet, kann ruhig schlafen und bekommt nachher keine Probleme.

Drucker

Ideal für Ihre Zwecke ist ein guter Laserdrucker, den Sie schon ab 200 Euro erhalten können. Sie werden unter Umständen größere Mengen (Kundenanfragen, Bestellungen, Broschüren) drucken müssen, so dass sich der Laserdrucker durch niedrige Seitenpreise bald bezahlt macht.

Internetanschluss

Auch bei Internetanschluss sollten Sie erst einmal bescheiden bleiben und mit dem ganz normalen Kupferkabel vorlieb nehmen (analog). Sie können mit einem guten Modem annähernd schnell wie mit einem ISDN-Anschluss agieren. Vorteil: Die fixen Kosten bleiben niedrig.

Günstige Provider: Freenet (vor allem ab 18 Uhr), Arcor, Tiscali, Compuserve:

www.freenet.de

www.arcor.de

www.tiscali.de

www.compuserve.de

Wie kommt man an private Ausbilder?

Für diese Aufgabe sollten Sie sich einen „Schlachtplan“ zulegen, d.h. die Gewinnung geeigneter Personen gezielt voran bringen. Zunächst müssen Sie sich mit den Themen beschäftigen. Welche Themen möchten Sie abdecken? Beispiele:

Freizeit:

- Angeln
- Surfen
- Segeln
- Inline Skating
- Skateboard fahren
- Snowboard
- Ski fahren
- Kampfsportarten (Boxen, Ringen, Judo, Karate)
- Boot fahren

Allgemein:

- PKW fahren
- LKW fahren
- Motorrad fahren
- Handwerk (Installationen, Elektronik, Schreiner, Blechner, Mechanik, Stricken, Nähen, Schneidern etc.)
- Berufe speziell
- Dienstleistungen

Sie arbeiten am besten eine kurze Broschüre aus, in der Sie den Interessenten (Ausbildern) Ihr Konzept vorstellen und vor allem die Möglichkeiten des Gelderdienens mit Schülern klar darstellen. Viele Ausbilder sind an einem zusätzlichen Verdienst, der unmittelbar mit ihrem Spezialgebiet zusammenhängt interessiert. Es sind dabei Pauschaltarife wie Honorare pro Stunde denkbar. Im Interesse der Schüler sollten jedoch möglichst günstige Tarife Anwendung finden. Die Ausbilder sind in der Bestimmung ihrer Bezahlungen frei. Weisen Sie die Leute darauf hin, dass nur ein günstiges Angebot Interessenten anlockt.

Wenn Sie Ihre individuelle Broschüre fertig haben, suchen Sie gezielt nach Portalen, die mit dem jeweiligen Themen verwandt sind. Weiterhin können Sie auch in Kooperationsbörsen kostenlos inserieren. Platzieren Sie möglichst Gratisanzeigen mit dem Gesuch nach Spezialisten auf diversen Webseiten. Die Interessenten werden Ihnen per E-Mail schreiben. Diesen Leuten stellen Sie dann Ihre Broschüre mit Erklärungen und der Darstellung Ihrer Tätigkeit zur Verfügung. Die meisten Personen lassen sich mit ihren Daten in Ihre neue Datenbank eintragen.

Somit verfügen Sie bald über einen ansehnlichen Stamm an Ausbildern, deren Fähigkeiten und Kapazitäten Sie in die Lage versetzen, allein für diese Informationen Geld zu verlangen.

Mögliche Produkte, Dienstleistungen:

Die einfache Lösung: Sie stellen den Kunden Informationen in Form von vorbereiteten Listen mit passenden Ausbildern zur Verfügung. Je nach Region kann der Kunde dann mit geeigneten Personen Kontakt aufnehmen.

Diese Listen mit Adressen erstellen Sie mit Ihrer Textverarbeitung oder der Tabellenkalkulation. Der Kunde erhält die Liste gegen Zahlung eines gewissen Betrages in gedruckter Form.

Eine weitere Lösung: Sie stellen eine Datenbank ins Web (Homepage) und ermöglichen gegen Gebühr Zugriff auf diese Daten. Hier entstehen erst einmal Kosten für die Programmierung, den Internetauftritt und weitere Pflege der Datenbank. Solche Alternativen eignen sich also erst, wenn abzusehen ist, dass Ihre Idee Erfolg verspricht. Trotzdem sollten Sie diese Form der Lösung als Ziel definieren, denn langfristig wird sich die Vermittlung von Information nur über das Internet effizient gestalten lassen.

Die Praxis am Beispiel „Autofahren lernen“

Führerscheinanwärter haben es immer schwerer. Die Anforderungen an Fahrschüler steigen permanent. Während man früher noch mit ein paar Fahrstunden seinen Führerschein machen konnte, werden heutzutage gewisse Mindestfaktoren verlangt (Stundenzahl, Überlandfahrten, Autobahnfahrt etc.) Somit kommen Fahrschüler auf viele Stunden, die den Fahrlehrer erfreuen, aber das eigene Budget (oder das der Eltern, Verwandten) stark belasten.

Das muss jedoch nicht sein, denn mit Hilfe privater Ausbilder lassen sich einige teure Fahrstunden einsparen.

Der private Helfer fährt mit dem Schüler auf einen besonderen Übungsplatz (Privatgelände), wo der Schüler nach Herzenslust probieren kann. Ohne Zeitdruck werden z.B. Anfahren, Lenken, Schalten, Kuppeln, Einparken, Anfahren am Berg etc. geübt, bis der Schüler Sicherheit gewinnt. Die Konditionen für diese Hilfe sind selbstverständlich weitaus günstiger als in der Fahrschule.

Vorteil: Der Fahrschüler kommt schon mit Vorwissen und entsprechenden Fähigkeiten in die Fahrschule und kann dann schneller zur Prüfung geführt werden, spart dabei eine Menge Geld.

Der Gründer arbeitet in diesem Fall nun z.B. ganz simpel mit Aushängen. Diese selbst zu erstellende Werbung wird an Schulen, Universitäten, Fachhochschulen, in Jugendzentren, Jugendtreffs, bei Vereinen platziert. Meistens sind solche Werbungen ohne weitere Kosten möglich. Man erreicht aber genau die richtige Zielgruppe: Junge Leute, die kurz vor dem Erwerb des Führerscheins stehen. Weitere Werbeformen (Anzeigen in Zeitungen vor Ort), Internet sind natürlich auch möglich.

Beispiel eines Textes für den Aushang:

Führerschein billig? Aber sicher!

Fahrschulen sind teuer. Wir zeigen euch einen Weg zur guten Fahrausbildung zu sehr günstigen Konditionen. Unsere privaten Ausbilder führen euch ohne viele Fahrstunden gezielt zum Führerschein. Die praktische – und theoretische Prüfung ist dann kein Problem mehr.

Ihr spart bestimmt 50% der sonst üblichen Kosten. Garantiert!

Holt euch die Broschüre „Billig zum Führerschein“. Darin werden alle notwendigen Informationen und Kontakte veröffentlicht.

Ihr ruft dann nur noch den passenden Ausbilder an und es kann losgehen.

Steckt einfach 20 Euro, eure Adresse plus Telefonnummer, evtl. E-Mail-Adresse in einen Umschlag und sendet diesen Umschlag an:

Agentur xy
Musterstr.1
0000 Musterstadt

Die Broschüre habt ihr dann innerhalb von 8 Tagen im Briefkasten.

Aushänge können Sie auf Ihrem PC gestalten und auch ausdrucken. Dafür brauchen Sie keine Werbeagentur. Mit der Zeit werden Sie herausfinden, dass besondere Formulierungen bessere Ergebnisse bringen als andere. Experimentieren Sie einfach ein bisschen mit den Texten.

Nach dem gleichen Schema funktionieren auch Aktionen für andere Themenbereiche (z.B. Segelschein, Bootsführerschein, Sportarten).

Das Gewerbe

Die Agentur zur Vermittlung von privaten Ausbildern ist eine kleine Firma (Ein-Mann- bzw. -Frau-Betrieb), welche bestimmte Produkte auf dem Weg des Versandhandels anbietet. Niemand darf in Deutschland solche Tätigkeiten selbstständig ausüben, ohne ein Gewerbe anzumelden. Man arbeitet selbstständig auf eigene Rechnung und in eigener Verantwortung, d.h. man ist für Einnahmen, Ausgaben, eventuelle Verbindlichkeiten, Zahlung von Abgaben, Steuern etc. selbst verantwortlich. Das Betreiben eines Gewerbes ist eine nachhaltige Tätigkeit mit der Absicht, Gewinne zu erzielen. Man nimmt am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr in diesem Fall im Bereich Dienstleistungen teil.

Obligatorisch ist die Anmeldung des Gewerbes beim zuständigen Ordnungsamt. Dort müssen Sie den Zweck des Gewerbes angeben, wobei eine ziemlich weit gefasste Formulierung angebracht ist, denn Sie dürfen nur die beschriebenen Tätigkeiten ausüben. Je präziser diese Formulierungen sind, desto enger wird Ihr Tätigkeitsbereich. Gleichzeitig müssen Sie aber auch aufpassen, nicht Tätigkeitsbereiche anzugeben, für die besondere Prüfungen erforderlich sind oder Vorschriften verlangt werden. Bezüglich einer passenden Formulierung hilft Ihnen ein guter Unternehmensberater jederzeit weiter. Wichtig: Man erledigt nur Aufträge, die mit dem Zweck des Gewerbes übereinstimmen!

Mit der Anmeldung auf dem Ordnungsamt geht ein Durchschlag des Formulars an das zuständige Finanzamt. Sie erhalten dann eine Steuernummer, falls in der Vergangenheit noch keine zugeteilt wurde. Betriebe (Gewerbe) unterliegen der Gewerbesteuer.

Mit einem Gewerbe werden Sie automatisch Mitglied in der IHK (Industrie- und Handelskammer) und müssen Beiträge entrichten. Deren Höhe richtet sich nach Umsatz, Größe des Betriebes, Rechtsform etc.

Gründungsvoraussetzungen

Ohne Interesse für das Thema Ausbildung, Vermittlung wird Ihnen das Geschäft keinen Spaß machen. Ideal sind natürlich auch eigene Erfahrungen mit Ausbildern, deren Einsatz. Sie müssen mit vielen Anfragen von Kunden rechnen, die erst einmal eine kleine Beratung brauchen, Antworten bzw. Lösungsvorschläge erwarten. Dazu kommt der kaufmännische Sachverstand und möglichst Erfahrungen im Umgang mit der EDV.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen.

Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Damit müssen Sie möglichst ohne Probleme von Ihrer Umgebung, Familie etc. klar kommen. Überlegen Sie sich diesen Schritt also in aller Ruhe und unter Berücksichtigung Ihrer persönlichen Situation. Macht der Partner mit oder gibt es eher Kämpfe um die Freizeit? Reagiert Ihre Familie verständnisvoll, wenn Sie viel Zeit sowie Energie in Ihre Tätigkeit investieren müssen?

Zeitliche Voraussetzungen

Die Tätigkeit ist unabhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man kann seine Arbeitszeit selbst bestimmen. Lediglich telefonisch sollten Sie zu den üblichen Bürozeiten erreichbar sein, um Anfragen entgegennehmen zu können. Dabei spielen auch die Stunden am Abend eine große Rolle, denn viele Kunden (vor

allem Privatpersonen) kommen erst abends nach Hause und können sich dann mit dem Angebot auseinandersetzen.

Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Ein Handy gehört zur Standardausrüstung. Zu welcher Zeit Sie bestimmte Arbeiten erledigen, bleibt Ihnen überlassen.

Startkapital

Für den Anfang reichen ca. 2 000 bis 4 000 Euro Startkapital. Diese Summe sollten Sie möglichst privat aufbringen können, denn Banken halten von der Finanzierung solcher Beträge nicht viel. Kleine Agenturen genießen bei Kreditinstituten nicht gerade großes Vertrauen. Es ist auf jeden Fall in Ihrem Interesse, wenn Sie Eigenkapital zur Verfügung haben, denn Fremdkapital schafft doch zum Teil unangenehme Abhängigkeiten, die auch ausgenutzt werden.

Einen Teil des Startkapitals brauchen Sie auf jeden Fall für die Werbung. Die reinen Gründungskosten belaufen sich etwa auf 30-100 Euro (Formalitäten je nach Gemeinde).

Für die Werbung brauchen Sie deshalb Kapital, weil der neue Service mit verschiedenen Methoden erst einmal bekannt gemacht werden muss.

Finanzierung

Sollten Sie doch Fremdkapital benötigen, führt der Weg natürlich zunächst einmal zu Ihrer Hausbank. Dort kennt man Sie hoffentlich und kann Ihre Fähigkeiten ungefähr einschätzen. Der Kreditsachbearbeiter sollte Sie auch auf besondere Hilfen für Unternehmensgründer aufmerksam machen (ERP Fördermittel, Deutsche Ausgleichsbank etc.). Sprechen Sie ihn oder sie darauf an. Als Sicherheiten für Kredite sollten Sie Sachwert oder Ersparnisse einsetzen (Wertpapiere, evtl. Guthaben auf festverzinslichen Sparbriefen etc.). Sie sollten jedoch immer berücksichtigen, dass Darlehen wie vereinbart auch zurückgezahlt werden müssen. Dies kann gerade am Anfang einer selbstständigen Tätigkeit sehr schwer fallen, wenn man noch nicht viele Kunden hat. Bei kleineren Konzepten wie einer Agentur zur Vermittlung privater Ausbilder ist daher Fremdkapital möglichst zu vermeiden. Versuchen Sie, flexible Finanzierungen zu erhalten (z.B. tilgungsfreie zwei Jahre, bis es zur Abzahlung kommt).

Bezugsquellen

PCs, Monitore, Drucker, Komplette Systeme, Software. Kontakt:

BrandX

Tel. 0211-5634970

Faxabruf 0211-56349719

www.brand-x.de

www.superschnaepchen.com

Gebrauchte Systeme (Pentium PCs, Monitore, Notebooks), die für viele Aufgaben vollkommen ausreichen, erhalten Sie ab ca. Euro 130 von:

Atenso Computervertriebs GmbH

Tel. 06403-775350

Fax 06403-7753577

www.atenso.de

Gute Software für die Buchhaltung produziert die Firma Lexware oder KHK Software. Geeignete Programme erhalten Sie z.B. bei:

Softline AG

Lange Str. 51
77652 Offenburg
Tel. 0781-9293222
Fax 0781-9293240
www.softline.de

Für eine vernünftige Software müssen Sie mit Ausgaben von etwa 120 Euro rechnen. Es muss aber nicht die neueste Version des jeweiligen Programms sein. Sehr günstige Software verkauft:

Pearl Agency

Pearl-Str. 1
79426 Buggingen
Tel. 01805-5582, Tel. 07631-360200
Fax 07631-360444
www.pearl.de

Werbung

Ohne Werbung kann man in diesem Geschäft nicht überleben. In vielen Fällen entscheidet eine gute Werbung über Erfolg oder kompletten Misserfolg der Agentur.

Anzeigen

Diese Art der Werbung gehört immer noch zu den besten Möglichkeiten, neue Kunden und Interessenten zu gewinnen. In unserem Fall wären Inserate in speziellen Magazinen empfehlenswert. Orientieren Sie sich an der Zielgruppe. Was lesen die passenden Kunden? Stöbern Sie am gut sortierten Kiosk und nehmen Sie passende Zeitschriften mit nach Hause.

Erkundigen Sie sich nach den Anzeigenpreisen und versuchen Sie auf jeden Fall für den Anfang eine kräftige Preisreduzierung zu erhalten. Sprechen Sie mit dem Anzeigenleiter und machen Sie ihm oder ihr klar, dass Sie gerne mehr Anzeigen schalten werden, wenn der erste Test gut ausfällt. Vertreter des Verlages möchten Sie als guten Kunden gewinnen und werden Ihnen meistens entgegenkommen. 10-15% sind immer drin, wobei Sie versuchen sollten, noch mehr Nachlass zu erzielen. Falls die Anzeige Erfolg hat, können Sie ja weitere Inserate folgen lassen.

PR-Beiträge

Setzen Sie sich also mit den entsprechenden Redaktionen der oben genannten Magazine und Zeitschriften in Verbindung und bieten Sie den Leuten einen selbst gestalteten Text über Ihre Agentur an. Oft zeigen sich die Redaktionen begeistert, denn solche Themen sind stets gesucht. Schicken Sie den Leuten also Ihren Text (mit Kontaktadressen plus Telefon etc.). In diesem Beitrag sollte alles enthalten sein, was Sie anbieten. Auch die Überschrift sollte gut überlegt sein. Allein aufgrund solcher Berichte in diversen Magazinen sollte schon Kunden bei Ihnen anfragen. Berücksichtigen Sie bei PR-Beiträge immer die vier W: wann, wo, warum, wie. PR-Beiträge werden von Redaktionen aufgenommen, wenn das Ereignis schlüssig ist. Simple Werbung ist nicht interessant. Es muss sich um etwas Besonderes handeln: z.B. eine neue Produktinnovation, Vorstellung auf einer Messe, Betriebsjubiläum, die Eröffnung des Geschäfts, bzw. Start der Tätigkeit.

Internet

Das Internet ist eine Stütze für den Verkauf, aber niemals alleiniges Medium für die Werbung. Kümmern Sie sich am Anfang um die Erstellung einer kleinen Webseite und bauen Sie diese Schritt für Schritt zum kleinen Webshop bzw. Datenbank aus. Software erhalten Sie dafür oft von den größeren Providern, wenn die Webseite dort "gehostet" wird. Simple Lösungen reichen für Anfang völlig aus. Stürzen Sie sich nur nicht in Unkosten. Auch eine kleine Homepage reicht aus. Stellen Sie Ihre Leistungen und Produkte dar und geben Sie auch Erklärungen, weshalb Kunden bei Ihnen Leistungen in Anspruch nehmen sollten. Kontakt:

www.strato.de
www.1und1.de

Sie werden oft mit unvollständigen oder unleserlichen Adressen konfrontiert werden. Dabei hilft eine gute Telefon-CD, mit der Sie schnell Besteller identifizieren können. Kontakt:

www.klicktel.de

Verdienstmöglichkeiten

Je mehr Interessenten Informationen haben möchten, desto mehr Geld nehmen Sie ein und desto mehr Geld bleibt am Schluss nach Abzug der Kosten und Steuern übrig. Eine zuverlässige Prognose über den Gewinn lässt sich nicht ohne Kenntnis der näheren Umstände des jeweiligen Gründers abgeben. Zu viele Einflussfaktoren spielen hier eine Rolle.

Eine Gewinnspanne von 50% sollte aber immer möglich sein.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Agenturkonzepte sind für den nebenberuflichen Einstieg sehr gut geeignet. Jeder kann auch nach Feierabend noch Infos verschicken. Diese Art der Tätigkeit sollte erst einmal angestrebt werden, wenn Sie nicht gleich voll einsteigen möchten. Es gibt keine größeren Risiken, wenn die Sache komplett schief gehen sollte, ist praktisch nichts verloren, denn es sind keine größeren Investitionen nötig.

Erweiterung

Es bietet sich der regionale Ausbau von Ausbildernetzwerken an. In jeder Region des Landes sollten dann eine bestimmte Anzahl von Ausbildern für die jeweiligen Themenbereiche zur Verfügung stehen. Damit decken Sie mit Ihrer Agentur das gesamte Bundesgebiet ab und können praktisch Anfragen aus jeder Stadt entgegennehmen.

Vorteil: Die möglichen Umsätze vervielfachen sich dadurch.

Wie kommt jedoch die Werbung an die Standorte?

Ganz einfach: Bieten Sie Schülern und Studenten einen Nebenverdienst an, indem diese in ihrer Region Aushänge platzieren und von den Anfragen bzw. Aufträgen Provisionen erhalten. Die Dateien für die Aushänge werden dafür mit einem individuellen Code versehen, der per Post dann bei Ihnen eingeht. Anhand der Codes können Sie die Herkunft der Bestellung zurückverfolgen und dem Werber Provision auszahlen. Da heute fast jedes Kind schon einen PC hat, können diese Helfer Werbung selbst ausdrucken und auch aufhängen. Sie sitzen derweil bequem

in Ihrem Büro und nehmen Aufträge entgegen, versorgen Ihre Helfer mit neuer Werbung per E-Mail und sorgen auf diese Weise für eine ständige Steigerung der Werbeaktivitäten. Versuchen Sie auch immer neue „Mitarbeiter“ zu gewinnen, die wieder mit Elan an die Sache gehen.

Der Weg zu großen Umsätzen und guten Gewinnen

Produkte bei Aldi, Norma, Tengelmann etc. im Sortiment unterbringen

Vorwort

Haben Sie schon einmal daran gedacht, wie empfehlenswert es doch wäre, seine eigenen Produkte bei großen Einzelhandelsketten in den Regalen zu sehen?

Man könnte massenhaft Güter verkaufen, aber leider ist es nicht so leicht, den Einkäufern der Ketten eigene Waren „schmackhaft“ zu machen. Ohne Übertreibung kann man sagen, dass ein großes Stück Glück wohl dazu gehört, diese Fachleute überzeugen zu können. Trotzdem schaffen es immer wieder clevere Kaufmänner, große Stückzahlen beliebiger Waren über bedeutende Handelsketten abzusetzen.

Gehen Sie doch einfach mal in die Supermärkte und informieren Sie sich über das aktuelle Angebot. Neben Lebensmitteln finden Sie immer wieder günstige Sonderposten, die in einer besonderen Aktion verkauft werden. Wenn man sich diesen Gedanken durch den Kopf gehen lässt, wird schnell klar: Mit dem richtigen Produkt können gigantische Umsätze möglich sein, denn die Ketten verteilen die Waren automatisch auf ihre Filialen. Bei kleinen Produkten, die relativ unabhängig von Land einzusetzen sind, besteht sogar die Möglichkeit europaweit anzubieten. Bekannte des Autors verbrachten gerade schöne Ferien in Portugal (Algarve). Was glauben Sie, wo die Einkäufe stattfanden? Bei Aldi in Albufeira! Lidl ist übrigens auch schon vor Ort. Die deutschen Handelsketten können sich gegenüber ihrer europäischen – und weltweiten Konkurrenz gut behaupten. Vorteil: Gerade die Marktführer sitzen auf gut gefüllten Kassen. Selbst schwache Jahre sorgen daher nicht für Unruhe.

Voraussetzungen

Der Umgang mit Handelsketten, Herstellern im Ausland erfordert eine gewisse Portion Erfahrung im Geschäftsleben. Kaufmännische Fähigkeiten sollten Sie unbedingt mitbringen. Zusätzlich sind Verhandlungsgeschick, Verlässlichkeit und Weitblick für lohnende Sachverhalte notwendig. Sie sollten in die Zukunft blicken – und lukrative Chancen erkennen können. Zugegeben: Das klingt recht anspruchsvoll, aber das Geschäft fordert auch alles von den Beteiligten. Es ist hart, erfordert den vollen Einsatz, zerrt mitunter an den eigenen Nerven, denn es geht um viel Geld, Risiko und Gewinne. So mancher Anfänger fängt an zu zittern, doch wer viel Geld verdienen möchte, sollte Risiken einschätzen und bewerten können. Wenn Sie Sicherheit um jeden Preis haben möchten, ist diese Alternative nichts für Sie. Ein wenig Mut zum Risiko, Abenteuer sollten Sie vorweisen.

Wichtig: Studieren Sie Umgangsformen in den Gastländern der Hersteller. Sie werden über kurz oder lang vor Ort verhandeln müssen. Dann sollten Sie sich von Ihrer perfekten Seite zeigen.

Welche Produkte sind empfehlenswert?

- Bücher
- Tonträger
- Computer
- Technisches Zubehör
- Zubehör für KFZ
- Produkte für den Garten
- Büroartikel
- Spielzeug
- Günstiger Schmuck
- Büroartikel
- Artikel für Schulkinder (Schreibutensilien, Füller, Tintenweg, Farbstifte, Lineal, Geodreieck, Zirkel etc.)
- Günstige Taschenrechner

Ihnen werden bestimmt noch viele weitere Produkte einfallen, die man über Handelsketten anbieten kann. Wichtig ist jedoch immer die Einfachheit und Unkompliziertheit der Produkte. Sie dürfen nach dem Verkauf keinerlei Schwierigkeiten bekommen, sonst muss man nämlich eine umfangreiche Abteilung für Beschwerden, Reparaturen aufbauen, die vor der Verkaufsaktion schon stehen muss. Das lohnt sich für den Anfang nicht und ist auch für Anfänger kaum zu finanzieren. Ergo: Einfach und schnell handeln ist die Devise.

Die Methode

Erfolg kann nur mit begehrten Gütern erzielt werden, die jedoch günstiger als sonst angeboten werden. Dann ist der Abverkauf von großen Stückzahlen jederzeit möglich.

Dabei hat der Lieferant einen immensen Vorteil gegenüber anderen Händlern: Die Handelskette nutzt natürlich ihre „Werbemannschaft“ und externe Agenturen, um das Angebot in verschiedenen Kanälen richtig bekannt zu machen. Das kostet den Lieferanten nichts. Er muss jedoch unter Umständen bei der Kalkulation drei Stellen hinter dem Komma berücksichtigen. Denn die Einkäufer der Ketten sind „harte“ Verhandlungsexperten.

Lieferanten müssen mit Gütern und Konditionen das Interesse der Einkäufer wecken. Dabei muss man schon berücksichtigen, dass diese Einkäufer relativ verwöhnt sind, d.h. es kommen viele Lieferanten bei den Leuten vorbei in der Hoffnung, ihre Güter erfolgreich anbieten zu können. Auch Hersteller stehen unter Umständen Schlange.

Es bleibt nichts anderes, als die Differenzen zwischen Einkaufs- und Verkaufspreisen möglichst auszunutzen. Sie müssen also günstig einkaufen und ein wenig teurer wieder verkaufen. Alles andere ist nicht durchführbar. Dafür sollte Ihre Produktquelle stimmen. Es entsteht immer die Frage: Woher bekomme ich günstige Produkte?

Als Einkaufsquelle eignet sich natürlich immer Asien. In dieser Region der Welt erhalten Sie zum Teil sehr preiswerte Produkte für den Wiederverkauf. Je nach eigenem Verhandlungsgeschick, Auftragsgröße und Kapazitäten der Hersteller sind unglaubliche Konditionen möglich. China rüstet mächtig auf und ist für alle ausländischen Aufträge, Handelskontakte dankbar. Auch in Indonesien, Malaysia, Taiwan entstehen viele Güter für den Verkauf hierzulande. Zu chinesischen Firmen können Sie über Großhändler in Hongkong in Kontakt treten. Diese Unternehmen lassen oft in China fertigen und vermarkten dann die Ware weltweit über Hongkong.

Selbstverständlich gelingt der Kontakt auch über Shanghai. Diese aufstrebende Stadt ist das Vorzeigeprojekt der chinesischen Administration. Hier treffen sich westliche Geschäftsleute mit chinesischen Händlern, Firmen und Funktionären. Der direkte Kontakt in China erfordert langes Durchhaltevermögen, während Hongkong weitgehend unkompliziert ist: Man erledigt Geschäfte schnell per Telefon, Internet. Natürlich ist der persönliche Kontakt mit den Verantwortlichen empfehlenswert. Egal was Sie brauchen: Alles ist verfügbar.

Suchen Sie sich also geeignete Firmen aus und treten Sie erst einmal in Verhandlungen über mögliche Konditionen ein. Mit dem Angebot in der Tasche kalkulieren Sie mögliche Verkaufspreise für die Handelskette, d.h. die Preise, zu denen Sie eine große Portion Waren abgeben können. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Handelsketten auch Waren annehmen, wenn nur noch geringe Gewinnspannen zu erzielen sind. Zu hohes „Pokern“ wird jedoch nicht belohnt. Bleiben Sie also mit Ihrer Kalkulation auf vernünftigem Niveau. Das zeichnet professionelle Kaufleute aus.

Beispiel:

Wir betrachten hier ganz bewusst ein einfaches Beispiel, um das Verständnis für die Vorgehensweise zu verstärken. In der Realität sind Stückzahlen zum Teil weitaus höher. Gehen wir von folgendem Fall aus:

Sie möchten zum Schulanfang mit einem Lineal-Set (z.B. Geodreieck, plus drei Lineale verschiedener Ausprägung) in einer Handelskette vertreten sein. Der Materialwert liegt bei hohen Stückzahlen unter einem Cent. Nehmen wir nun an, Sie erhalten folgendes Angebot von einem Hersteller in China:

- 200.000 Sets zum Stückpreis von 5 Cents inklusive Verpackung (Kunststoffhülle).

Sie berechnen darauf die Transportkosten bis hier und in Deutschland zu Lagern von Handelsketten, addieren diesen Betrag und berücksichtigen selbstverständlich auch den Zoll, Einfuhr in die EU. Sie kommen insgesamt auf Stückkosten bei der Aktion von 10 Cent.

Planung: Der Verkauf an die Handelskette soll für 25 Cent pro Stück erfolgen. Sie haben den Einkäufern jede Menge Arbeit abgenommen und präsentieren fertige Ware zum sofortigen Einsatz nach Ziel. Dafür möchten Sie natürlich Ihren Anteil vom Kuchen haben. Das verstehen Einkäufer, obwohl diese gehalten sind, sehr günstig einzukaufen.

Sie gehen also zu den Einkäufern von verschiedenen Handelsketten und sprechen mit den geeigneten Mitarbeitern. Resultat: Eine Kette ist interessiert, möchte aber den Preis noch drücken. Dies ist Teil der Verhandlungen. Sie müssen immer verhandlungsbereit sein und auch den Kompromiss akzeptieren können. Stures Beharren auf eigenen Vorstellungen bringt Sie hierbei nicht weiter.

Sie vereinbaren den zweiten oder auch den dritten Termin mit dem Einkäufer und letztendlich wird man sich einig: Die Kette kauft Ihnen 200.000 Stück ab. Konditionen: 21 Cent plus MWSt. pro Stück. Der spätere Verkaufspreis liegt bei Euro 1,39.

Ergebnis: Sie haben pro Stück eine Gewinnspanne von über 50%. Sie erzielen 11 Cent Gewinn pro Stück.

Die Rechnung ist einfach $0,11 \text{ Euro} \times 200.000 = 22.000 \text{ Euro}$ Gewinn bei dieser Aktion (vor Steuer). Die Umsatzsteuer bekommen Sie vom Handelskonzern und leiten diese gleich wieder an Ihr zuständiges Finanzamt weiter. Natürlich können Sie zuvor Ihre Vorsteuer (Kosten, betriebsbedingter Aufwand, Betriebsmittel) geltend machen.

Solche Aktionen lassen sich natürlich öfters wiederholen. Bei Schulbedarf ist auf jeden Fall eine Wiederholung zu jedem Halbjahr anzuraten. Der Themenbereich ist auch dazu geeignet, inländische Anbieter über vorteilhafte Konditionen „auszustechen“, denn bei diesen Verkaufspreisen müssen Hersteller aus dem EU-Raum oft passen.

Wichtig: Geben Sie Ihre Handelskontakte niemals preis! Ihre Kontakte sind praktisch Ihr Firmenkapital. Sie liefern selbst und rechnen auch selbst mit den Konzernen ab. Dies birgt natürlich ein gewisses Risiko in sich, aber ohne geheime Handelskontakte, die Sie sich mühsam aufgebaut haben, kommen Sie nicht weit in diesem Geschäft. Warum soll der Einkäufer über Sie Geschäfte machen, wenn ihm Ihre Kontakte bekannt sind? Er könnte dann Ihre Gewinnspanne sparen und seinem Konzern noch mehr Gewinne ermöglichen.

Eigenmarken

Viele Handelsketten kreieren Eigenmarken. Sie verkaufen Artikel unter einem besonderen Label, das nur im eigenen Haus zu haben ist. In den meisten Fällen handelt es sich um Lebensmittel. Mit Eigenmarken können Sie ebenfalls ins Geschäft kommen, wenn Sie für die Einkäufer günstige Hersteller ausfindig machen. Es gibt zwar ständig Bemühungen der Einkäufer, auch vor Ort Kontakte zu knüpfen, doch diese Mitarbeiter können aufgrund ihrer Aufgabenvielfalt kaum ins Detail gehen, sondern müssen sich um viele Warengruppen kümmern. Da bleibt zwangsläufig der eine oder andere Bereich auf der Strecke.

Spezialisierung ist also das Stichwort bei Eigenmarken. Kümmern Sie sich in solchen Fällen nur um Ihren eng abgegrenzten Themenbereich und versuchen Sie, die idealen Konditionen zu erreichen.

Hilfe! Finanzierung, Zahlungsverzug

Vereinbaren Sie mit dem Hersteller ein großzügiges Zahlungsziel. Sollte es hier zu Problemen kommen, weil die Handelskette nicht rechtzeitig zahlen möchte, können Sie einen Factor einschalten. Factoring-Firmen strecken praktisch den Betrag vor und behalten einige Prozente davon für ihre Bemühungen. Somit haben Sie sofort Ihr Geld und können Ihren Verpflichtungen gegenüber den Herstellern nachkommen. Vorsicht! Kalkulieren Sie streng Ihren Ertrag bei dieser Alternative

Die bessere Variante ist eine Finanzierung bei der Bank. Diese erkennt anhand der Verträge, dass es sich um ein lukratives Geschäft handelt, bei dem Sie mit Gewinn rechnen können und gewährt darauf einen kurzfristigen Kredit. Mit diesem Kredit tilgen Sie Ihre Verbindlichkeiten gegenüber dem Hersteller. Sobald die Zahlung der Handelskette eintritt, zahlen Sie den Kredit komplett in einer Summe zurück.

Kosten: Zinsen, Abschlussgebühren für den Kredit.

Achten Sie unbedingt darauf, dass Ihre Bank eine Vorabtilgung des Kredits ermöglicht. Falls sie sich nicht mit derartigen Geschäften auskennt, sollten Sie zu einer Handelsbank oder Industriebank gehen, wo man sich damit schon längerer Zeit beschäftigt.

Rechtsform für Ihr Unternehmen

Man agiert als Kaufmann / Importeur. Sobald Sie genügend Kapital für eine Kapitalgesellschaft bei der Hand haben, sollte Sie eine gründen, denn ein großes Problem des Einzelunternehmens ist die Haftung. Da Sie zum Teil wirklich mit großen Summen und Warenmengen handeln, kommen schnell große Verbindlichkeiten gegenüber den Herstellern zusammen. Wenn dann allerdings Zahlungsausfälle von Handelskonzernen folgen sollten, sind Sie als persönlich haftender Einzelunternehmer schlecht dran:

Sie haften wie schon erwähnt voll mit Ihrem Betriebsvermögen und mit Ihrem Privatvermögen. Das kann in solchen Fällen zum völligen Ruin führen, den Sie natürlich vermeiden möchten. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten können unabsehbare Folgen auf Sie zukommen, wenn vertraglich gesicherte Zahlungen einfach nicht eintreffen. Gründen Sie am besten eine GmbH, bringen Sie Sachkapital und Geld ein (mindesten 25.000 Euro). Mit dieser Summe haften Sie dann für Verbindlichkeiten des Unternehmens. Nur bei grober Fahrlässigkeit kommen Sie in die Geschäftsführerhaftung (Durchgriffshaftung).

Die GmbH genießt hierzulande ein gutes Ansehen. Sollten Sie keine 25. Euro 000 für die GmbH haben, können Sie auch eine ausländische Firma gründen, mit der Sie hier als unselbständige Niederlassung tätig sind. Allerdings müssen Sie sich dann auf Nachfragen vom Finanzamt gefasst machen.

Zur Information: Es ist durchaus legal, mit ausländischen Firmen in Deutschland zu arbeiten. Diese werden nur so behandelt wie ihr deutsches Pendant, d.h. Sie müssen auch mit Ihrer englischen Limited den gesetzlichen Ansprüchen einer GmbH Rechnung tragen. Es bietet sich natürlich ein Ausweg an: Sie werden von England aus tätig und unterhalten einen Firmensitz / Wohnsitz vor Ort. Dann können Sie frei in der EU und auch weltweit handeln. In diesem Fall haften Sie maximal mit etwa 200 Pfund, da bei einer englischen Ltd. praktisch kein Stammkapital einzubringen ist. Die Gründung ist übrigens auch sehr günstig zu bewerkstelligen.

Vorteil: Diese Firmen sind schnell gegründet und auch schnell wieder liquidiert.

Wenden Sie sich aber nur an fachkundige Personen / Firmen, wenn Sie derartige Lösungen anstreben. Der Verlag hilft Ihnen gerne weiter.

Was brauchen Sie?

Man agiert als Kaufmann, Handelsvermittler, Importeur. Letztendlich wird nur ein Telefon, Fax, Mobiltelefon, eine EDV-Anlage, evtl. ein Notebook benötigt.

Telefon, Fax wird sehr wahrscheinlich schon vorhanden sein. Der PC dürfte ebenfalls kein Problem sein und ein Handy bekommen Sie heutzutage überall zu günstigen Konditionen.

Ihre Kalkulationen und den Schriftverkehr können Sie mit der üblichen Office Software erledigen. Ein Buchhaltungsprogramm erleichtert die Buchführung, die später auch der Steuerberater übernehmen kann.

Zur Bewertung der Handelsverträge benötigen Sie die Unterstützung eines versierten Fachanwaltes (Handelsrecht). Lassen Sie sich über alle Einzelheiten aufklären, bevor Sie unterschreiben!

Der Aufbau von Kontakten

Sehr wichtig sind regelmäßige Kontakte, Besuche bei den Einkäufern der Handelsketten, um über neueste Trends und Anforderungen informiert zu bleiben. So

mancher Lieferant hat von diesen Leuten schon wertvolle Tipps erhalten, welche Produkte gerade gesucht sind. Gleichzeitig baut man ein persönliches Verhältnis zu den Personen auf, das auch nach einer Tätigkeit für eine Handelsfirma nicht enden sollte, denn manchmal wechseln Einkäufer die Stelle und tauchen im Stab einer anderen Kette wieder auf. Durch zuvor aufgebaute Beziehungen hat man dann einen „guten Draht“ in die Firma. Gehen Sie systematisch vor und erkunden Sie von Zeit zu Zeit, wer an verantwortlicher Stelle arbeitet. Telefonieren Sie mit den Personen und bieten Sie den Leuten Ihre Dienste an. Das Personal wechselt von Zeit zu Zeit. Bleiben Sie also immer am Ball und knüpfen Sie neue Kontakte.

Handelsketten - Kontakte:

Plus Warenhandelsgesellschaft mbH

Wissollstr. 5-43
45478 Mülheim
www.plus.de

Plus Online Shop

Hansestr. 2
37574 Einbeck
Tel. 01805-514000
Fax 01805-151592

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG

Rötelstr. 30
74167 Neckarsulm
Tel. 0800-4353361
www.lidl.de

Norma

Nürnberg
www.norma-online.de

Tengelmann Warenhandelsgesellschaft KG

Wissollstr. 5-43
45478 Mülheim
Tel. 0208-58060
Fax 0208-58066401
www.tengelmann.de

Aldi Süd

Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG
Burgstr. 37
45476 Mülheim
www.aldi-sued.de

Aldi Nord

Aldi Einkauf GmbH & Co. OHG
Eckenbergstr. 16
45307 Essen
www.aldi-essen.de

Rewe / Minimal

Rewe Deutscher Supermarkt KG auf Aktie
Kurt-Hebach-Str. 5
55252 Mainz
Tel. 06134-71820
Fax 06134-718240
www.rewe.de

Penny Markt GmbH

50603 Köln
Tel. 0180-3331010
Fax 0221-1499140
www.penny.de

HL Markt Warenhandels-gesellschaft (Rewe Gruppe)

Kurt-Hebach-Str. 5
55252 Mainz
Tel. 0221-1490
Fax 0221-1499000
www.hl-markt.de

Real SB Warenhaus GmbH

Reyerhütte 51
41065 Mönchengladbach
Tel. 02161-403-0
Fax 02161-403-406
www.real.de

Kaiser's Tengelmann AG

Lichtenberg 44
41747 Viersen
Tel. 02162-1050
Fax 02162-33499
www.kaisers.de

DM Drogeriemarkt GmbH & Co. KG

Carl-Metz-Str. 1
76185 Karlsruhe
Tel. 0721-55920
Fax 0721-552213
www.dm-drogeriemarkt.de

Schlecker

Im Schleckerland
89579 Ehingen
Tel. 0800-5577555
Fax 0800-207755
www.schlecker.com

Galeria Kaufhof

Bonnstr. 41-45
50226 Frechen
Tel. 01805-172517
Fax 01805-173517
www.galeria-kaufhof.de

Kaufland Stiftung & Co. KG

Rötelstr. 35
74172 Neckarsulm
Tel. 07132-9400
Fax 07132-944200
www.kaufland.de

Startkapital

Am Anfang brauchen Sie einen PC mit passender Software (Office Programme) plus Drucker für die Verwaltung, Telefon, Fax, ein Mobiltelefon sowie einen PKW. Das Auto, das Telefon plus Handy und der PC dürften in vielen Haushalten schon vorhanden sein. Mit einem Startkapital von 2.000-3.000 Euro kommt der Gründer locker aus.

Verdienst

Ihr Verdienst hängt stets von der zu erzielenden Gewinnspanne ab. Ihr Ziel sollte immer der günstige Einkauf sein. Nur bei sehr vorteilhaften Konditionen ihrer Hersteller können Sie den Einkäufern ein gutes Angebot machen. Generelle Angaben über den Verdienst sind in diesem Rahmen nicht zu machen, denn die erzielbaren Resultate unterscheiden sich je nach Produkt und Handelskette dramatisch.

Ihr Ziel lässt sich einfach auf einen Nenner bringen: Günstig einkaufen und mit Gewinn verkaufen. Die Spanne zwischen dem Einkaufs und Verkaufspreis abzüglich Kosten, Steuern und Abgaben ist Ihr Verdienst.

Werbung

Bei dieser Tätigkeit brauchen Sie keine Werbung im eigentlichen Sinne, sondern pflegen in erster Linie Kontakte mit Ihren Geschäftspartnern. Diese sollten allerdings regelmäßig informiert werden. Schicken Sie jedoch keine simplen Werbeschreiben oder ähnliches. Der Erfolg hängt in großem Maß von dem persönlichen Kontakt ab. Das Gespräch vor Ort oder auch am Telefon ist Ihr Instrument zum Durchsetzen eigener Interessen. Konzentrieren Sie sich auf diese Kontakte, deren Pflege und Aufbau.

Die Selbstständigkeit

Sie agieren gewerblich auf eigene Rechnung und eigenes Risiko, d.h. für Aufträge und ein entsprechendes Auskommen ist man immer selbst verantwortlich. Dies erfordert nicht nur ein gewisses Selbstbewusstsein, sondern auch die Fähigkeit, eigene Kompetenzen sowie Erfahrungen in Verbindung mit passenden Produkten bzw. Dienstleistungen verkaufen zu können.

Entwicklungsmöglichkeiten

Es gilt, nicht nur das Inland im Auge zu behalten. Vor allem große Handelskonzerne bestücken Filialen auch im Ausland. Folge: Die abzusetzende Stückzahlen erhöhen sich um ein Vielfaches, wenn die Artikel nicht auf ein Land ausgerichtet sind.

Unser obiges Beispiel (Lineale für den Schulanfang) lässt z.B. auch auf das europäische Ausland (außer England)) übertragen. Damit dürften anstatt der 200.000 Stück schnell die doppelte oder dreifache Menge abzusetzen sein. Berücksichtigen Sie solche Sachverhalte bei Ihrer Produktsuche.

Der nächste Schritt führt zum hauptberuflichen Importeur von Waren bzw. Generalimporteur für Deutschland oder Handelsrepräsentant für ausländische Hersteller.

Wenn Sie mit verschiedenen Herstellern gute Geschäfte machen, diesen Firmen zu ordentlichen Umsätzen verhelfen, wird man eventuell mit der Bitte auf Sie zukommen, eine Repräsentanz in unserem Land aufzubauen. Dies kann sehr lukrativ sein, denn alle Güter, die von nun an von dem Hersteller hier verkauft werden, gehen über Ihr Büro. Sie verdienen praktisch bei jedem Handel eine Provision. Allerdings sind dann auch Lagerkapazitäten und eine Betreuung der Kunden notwendig. Das bedeutet konkret: Investitionen im Bereich von mehreren Hunderttausend Euro. Solche Risiken sollten Sie sich gut überlegen. Vorteilhaft sind Unterstützungen der Firmen beim Aufbau der Repräsentanz.

Geld verdienen mit einer Seniorenvermittlung

Rentner und Pensionäre als Zielgruppe für zukünftige Geschäfte:

Die Seniorenvermittlung auf hohem Niveau mit einem Club – eine Chance für versierte Organisationstalente.

Das Alter - Vorteile und Tücken

Was können wir bei vielen älteren Menschen beobachten? Freude? Gute Stimmung? Das wäre natürlich wünschenswert. Natürlich gibt es einige frohe Alte unter uns, welche ihren Lebensabend in vollen Zügen genießen. Solche Personen findet man im Winter auf den Kanaren, im Sommer auf Sylt. Das sind jedoch Ausnahmen. Die große Mehrheit lebt eindeutig anders.

Leider schauen viele ältere Mitbürger recht griesgrämig in die Landschaft. Zum einen liegt dies bestimmt an gesundheitlichen Beschwerden, welche nun einmal im Alter verstärkt auftreten. Der andere Grund dürfte jedem einleuchtend sein:

Einsamkeit

Man wird nicht mehr gebraucht, erwartet vielleicht, dass andere auf den älteren erfahrenen Kollegen zukommen und um Rat fragen. Solche Erwartungen werden immer enttäuscht. Wir alle sind ersetzbar und haben ein zeitlich sehr beschränktes „Engagement“ auf dieser Erde. Dies erfahren immer mehr Rentner, wenn der letzte Arbeitstag vorbei ist.

Oft stirbt dann auch noch der Partner und man sitzt einsam in seiner Wohnung, weiß nicht mehr, was man mit sich und seiner Zeit noch anfangen soll, oder der Partner hat sich scheiden lassen, geht plötzlich andere Wege. Erstaunlich: Hauptsächlich ältere Frauen wollen noch einmal etwas Neues erleben und trennen sich auch im fortgeschrittenen Alter von ihrem Ehemann.

Vor allem Männer kommen mit solchen Situationen kaum klar. Der Mensch ist ein „Gewohnheitstier“: Jegliche Form von Veränderung gleich welcher Richtung wird zunächst als schlimm empfunden. Je älter wir werden, desto schwerer fallen Veränderungen. Wir ziehen nicht mehr um, leisten uns keine neuen Hobbys, gehen kaum mehr aus...

Kennen Sie den Rentnerschock?

Diese Erscheinung trifft vorher vielbeschäftigte Angestellte oder Selbstständige, die zuvor ein erfülltes Leben geführt - und nun auf einen Schlag nichts mehr zu tun haben.

Solche Phänomene führen zur gesellschaftlichen Isolation, d.h. man wird plötzlich aus seiner Umgebung gerissen und muss nun mit einer völlig veränderten Situation fertig werden.

Die neue Seniorengeneration

Ein Wechsel bei den Senioren ist auszumachen: Nicht die abgearbeiteten Alten mit krummem Rücken sind in der Mehrzahl, sondern die medizinisch gut betreuten „Abenteuer-Rentner“ sind auf dem Vormarsch. Selbstverständlich möchte ich hier keine Regel postulieren, aber dieser Trend lässt sich nicht leugnen.

Gründe:

- Wir müssen immer weniger körperlich hart arbeiten. Deshalb bleibt der Bewegungsapparat vielfach bis ins hohe Alter noch funktionsfähig.

- Falls keine schweren Krankheiten dazwischen kommen, gelingt es immer mehr älteren Bürgern, ein aktives Leben zu führen und sich in das gesellschaftlichen Leben einzubringen.
- Die medizinische Betreuung ist im Vergleich zu früheren Zeiten vorbildlich. Ältere Menschen brauchen und erhalten wertvolle Medikamente, die ein lebenswertes Dasein bis zum Ende gewährleisten.
- Noch nie zuvor gab es so viele Entfaltungsmöglichkeiten wie heute. Ältere Bürger haben alle Chancen, sich aktiv nach Wunsch zu beteiligen (Soziales, Technik, Politik, Wirtschaft).
- Die ältere Generation verfügt über rund 70% des gesamten Vermögens aller Einwohner unseres Landes. Durch eine lange (erstrebenswerte) Periode des Friedens konnten bleibende Werte erschaffen werden. Ohne Zweifel verfügen ältere Mitbürger über ein großes finanzielles Potenzial, das es zu nutzen gilt.

Dies alles versetzt die neue ältere Generation in die Lage, sich Güter, Dienstleistungen variabler Art leisten zu können. Bisher sind unternehmerische Aktivitäten in dieser Richtung nur nicht mit genügend Fantasie ausgearbeitet worden. Noch trauen sich viele engagierte Persönlichkeiten nicht, diesen Markt in Angriff zu nehmen, weil man zugeben auch mit einer gewissen Portion Feingefühl agieren muss. Mit Schlagworten und marktschreierischer Werbung wie bei einem jugendlichem Publikum kommt man bestimmt nicht weit.

Ihre Chance: Die exklusive Seniorenvermittlung

Unzweifelhaft ist Niveau bei vielen Senioren erwünscht. Ab einem gewissen Alter möchte man sich eher mit Personen der gleichen „Wellenlänge“ befassen.

Aufgrund der längeren Lebensdauer und aktiveren Lebensgestaltung sowie der finanziellen Möglichkeiten sind Senioren die ideale Zielgruppe für eine seriöse, sensible Partnerzusammenführung. Dies könnte z.B. im Rahmen eines Clubmodells geschehen, d.h. die Senioren werden in einem exklusiven Partnerclub Mitglied, der ab und zu Veranstaltungen durchführt, Dienstleistungen anbieten kann und auch sonst im Leben Hilfestellung leistet.

Damit wäre auch gewährleistet, dass nur Gleichgesinnte zusammenkommen.

Die Mitgliedschaft sollte schon für Personen ab 45 Jahren möglich sein, denn der rüstige 60-Jährige freut sich bestimmt über jüngere Gesellschaft. Genauso sieht dies bei der attraktiven 55-Jährigen aus. Auch mit 70 zieht so mancher Mann noch jüngere Frauen an, was verschiedene Gründe haben kann.

Ein wichtiger Punkt: Die Exklusivität

Durch einen Mitgliedsbeitrag in entsprechender Höhe und niveauvolles Ambiente bei den Veranstaltungen können Sie sicherstellen, dass die Ansprüche Ihrer Klientel erfüllt werden.

Welche Aktivitäten sind möglich?

- Tanzveranstaltungen in gepflegtem Rahmen
- Vorträge, Diskussionen zu bestimmten Themen mit Fachreferenten
- Evtl. sportliche Aktivitäten (Golf, Wandern, Walking)
- Reisen in Gemeinschaft
- Besuche kultureller Veranstaltungen

Ziel: Aktivität in der Gemeinschaft von Gleichgesinnten. Innerhalb kurzer Zeit finden sich Pärchen, Personen, die sich einfach gut verstehen, miteinander sprechen

können, eventuell gemeinsam weitergehen möchten. Alles Weitere liegt nicht mehr in den Händen des Gründers.

Dieser muss nur bei den Aktivitäten für eine angenehme Atmosphäre sorgen, interessante Leute einladen, die das Ereignis bereichern. Es muss dabei nicht zur Ehevermittlung kommen. Vielmehr sind viele ältere Leute nur an angenehmen Bekanntschaften interessiert, mit denen man sich die Zeit vertreiben kann, die das eigene Leben wieder lebenswert machen und sich nicht anhänglich zeigen. Eine gewisse Unverbindlichkeit ist im Alter durchaus gewünscht. Die Wenigsten möchten sich vollständig auf einen neuen Partner einstellen, aber sind einer neuen Freundschaft gegenüber nicht abgeneigt.

Machen Sie also zuerst klar, dass im Club niemand zu etwas gezwungen oder in Schemen gepresst wird. Jeder kann sich frei verhalten - entfalten, ist zu nichts verpflichtet.

Der Club dient lediglich dem Aufbau von Freundschaften, Kontakten, der Herstellung von „gesunden“ sozialen Verbindungen zu Menschen, die ebenfalls Gemeinschaft in lockerer Atmosphäre haben möchten.

Sie als Gründer organisieren die Verwaltung, Aktivitäten und bezahlen aus den Beiträgen für die Clubmitgliedschaften Veranstaltungen, sorgen für Benachrichtigungen der Mitglieder etc.

Dies können Sie kommerziell oder auch in einem Verein arrangieren. Ein kommerziell ausgelegter Club hat den Vorteil, dass hinsichtlich Ihrer Aufwandsentschädigung nicht beschränkt sind. Sie agieren offiziell als Seniorenclub und melden hierfür ein Gewerbe an.

Alternativ: Eintrag ins Vereinsregister mit ein paar ersten Mitgliedern.

Formen der Werbung

Für den Club müssen Sie Werbung machen, damit interessierte Personen auf Ihren Service aufmerksam werden. Ohne die Kosten aus dem Ruder laufen zu lassen funktioniert dies auch:

Der Club soll eher klein, aber fein bleiben. Es müssen sich die richtigen Mitglieder einfinden, um das Qualitätsniveau halten zu können. Werben Sie also z.B. in Bildungseinrichtungen (Abendschulen, Volkshochschulen). Sie können etwa selbst Kurse anbieten und Ihre älteren Kunden auf den Club ansprechen. Oft entdecken gerade Senioren noch Bildungswünsche, wenn diese aus dem Beruf ausgeschieden sind. Solche Ambitionen sollten Sie für eigene Zwecke nutzen.

Ein wichtiger Punkt:

Mitglieder werben Mitglieder! Durch Mundpropaganda erhalten Sie stets passende Kunden, denn die Mitglieder geben sich oft mit ihresgleichen ab und sprechen andere Menschen auf den Club an, weil man selbst als Mitglied ja zum Niveau beitragen möchte und dies von den anderen Mitgliedern auch erwartet. Auf diese Weise kommen mit der Zeit immer mehr Senioren mit dem Club in Berührung und man kann die Aktivitäten ausbauen. Damit die Mitglieder dabei bleiben, ist die Qualität aller Veranstaltungen sehr wichtig.

Unterlassen Sie aggressive Werbung mit Schlagwörtern. Gehen Sie eher „leise“ vor und bestätigen Sie den Eindruck, dass es sich beim Club um eine elitäre Gemeinschaft handelt, in der nicht jeder Platz findet.

Die Mitgliedschaft

Damit Sie mit dem Club ordentlich Geld verdienen können, muss ein Mitgliedsbeitrag erhoben werden. Dieser Beitrag soll den Mitgliedern deutlich machen, dass Sie sich mit Gleichgesinnten zusammenschließen, um Kontakte zu fördern und gemeinschaftliche Aktivitäten in Angriff nehmen zu können. Das „Image“ des Clubs fängt beim Beitrag schon an zu wirken. Deshalb darf dieser Beitrag nicht zu niedrig angesetzt werden.

250 Euro pro Jahr halte ich für durchaus vertretbar. Vermögende Rentner, Pensionäre können sich diese Summe ohne Zweifel leisten. Natürlich erhalten diese Leute dann auch Gegenleistungen für ihr Geld in Form von organisierten Veranstaltungen, Zusammenkünften, Beratungen, Referate, Gesundheitstipps von Fachreferenten etc.

In einer größeren Stadt mit entsprechendem Einzugsgebiet müsste der Gründer ohne Probleme im Laufe der Zeit 500 Personen für den Club gewinnen können. Vorteil: die Entwicklung der Bevölkerung kommt dem Gründer entgegen, weil ältere Mitbürger sozusagen die Mehrheit sein werden. Eine Folge dieser Entwicklung ist auch, dass immer weniger jüngere Menschen sich um das Wohl der Älteren kümmern können. Die Organisation in Gemeinschaften wird also wichtig für viele Senioren.

Nun wieder zu unserem Beispiel: 500 Personen zahlen 250 Euro im Jahr. Das ergibt Einnahmen von 125.000 Euro pro Jahr. Abzüglich der Mehrwertsteuer kommen wir auf 105.000 Euro. Gut die Hälfte dieses Betrages sollte Ihnen als Gründer am Jahresende zur Verfügung stehen. Wie gelingt dies? Nun, die 500 Mitglieder sind zunächst auch für andere Firmen, Personen, Freiberufler eine sehr interessante Zielgruppe. Finanziell potente ältere Leute sind interessant für Vermögensberater, Steuerberater, Ärzte, Heilpraktiker, Reisebüros, Künstler und viele andere auch. Warum?

Die Mitglieder repräsentieren eine große Kaufkraft, die es zu nutzen gilt. Der Gründer kann solche Berufsgruppen in seine Strategie einbinden, indem er mit den externen Spezialisten Veranstaltungen organisiert.

Beispiel 1.:

In Zusammenarbeit mit einer seriösen Vermögensberatung und dem Steuerberater referieren Sie etwa bei einer Zusammenkunft über Strategien, Geld gut anzulegen und dabei steuerlich vorteilhaft vorzugehen.

Beispiel 2.:

Ein guter Arzt teilt bei einem Vortrag seine Erkenntnisse Ihren Mitgliedern mit. Ob diese dann den Arzt wechseln, bleibt den Mitgliedern überlassen. Die Leute sind selbst entscheidungsfähig und sollten von Ihrer Seite nicht beeinflusst werden. Sie erweitern nur mit Hilfe von Spezialisten deren „Horizont“.

Beispiel 3.:

Sie organisieren eine Vernissage mit talentierten Künstlern. Selbstverständlich bietet sich dabei die Gelegenheit, Bilder oder andere Kunstwerke käuflich zu erwerben.

Beispiel 4.:

In Zusammenarbeit mit einem versierten EDV-Händler werden Internet Einführungskurse / Vorträge angeboten. Es ist sehr wahrscheinlich, dass die Mitglieder sich dann an eben diesen Händler wenden, um komplette Systeme zu kaufen.

In all diesen Fällen kommen die externen Spezialisten und leisten zunächst gratis Arbeit. Gratis? Ja, aber sicher! Der Gründer bietet den Leuten ja reichhaltig Potenzial für zukünftige Geschäfte an. Durch die Vorstellung bei Vorträgen oder Ausstellungen kommen die Anbieter in die angenehme Lage, den Senioren ihre Dienste ausführlich darstellen zu können. Es handelt sich hierbei um die beste Form von Werbung bei einer sehr lukrativen Zielgruppe. Sobald Sie dies den Spezialisten klar machen, werden diese auch ohne Honorar in der Hoffnung auf zukünftige Abschlüsse agieren, was Ihnen natürlich entgegenkommt, denn Sie haben schon wieder eine Veranstaltung zu geringen Kosten organisiert. Sie können sogar noch Provisionen von Geschäften mit Ihren Mitgliedern fordern (z.B. beim Produktkauf).

Lediglich bei reinen Entertainment-Veranstaltungen (Tanzabend) entstehen für den Club wirklich Kosten (Musiker, Saalmiete). Die Verpflegung überlassen Sie Catering-Spezialisten, die für sich gesondert abrechnen.

Reisen

Sie können mit dem Club im Rücken bei jedem Reiseveranstalter Rabatte erzielen. Fragen Sie einfach per E-Mail oder Fax bei den Mitgliedern nach, ob an einer gewissen Reise Interesse besteht.

Mit dem bekundeten Interesse gehen Sie dann zu den Veranstaltern oder Reisebüros um zu verhandeln. So kommen Ihre Mitglieder zu deutlich reduzierten Kosten an Ihre Reisen. Das spricht sich natürlich schnell herum und sorgt für neuen Zulauf, neue Mitgliedschaften.

Das Spektrum der Reisen / möglichen Ziele ist groß:

- Bildungsreisen
- Städtereisen
- Kreuzfahrten
- Geführte Expeditionen im kleineren Umfang
- Gemeinsame Autoreisen, Fahrten
- Organisierte Busreisen

Senioren haben gewöhnlich viel Zeit für Reisen, da der sonst übliche Broterwerb nicht mehr notwendig ist. Die Leute können ihr Leben an unterschiedlichen Orten verbringen, wenn es die persönlichen Finanzen zulassen. Gerüchte über abenteuerlustige Rentner, die im Sommer an der Nordsee und im Winter auf Mallorca leben sind durchaus wahr. Es gibt diese wohlhabende Schicht der älteren Mitbürger, welche zumeist auch durch ein ordentliches Erbe noch begünstigt wurden.

Warum sollten Sie vor allem auf „gut betuchte“ Senioren ihre Aktivitäten ausrichten?

Schon heute zeigt sich, dass ältere Bürger über relativ viel Geld verfügen können. Dieses Geld wird aber selten in den sonst üblichen Konsum gesteckt, weil man eben in einem gewissen Alter schon alles hat, nicht mehr den neuesten Trends nachhängt und seine Gewohnheiten ausgebildet hat. Niemand braucht mehr Einrichtungsgegenstände oder besondere technische Innovationen, Haushaltgeräte etc. Während junge Familien solche Güter anschaffen müssen, liegt der Focus älterer Generationen eher auf der Lebensgestaltung. Geld wird für Reisen, Freizeitaktivitäten ausgegeben. Das Budget für die Lebenshaltung im engeren Sinne sinkt eher (im Alter braucht man weniger zu essen und trinkt in Maßen). Auch sonstige Ausgaben (z.B. für Kleidung) verlieren an Bedeutung. Dieses Geld steht jedoch für Aktivitäten in der Gemeinschaft zur Verfügung. Viele ältere Menschen

möchten einfach noch etwas erleben, mit Freunden eine angenehme Zeit verbringen. Durch Einkommen aus anderen Quellen (z.B. Vermietung von Immobilien, Wertpapiere), können einige Senioren über hohe Summen verfügen, die jedoch kaum verbraucht werden. Ich kenne selbst z.B. Witwen mit eigener Rente, einer Pension des verstorbenen Ehemannes und Einkünften aus einer oder mehreren vermieteten Wohnungen. Jeden Monat sammelt sich bei diesen Leuten viel Geld an, das nur auf Sie wartet! Trotz des Geldes haben die Personen nämlich Bedürfnisse, die nicht mit Geld zu kaufen sind. Hier müssen Sie ansetzen und den Leuten mit dem Club ein Konzept zur Verbesserung ihres eigenen Lebens anbieten. Das Verhältnis zu materiellen Dingen verliert an Bedeutung. Leben im eigentlichen Sinne, morgens gesund aufstehen und persönliches Glück sind wichtig.

Glück entsteht oft in der Gemeinschaft Gleichgesinnter, bei gemeinsamen Erlebnissen, in fröhlicher Runde, wenn man die eigenen Sorgen beiseite legen kann! Genau in diese Lücke stoßen Sie mit Ihrem neuen exklusiven Club für Senioren. Sie bieten Freizeitwert, Gemeinschaft, Bildung, Betreuung, kleine Abenteuer und als wichtigsten Bestandteil die ungezwungene Möglichkeit zu neuen Kontakten, Gesprächen mit Entwicklungsmöglichkeiten. Es handelt sich um einen idealen Mix der Bedürfnisse älterer Mitbürger. Dabei macht es natürlich keinen Sinn, den Kleinstrentner anzusprechen, der sich solche Aktivitäten nicht leisten kann. Sie möchten doch Geld verdienen, oder? Das funktioniert nur mit Personen, welche diese Summen auch zur Verfügung stellen können und gerne für entsprechende Chancen, Aktivitäten ausgeben.

Ideale Zielgruppe: Pensionäre, Witwen mit guten Pensionen, Rentner mit Zusatzeinkommen (z.B. aus Immobilienvermögen), Freiberufler, Unternehmer im fortgeschrittenen Alter. Wenn es gelingt, die Ansprüche dieser Gruppen zu befriedigen, haben Sie eine treue Kundschaft beisammen, die immer wieder brav einen Mitgliedsbeitrag leistet.

Was braucht der Gründer?

- I. Eine EDV Anlage plus geeignete Software für die Verwaltung des Clubs (gängige Office Programme reichen völlig aus)
- II. Internet Anschluss
- III. Telefon, Fax, Handy
- IV. Organisationstalent
- V. Überzeugungskraft und menschliche Erfahrung im Umgang mit älteren Mitbürgern
- VI. Ein Startkapital von etwa 2.000 Euro (für Werbung)

Was ist zu tun:

- Stetiger Aufbau des Clubs
- Gewinnung von neuen Mitgliedern
- Zusammenarbeit mit externen Spezialisten (Sprechen Sie Steuerberater, Ärzte, Vermögensberater, Vertreter von Heilberufen etc. an)
- Organisation von unterschiedlichen Veranstaltungen für die Mitglieder
- Organisation optimieren
- Verwaltung erledigen

Alte Menschen drehen noch einmal gehörig auf

Das gilt auch für gebildete Personen jeglicher Herkunft. Die Zeiten, in denen ältere Menschen nur am Ofen sitzen und stricken oder Kreuzworträtsel lösen, sind vorbei!

Der Club dient dabei als nur als Kontaktstation, Mittel zum Zweck. Die Mitglieder finden sich schon von allein. Sie bilden sozusagen das Umfeld, ohne zu stark in den Prozess einzugreifen. Gerade diese Eigenschaften einer Gemeinschaft sind gesucht: Diskretion, Zurückhaltung, optimale Beratung, Unterstützung. Es sollte eine ungezwungene lockere Atmosphäre herrschen, wobei die Vermittlung von Partnerschaften nicht im Vordergrund steht.

Manche Mitglieder werden den Gründer auch zuhause anrufen, um Rat fragen. Bleiben Sie stets freundlich, kooperativ und helfen Sie „Ihren“ Leuten möglichst in allen Lebenslagen. Schon ein paar nette Worte können eine große Wirkung haben. Besuchen Sie einsame Mitglieder gelegentlich. Zeigen Sie den Leuten, dass diese Ihnen wichtig sind, was sich immer positiv für Sie und Ihre Idee auswirkt.

Fakten, die auch Senioren in ihrem Verhalten beeinflussen:

72 Prozent der Deutschen halten die Ehe noch für zeitgemäß

Fremdgehen ist kein Privileg der Prominenz. Fast jeder zweite Normalbürger betrügt seinen Partner. Nach Schätzungen der Hamburger Gesellschaft für Erfahrungswissenschaftliche Sozialforschung (Gewis) haben zurzeit 42 Prozent der Frauen und 46 Prozent der Männer zwischen 25 und 60 Jahren eine Affäre außerhalb ihrer festen Beziehung. 1,2 Millionen Männer landen täglich im Bett einer Prostituierten. Mindestens jedes dritte Paar lässt sich scheiden. Gilt Treue nichts mehr? Dabei sehnen sich alle nach dauerhafter Liebe.

Nur sieben Prozent aller Deutschen, neun Prozent der Männer und sechs Prozent der Frauen, würden eine einseitige parallele Beziehung ihres Partners tolerieren. Das hat eine aktuelle repräsentative Umfrage der Zeitschrift Marie Claire ergeben (Forsa-Institut, 1.000 Befragte). Frauen wollen mehr Treue, Männer mehr Freiheit. Acht Prozent der Frauen, aber 16 Prozent der Männer können sich vorstellen, offiziell zwei Partner gleichzeitig zu haben. 10 Prozent der Frauen und 19 Prozent der Männer würden sich auch mit einer offenen Beziehung arrangieren, also Seitensprünge ihres Partners tolerieren und selbst welche haben.

Die Ehe an sich halten Frauen wie Männer gleichermaßen noch für zeitgemäß: Für 72 Prozent ist sie die ideale Form der Beziehung. Eine zeitweise Trennung ist für fast jeden Dritten aber nicht undenkbar: 29 Prozent der Frauen und 30 Prozent der Männer können sich vorstellen, verheiratet zu sein, aber in getrennten Wohnungen zu leben. Eine feste und harmonische Beziehung ohne Sex würden 30 Prozent der Frauen und 20 Prozent der Männer akzeptieren.

Liebes-Trend: Frauen wollen jüngere Männer

Immer mehr Frauen entscheiden sich für einen jüngeren Partner. Denn die sind spontaner und offener. Das macht sie zu idealen Begleitern für Frauen, die eingefahrene Gleise verlassen möchten. Noch ein guter Grund: Jüngere bringen weniger "Altlasten" aus früheren Beziehungen mit. Auch in sexueller Hinsicht sind jüngere Partner sehr attraktiv. Denn: Männer erreichen Mitte zwanzig den Gipfel ihrer Potenz, viele Frauen genießen ihre Lust und Sexualität erst ab Mitte dreißig. Zudem sind jüngere Partner noch nicht so abgeklärt und können auch langweiligen Pflichtterminen etwas abgewinnen. Die jugendliche Frische des Lovers färbt oft auch

auf die Partnerin ab. Böse Zungen sprechen sogar von einer gewissen "Anti-Aging-Droge".

Die Zeitschrift FÜR SIE nimmt in ihrer Ausgabe 23/02 den aktuellen Liebes-Trend unter die Lupe. "Gesellschaftliche Tabus sind gefallen, Frauen verlieben sich jetzt auch außerhalb der Glamourwelt in jüngere Partner", so erklärt die Münchner Psychologin Dr. Anna Schoch das Phänomen. Denen mache der Erfahrungsvorsprung ihrer älteren Freundinnen keineswegs Angst, sondern Spaß.

Prominente haben es vorgemacht: So angelte sich Pop-Diva Madonna (44) den zehn Jahre jüngeren Guy Ritchie, TV-Moderatorin Birgit Schrowange (44) liebt ihren Kollegen Markus Lanz (33), und Desirée Nosbuch (37) turtelt mit dem 31-jährigen Orange-Blue-Sänger Volcan Baydar.

Und last but not least spricht auch die Statistik für die Wahl eines jüngeren Partners: Unter den 20-bis 29-Jährigen gibt es noch 4 Millionen Ledige, bei den 30- bis 40-Jährigen nur 2,7 Millionen. Soziologen der Universität Heidelberg haben festgestellt: Je älter eine Frau bei der Hochzeit ist, desto eher steht neben ihr ein jüngerer Mann vorm Traualtar.

Auch ältere Frauen haben diesen Trend erkannt und möchten sich mit jüngeren Männern zieren. So sieht man öfters die 55 – 60-Jährige mit dem 40-jährigen Mann. Das ist heutzutage absolut keine Ausnahme mehr. Die Gesellschaft wandelt sich in immer schnelleren Zügen.

Frauen leben ohnehin länger als Männer und möchten sich ihr Leben angenehm gestalten, was früher nicht in diesem Ausmaß möglich war. Heute besteht weitgehend Entscheidungsfreiheit, die auch genutzt wird. Noch nie gab es so viele Partnerwechsel, veränderte Konstellationen, neue Partnerwünsche...

Es ist nicht alles Gold was glänzt...

Mit folgenden Erscheinungen muss der zukünftige Existenzgründer im Bereich Senioren jedoch auch rechnen: Die Kunden sind in der Regel anspruchsvoll. Einzelne Kunden müssen zudem besonders berücksichtigt werden. Die folgenden Ausführungen sollten Sie verinnerlichen, wenn mit älteren Menschen arbeiten möchten.

Verhaltensauffälligkeiten – Vorsicht bei dementen Personen.

Verhaltensauffälligkeiten zeigen sich in ganz unterschiedlicher Form, von sozialem Rückzug, Depression, gestörtem Schlaf-Wach-Rhythmus mit nächtlichen Schlafstörungen und Umherirren, Unruhe, ziellosem Umherwandern, Misstrauen oder Feindseligkeit und Aggression mit lautem Schreien und Schimpfen bis hin zu Wahnvorstellungen und Halluzinationen.

Unkontrollierte emotionale Reaktionen richten sich oft auch gegen die eigenen Angehörigen. Veränderungen im Verhalten sollte man sehr sorgfältig beobachten, denn sie sind oft Frühwarnzeichen einer Demenz-Erkrankung, lange bevor die ersten Ausfälle der geistigen Leistungsfähigkeit, der so genannten kognitiven Einbußen, zu Tage treten.

Oft sind die Angehörigen vollkommen schockiert von der Art und Weise, wie sich das Verhalten ihres Partners, ihrer Mutter oder ihres Vaters scheinbar plötzlich verändert. Sie vermuten böse Absichten und verstehen nicht, dass diese Veränderungen Ergebnis einer Gehirnerkrankung sind. In ihren Augen wird der alte Mensch

zusehends absonderlicher. Viele Angehörige schieben das sich verändernde Verhalten auf das Alter des betroffenen Menschen, ohne zu wissen, dass es sich dabei um ein Krankheitsbild handelt.

Demenz

Bei der Demenz-Erkrankung gehen schleichend, über viele Jahre hinweg Nervenzellen in bestimmten Bereichen des Gehirns verloren. Betroffen sind vor allem die Regionen für Erinnerung, Antrieb und Gefühl. Bemerkbar macht sich die Erkrankung daher zunächst durch Gedächtnisstörungen, durch leichte Probleme mit der Sprache und bei der räumlichen Orientierung. Die Fachleute sprechen von kognitiven Störungen.

Die Nervenzellen des Gehirns tauschen ständig Informationen untereinander aus. In der Regel geschieht dies über elektrische Impulse, die wie in einem Stromkabel die Nervenfasern entlang wandern. Soll die Information von einer Nervenzelle auf eine andere weitergegeben werden, dann muss dieser elektrische Impuls in einen chemischen Botenstoff umgewandelt werden. Das geschieht an den so genannten Synapsen, kleinen Ausbuchtungen am Ende einer Nervenfasern.

Im Gehirn gibt es eine ganze Reihe von solchen Botenstoffen (der Fachbegriff lautet Neurotransmitter), die für unterschiedliche Aufgaben verantwortlich sind. Bei der Alzheimer-Erkrankung sind vor allem jene Nervenzellen betroffen, die für die Produktion des Botenstoffs "Acetylcholin" zuständig sind, einer der wichtigsten Überträgersubstanzen in unserem Zentralnervensystem. Acetylcholin ist maßgeblich für das Erinnern, das Denken, das Lernen und das räumliche Orientieren verantwortlich. Aus noch nicht bekannten Gründen lagert sich außerhalb der Acetylcholin-produzierenden Nervenzellen ein fadenförmiges Eiweiß ab, das Amyloid oder Plaque genannt wird. Auch innerhalb der Zellen kommt es zu Veränderungen, die den regulären Stofftransport behindern. Folge dieser Veränderungen ist, dass immer mehr der Acetylcholin-produzierenden Nervenzellen absterben. Im Gehirn entsteht dadurch ein Mangel an dem Botenstoff Acetylcholin, wodurch das geistige Leistungsvermögen beeinträchtigt wird. Je größer das Ausmaß dieses Mangels wird, umso stärker macht sich die Demenz bemerkbar.

Zu Beginn der Demenz-Erkrankung ist meist nur das Kurzzeitgedächtnis und das Lernvermögen beeinträchtigt. Im weiteren Verlauf wird dann auch das Langzeitgedächtnis mehr und mehr in Mitleidenschaft gezogen, alte Erinnerungen gehen verloren. Selbst in vertrauter Umgebung wird der Patient unsicher und orientierungslos, sein Sprachverständnis schwindet zunehmend. Die körperlichen Beschwerden nehmen zu, das Gehen fällt schwerer, die Gefahr von Stürzen wächst. Oft ist Hilfe zur Pflege der Patienten erforderlich.

Auch bei den Verhaltensänderungen spielen verschiedene Nerven-Botenstoffe, wie beispielsweise Serotonin und Dopamin, eine wichtige Rolle. Und ähnlich wie bei den kognitiven Störungen kann der entgleiste Gehirn-Stoffwechsel durch entsprechende Medikamente wieder in geordnetere Bahnen gelenkt werden.

Auswirkungen auf Geschäfte

Egal, welche Geschäfte Sie zukünftig mit älteren Mitbürgern in die Wege leiten möchten:

- VII. Sie müssen sichergehen, dass diese im vollen Besitz ihrer geistigen Kräfte sind, sonst sind Unterschriften, Zugeständnisse, Verträge, Abmachungen

unter Umständen nichtig. Sollten Sie also den Eindruck haben, dass krankhafte Veränderungen vorliegen, müssen Sie Angehörige zu Rate ziehen.

VIII. Lassen Sie sich mit Demenzkranken nicht auf Geschäfte ein. Diese Personen sind in einem Augenblick sehr klar, während in einer Stunde wieder alles anders sein kann und die Leute wissen nicht, was zuvor unterschrieben wurde. Vorsicht!

Kontakte:

Beispiele für Geschäftsmodelle im Bereich Senioren. Holen Sie sich von solchen Modellen Anregungen für eigene Lösungen in Ihrem Bereich.

www.seniorenwohl.de
(Online Shop speziell für Senioren)

www.feierabend.com
(Internet Community für reifere Menschen)

www.senioren-jobs.de
(Jobvermittlung für Senioren)

So verdienen Sie mit dem Verleih von Spielgeräten Geld

Spielen macht Spaß! Ob Jung oder Alt: alle stehen mit faszinierten Gesichtsausdrücken vor Spielgeräten aller Art. Wenn wir ehrlich sind, müssen wir zugeben, dass auch uns manchmal die Spielleidenschaft packt. Je besser die Automaten gefertigt sind, desto interessanter fallen auch die integrierten Spiele aus. Dabei kann Einfachheit sehr erfolgreich sein. Denken Sie nur an die bekannten Slot-Maschinen in den Kasinos.

Hunderttausende spielen für Geld mit diesen Geräten Tag für Tag. Ganze Familien ruinieren sich systematisch mit den Einsätzen. Wenn dann wieder eine Meldung um die Welt geistert, dass jemand den Jackpot geknackt hat, strömen die Menschen erneut in die Kasinos und Spielhallen. Die Hoffnung auf das große Glück stirbt niemals aus. Ein paar Nummern kleiner finden Sie dieses Phänomen auch in ganz normalen Lokalen, Bars, Pubs, wo vergnügte Spieler sich mit ähnlichen Automaten vergnügen.

Hinzu kommen noch andere Spielmöglichkeiten, die in der Freizeit gerne genutzt werden. Spontan fällt dem Leser eventuell der Billardtisch ein.

Ein emporstrebender Markt soll hier auch nicht vergessen werden: PC/Spiele. Eine ganze Industrie ist hier entstanden, die Jahr für Jahr gute Erträge ausweist. Gerade Kinder, Jugendliche und auch schon fast fanatische Erwachsene brauchen deshalb immer wieder neue Rechner mit riesigem Arbeitsspeicher, überdimensionierten Festplatten und jeweils den schnellsten Prozessoren plus Super Grafikkarten, weil die neuesten Spiele (anspruchsvolle 3D-Grafik etc.) eben nur mit optimaler neuester Hardware gut laufen. So trifft man in manchem Kinderzimmer auf High Tech vom Feinsten. Pure Verschwendung!

Fans kommen bei sogenannten LAN Partys zusammen, vernetzen ihre PCs und spielen gegeneinander (meistens brutale Ballerspiele, bei denen allerlei Gegner reihenweise „umgelegt“ werden). Diese Spiele sind auch bei Jugendlichen der Hit. Offiziell dürfen sie jedoch nicht als Käufer auftreten, da viele Spiele auf dem Index für jugendgefährdende Güter landen. Es versteht sich von selbst, dass dies systematisch umgangen wird. Dank CD-Brenner und Hacking-Software aus dem Internet ist vieles möglich... Die Jugendlichen sind durchaus erfinderisch: Tauschen ist „in“.

Neben den traditionellen Automaten können auch PCs eine Rolle in Ihrem zukünftigen Geschäft spielen. Genauso gut wie Sie z.B. Spielgeräte verleihen, können Sie auch Spiele-PCs mit den aktuellen Hits verleihen. Dazu später mehr...

Kennen Sie bevorzugte Spielgeräte? Gehen Sie einfach in Ihre Stammkneipe und schon fallen Ihnen diverse blinkende Automaten auf, in die Personen ihr sauer verdientes Geld stecken. Das ist jedoch noch lange nicht alles. Besonders beliebt sind Flipper, Autorennen, PC-Spiele auf größeren Automaten, Billard, Glücksspiel per Automat...

Schon immer waren die Menschen an Spielen interessiert. Automaten vereinfachen die Sache, so dass der Spieler allein, zu zweit oder mehreren spielen kann. Die Technik übt eine gewisse Faszination aus, steigert die Bereitschaft, viel Zeit an den Geräten zu verbringen und damit die Umsätze zu erhöhen. Eines dürfte klar sein: Jede Spielrunde erfordert den Einwurf von Münzen.

Was ist zu tun?

Als Automatenverleiher müssen Sie sich erst einmal eine Grundausrüstung zulegen. Ohne diese Grundausrüstung brauchen Sie gar nicht anzutreten, denn Kunden wollen ja auch eine gewisse Auswahl haben.

Sie brauchen:

- I. Einen vernünftigen Billardtisch mit Zubehör
- II. Zwei Flipperautomaten
- III. Drei Geldspielautomaten in unterschiedlicher Ausführung
- IV. Evtl. noch zwei interaktive Automaten mit beliebten Spielen

Weiterhin müssen Sie diese Automaten transportieren können. Dazu eignet sich am besten ein Kleinbus (Ford Transit, VW Bus) oder ein Kastenwagen.

Achtung: Kaufen Sie kein neues Fahrzeug, was viel zu teuer wäre. Suchen Sie stattdessen nach gebrauchten Alternativen. Gebrauchte Nutzfahrzeuge finden Sie auch im Internet. Bevor Sie nun zum Händler marschieren, sollten Sie sich im Web orientieren. Folgende Seiten eignen sich für diese Aufgabe:

www.mobile.de

www.faircar.de

www.autoboerse.de

www.autobild.de

www.adac.de

Nehmen Sie auf jeden Fall einen Diesel. Diese Fahrzeuge lassen sich sparsam bewegen und halten länger als Kleinbusse mit Benzinmotoren. Achten Sie außerdem darauf, dass Ihr Kleinbus als LKW zugelassen werden kann.

Warum?

Nun, bei LKWs unter 3,5 Tonnen und 2,8 Tonnen fällt die Kfz-Steuer wesentlich niedriger aus, als bei der PKW Zulassung von Diesel-Kleinbussen. Damit das Modell auch wirklich Ersparnisse bringt, sollten Sie allerdings vorher auch die Kosten für die Kfz-Versicherung ermitteln. Erst wenn alle Kosten bekannt sind, können Sie entscheiden, welche Alternative günstig für Sie ist.

Ihre Räumlichkeit

Ferner wäre eine beheizte Garage oder ähnliche Räumlichkeit zur Lagerung der Geräte nicht schlecht. Dieser Raum sollte nicht zu kalt, nicht zu warm, aber vor allem auch nicht zu feucht sein. Achten Sie auf trockene Luft und eine Temperatur von 14-25 Grad, so dass die Maschinen gut untergebracht sind. Unter keinen Umständen darf Feuchtigkeit eindringen, denn sonst fangen die Geräte an zu rosten und werden sehr anfällig.

Geld regiert die Welt: Sie benötigen für den Anfang Kapital

Bei diesem Geschäftsmodell brauchen Sie ein gewisses Startkapital (10.000 Euro sollten es schon sein. Hinzu kommt noch der Wagen...). Sie können sich bestimmt vorstellen, dass derartige Automaten komplexe Maschinen sind, deren Fertigung schon nicht „billig“ ist. Zudem kommt noch die Tatsache, dass die Stückzahlen nicht mit einer Massenproduktion zu vergleichen sind, d.h. die Kosten pro Exemplar fallen höher aus. Dieser Aufwand wird auf die Kunden umgelegt. Erwarten Sie bei neuen Geräten also keine Discount Preise!

Denken Sie auch an Finanzierungsalternativen wie etwa Leasing. Automaten lassen sich leasen!

Der nebenberufliche Einstieg

Ein nebenberuflicher Start ist in diesem Fall sehr gut möglich. Man kann sich langsam einarbeiten und auch erkunden, ob die Umgebung genügend Umsatzpotenzial für eine solche Tätigkeit bietet. Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Alle Gründer müssen lernen und mit der Zeit Erfahrungen sammeln. Das sollte Sie am besten nebenberuflich tun. Weihen Sie aber Ihren Arbeitgeber in Ihre Pläne ein, sonst kann es zu Schwierigkeiten kommen.

Vorteil:

- Kein Druck durch Umsatzzwang
- Langsamer Einstieg mit „Sicherheitsnetz“ ist möglich
- Bei ungenügendem Potenzial in der eigenen Region kann man nebenberuflich weiterarbeiten und hat nichts riskiert

Verdienst

Über den Verdienst lässt sich eigentlich nur spekulieren. Je mehr Referenzen und Erfolgsberichte vorliegen, desto höher können die Honorarforderungen angesetzt werden. Anfänger sollten sich auf jeden Fall mit eher bescheidenen Forderungen begnügen, damit man überhaupt ins Geschäft kommt. Einen guten Ruf muss man sich erst durch entsprechende Arbeit und Erfolgsmeldungen der Kunden verdienen. Mit der Zeit wächst das Einkommen dann bei dauerhaft erfolgreicher Tätigkeit. Der Mietpreis ist immer ein wichtiger Teil der Verhandlungen über einen Auftrag.

Orientieren Sie sich bezüglich ihrer Preisgestaltung an vergleichbaren Unternehmen. Mit guten Einstands-Angeboten können Sie die Aufmerksamkeit auf den eigenen Service richten.

Beispiel: Für einen Tag (etwa Geburtstag) mit 5 Geräten vor Ort können Sie durchaus 160 Euro plus MwSt. verlangen.

Je nach Einsatz variieren dann Aufwand und Forderungen. Je mehr Aufträge vorhanden, desto mehr Geld nehmen Sie ein. Vergessen Sie allerdings nicht Ihre Kosten. Einnahme ist nicht gleich Verdienst!

Gebrauchte Geräte – eine gute Alternative

Dem Gründer gelingt bestimmt ein günstiger Einkauf, denn es gibt zahlreiche Firmen, die auch gebrauchte Geräte verkaufen. Oft sind diese Maschinen dann Rückläufer, welche repariert wurden oder aus Konkursen, bzw. wegen Zahlungsschwierigkeiten zurückgenommene Exemplare. Das heißt aber noch lange nicht, dass diese Geräte schlecht wären. Im Gegenteil: Geldspielautomaten sind mit viel Mechanik ausgerüstet. Diese Mechanik läuft zuverlässiger, wenn sie eine zeitlang getestet wurde. Es ist daher ratsam, sich mit solchen Geräten auszurüsten, denn die ersten „Macken“ wurden bereits erfolgreich behoben und es zeigen sich wesentlich weniger Ausfälle, als bei vollkommen neuen Geräten. Sie können diesen Sachverhalt mit einem Automotor vergleichen, der eingefahren werden muss, bevor die volle Leistung zur Verfügung steht. Der eingefahrene Motor läuft wesentlich besser als eine nagelneue Maschine.

Erfahrung sammeln

Bevor Sie sozusagen blindlings ins Abenteuer stürzen, sollten Sie vielleicht erst einmal eine Zeit lang in einer Spielhalle Erfahrungen mit den Geräten sammeln und das Verhalten der Spieler studieren. Sprechen Sie mit den Betreibern, Angestellten und erkundigen Sie sich über die Geräte, Marken, Qualität, Wartungsintervalle, Kosten. Vielleicht helfen Sie für kurze Zeit in solchen Betrieben aus, um mit den Geräten Erfahrungen zu sammeln.

Vorteil:

Sie dürften relativ schnell feststellen, welche Automaten gesucht sind, d.h. die Akzeptanz der einzelnen Spiele bei den Kunden kann ermittelt werden, ohne dass dies für Sie mit Kosten verbunden ist.

Neue Kunden über Umwege

Spielhallen dürfen nur von Personen über 18 Jahren besucht werden. Ihr zukünftiges Klientel wird sich aber mit Sicherheit zu über 50% aus Jugendlichen, Kindern zusammensetzen.

Selbst wenn diese Kunden nicht geschäftsfähig sind, so sorgen doch die Eltern, Großeltern für den Spaß und bezahlen auch die Rechnungen. Als Verleiher treten Sie nicht als Veranstalter von Glücksspielen auf, denn Sie stellen ja nur die Geräte zur Verfügung, die meist im privaten Rahmen oder bei Veranstaltungen eingesetzt werden.

Dadurch fällt für Sie auch keine Vergnügungssteuer an und Sie müssen die Anforderungen einer Spielhalle (Jugendschutz etc.) nicht erfüllen. Das hat seine

Vorteile, denn man kann viel freier agieren und seine Geräte variabel einsetzen. Weiterhin sind Sie durch den Verleih relativ frei in Ihren Entscheidungen, während man mit festen Standorten und Spielhallenlizenz (auch juristisch) in einen engen Rahmen gepresst wird.

Viele Einsatzmöglichkeiten

Der Kindergeburtstag

Klein Kevin hat Geburtstag und möchte ein Kinderparty veranstalten. Papi und Mama sind einverstanden, wenn die Spielkameraden etwas ganz Besonders erwarten dürfen: Die Spielgeräte Party!

Sie liefern also mit Ihrem Fahrzeug ein paar Geräte an, stellen diese auf und sorgen für deren einwandfreien Lauf. Sobald die Kinder vor Ort sind, geht das Staunen los. Sie werden erleben, dass sich die Kinder freuen, wie wild spielen und einen Euro um den anderen in die Münzschächte stecken werden. Um den ganzen Spaß zu finanzieren, dienen Teile dieses Erlöses zur Bezahlung der Rechnung des Verleihers. Natürlich sind hier auch andere Varianten denkbar: Klein Kevin bekommt den Erlös oder die Kinder erhalten ihre Münzen wieder zurück...

Nach ein paar Stunden ist die Party zuende und Sie holen die Geräte wieder ab.

Die Jugendparty

Roland M. (14 Jahre) hat „sturmfreie Bude“. Die Eltern haben ihm eine Party mit Kollegen und Freundinnen zugesagt. Idealer Zusatz für solch eine Party mit Musik, Action und Bekannten sind natürlich Spielgeräte wie in der Disco. Sie liefern bei solchen Gelegenheiten Flipper, Geldspielgeräte, Actionsimulationen. Der Spaß dauert ein oder zwei Tage und dann können Sie den Eltern eine wunderbare Rechnung schreiben.

Das Vereinsfest

Der Sportverein „Spielvereinigung 08“ hat sein alljährliches Fest für Mitglieder und Interessenten, Angehörige. Weil es das letzte Mal ziemlich eintönig war, entscheidet sich der Vorstand für Abwechslung: Vereinsfest mit Spielgeräten für die Mitglieder.

Angenehmer Nebeneffekt: Die Erlöse aus den Automaten kommen dem Verein zugute.

Weiterhin besteht die Möglichkeit, durch solche Veranstaltungen neue Mitglieder zu gewinnen. Vor allem Jugendliche fühlen sich angezogen und können in diesem Rahmen leichter an den Verein herangeführt werden.

Spielen und Spenden

Die Kirchengemeinde engagiert Sie mit Ihren Geräten, um beim Zusammentreffen in der Gemeindehalle anlässlich des 100-jährigen Jubiläums für die Jugend etwas bieten zu können. Sämtliche Erlöse gehen als Spende in die Gemeindekasse. Auch traditionelle Institutionen lassen sich öfters etwas Neues einfallen, um neue Mitglieder zu finden, die Öffentlichkeit für ihre Arbeit zu interessieren. Ebenso spielt die „Imagepflege“ eine Rolle.

Gemeindefeste

Wie oben wollen auch Städte ihren Bürgern jeglichen Alters etwas bieten. Das örtliche Gemeindefest ist daher eine gute Gelegenheit für Sie als Spielgeräteverleiher. Mit einer Spielecke können Sie auf sich und Ihren Service

aufmerksam machen und gleichzeitig durch den Andrang der Kunden noch Geld verdienen. Sprechen Sie den Ortsvorsteher oder zuständigen Verwaltungsmitarbeiter auf eine mögliche Wirtschaftsförderung an. Diese steht nicht nur den großen Unternehmen in Ihrer Gemeinde zu. Auch das Kleingewerbe muss berücksichtigt werden. Folge: Man engagiert Sie vielleicht öfters für Veranstaltungen, erwähnt Ihren Service auf der städtischen Webseite bei den Unternehmen und spricht örtliche Vereine auf Ihre Leistungen an. Daraus können sich lukrative geschäftliche Verbindungen ergeben.

Firmenfeste

Unternehmen müssen auch für ihre Mitarbeiter Abwechslung bieten und diese motivieren. Auf Firmenfesten bietet sich deshalb eine gute Chance, Spielgeräte zur Verfügung zu stellen. Neben Musik, Künstlern und Moderatoren können Sie in einem abgesonderten Bereich für Interessenten Unterhaltung sorgen. Die Geschmäcker sind nun einmal verschieden. Nicht jeder interessiert sich für öde Reden oder Tanzmusik. Manche Betriebsangehörige amüsieren sich lieber beim „Zocken“ mit Automaten. Selbst in Festzelten lassen separate Abteilungen bilden, so dass die Leute ungestört ihrem Hobby nachgehen können.

Kooperation mit Veranstaltern

Hier ergeben sich meistens lang andauernde Geschäftsbeziehungen, denn professionelle Veranstalter führen im Jahr viele Veranstaltungen durch und brauchen immer wieder externe Dienstleister, die dann jeweils ihre Leistungen erbringen. Je nach Auftraggeber und Anlass, können auch Spielgeräte erforderlich sein. Nehmen Sie also mit solchen Leuten und Firmen Verbindung auf und machen Sie Ihre Kapazitäten deutlich. Es hängt natürlich von den Budgets der Auftraggeber ab, ob zusätzliche „Gags“ und „Gimmicks“ noch ermöglicht werden, doch falls dies erwünscht ist, spricht nichts gegen Ihren Einsatz vor Ort.

Vorteil: Der Veranstalter hat Ihren Service im Repertoire, d.h. man präsentiert Sie evtl. auf der Webseite der Firma, in Werbebroschüren, Mailings etc.

Der Verleih von PCs plus Spiele

Wie oben schon erwähnt, haben Sie auch mit PC-Spielen gute Chancen auf Umsätze, denn trotz eigener Rechner im Haus, haben viele Jugendliche und auch Erwachsene nicht Zugang zu LAN Partys bzw., können aufgrund eigener technischer Defizite (Ausrüstung, Know-how) solche Events nicht realisieren.

Für das pure Spielvergnügen brauchen Sie 4 PCs plus Monitore, so dass eine Gruppe von Kunden sich an den Spielen vergnügen kann. Natürlich kommt dann auch noch die Software hinzu. Hüten Sie sich vor dem Einsatz von Raubkopien. Da Sie gewerblich mit dem Verleih Geld verdienen, sind die Strafen empfindlich hoch, falls man Sie „erwischt“. Erwerben Sie also lieber die Lizenz, so dass nichts passieren kann. Übrigens: Gerade auf LAN Partys treiben sich Vertreter von Softwareunternehmen herum in der Hoffnung, illegale Versionen zu erspähen und gegen die Initiatoren vorzugehen. So mancher Veranstalter hat schon richtig Ärger bekommen...

Die Technik

PCs neuester Baureihe sind hier erforderlich. Besonders wichtig dürften die Grafikkarten sein, denn manche Spiele stellen hohe Anforderungen an diese Komponenten. Weiterhin müssen die PCs mit großen, schnellen Festplatten

ausgerüstet sein, damit viele Programme drauf Platz finden. Sehr wichtig ist der Arbeitsspeicher. Hier gilt: Viel ist gut, noch mehr ist besser. Bei Spielen werden in den Speicher oft ganze Landschaften eingelesen. Das funktioniert natürlich nur, wenn der Arbeitsspeicher eine gewisse Größe vorweisen kann. Bei „normalen“ Rechnern führt dies immer wieder zu Festplattenzugriffen, die das Spiel verlangsamen.

Prozessor: Je schneller, desto besser.

Die PCs sollten mit einer Netzwerkkarte ausgerüstet sein, die von den modernen Windowsversionen automatisch erkannt werden. Obligatorisch ist die USB 2 Schnittstelle, mit der man auch Rechner verbinden kann. Ein Firewire Anschluss schadet ebenfalls nicht.

Zusätzlich kommen noch die Monitore hinzu:

Für Spiele eignen sich 19 Zoll Röhrenmonitore am besten. Durch den Preisverfall bei TFT Monitoren sind auch diese Geräte derzeit günstig zu haben.

Was kommt finanziell auf Sie zu?

Vernünftige Spiele-PCs mit Multimediaeigenschaften kosten etwa 1.000 Euro. Dazu kommen noch Ausgaben für Monitore und Software. Lassen Sie sich diesbezüglich ein Komplettangebot erstellen, denn bei der Abnahme von mehreren Geräten gibt es auf jeden Fall Rabatt. Verhandeln Sie mit dem Händler!

Sie sollten jedoch 7.000 Euro als Investition in diesem Bereich einplanen, falls Sie hier Ambitionen haben, über genügend Fachwissen verfügen und in der schnelllebigen Zeit Ihre Rechner selbst aufrüsten können.

Ohne Probleme geht dies kaum. Computer haben ihre „Macken“. Je mehr hochempfindliche Technik zusammenkommt, desto eher sind Ausfälle möglich. Sie sollten also im Umgang mit PCs schon versiert sein, um die Rechner vor Ort jederzeit zum Laufen zu bringen.

Sobald diese jedoch ihren Dienst tun, ist Abschalten nicht mehr nötig, bis die Party zuende ist.

Beim Transport sollten Sie stets darauf achten, die Monitore noch etwas stehen zu lassen, bevor diese im Fahrzeug verstaut werden. Heiße Monitore dürfen nicht transportiert werden. Genauso sollten Sie auf Ihre PCs achten, die erst ein paar Minuten im Raum stehen müssen, bevor man diese einschaltet. Auch Rechner klimatisieren sich erst mit der Zeit...

Die Alternative: Leasing kann ein Weg sein.

Sie leasen einfach die Technik komplett. Das hat folgende Vorteile:

- Sie verfügen stets über neue Technik. Sollten neue PCs zur Verfügung stehen, leasen Sie diese einfach erneut und geben die alten Rechner zurück.
- Sie können die Ausgaben sofort als betriebliche Kosten deklarieren und komplett absetzen (keine Abschreibungen mehr wie bei gekauften Geräten).
- Ihre Technik veraltet nicht. Sie haben immer die neuesten Geräte zum Verleih. Ältere Rechner können Sie mit gutem Gewissen nicht anbieten.
- Leasing lässt sich je nach Bedarf ausbauen. Wenn Sie für eine Periode mehr Computer brauchen, leasen Sie diese Anlagen eben für eine bestimmte Zeit.
- Dank niedriger Zinsen kostet Leasing heutzutage wesentlich weniger Geld, als noch vor Jahren.

Automaten

Geldspielautomaten erhalten Sie unter Umständen bei ebay.de schon für 40 Euro. Wer handwerklich begabt ist, kann diese Automaten dann für den erneuten Einsatz herrichten und in sein „Depot“ übertragen oder als Ersatzgeräte, Ersatzteillager nutzen.

Es gibt aber auch eine Reihe von Anbietern, die professionelle Geräte zu günstigen Konditionen verkaufen. Besonders hervorzuheben muss man hier die Firma Hoffmann (Automatenversand). Dieser Versand ist für zukünftige Verleiher von Automaten die ideale Einkaufsquelle, weil auch gebrauchte, überholte Geräte im Angebot sind. Ebenfalls ist ein Service integriert, d.h. Automaten können auch repariert werden.

Grundsätzlich sollten Sie sich schon Kenntnisse über die Geräte aneignen, denn Sie werden einmal selbst den Schraubenzieher in die Hand nehmen müssen, um Kleinigkeiten wieder herzurichten. Zwei linke Hände sind für dieses Geschäft schlecht!

Kontakte:

Bernd Karle Hard- und Software Entwicklung

Kleinfeldede 36

79379 Mülheim

Tel. 07631-172375

(Geldspiele für PC und Automaten, gewerbliche Spielesoftware)

NIR GmbH Spielgeräte Vertrieb

Bremerstr. 85

32339 Espelkamp

Tel. 05771-60011

Fax 60016

www.nir.de

(Billardtische, Kicker, Dart, Zeitabrechnung etc.)

Automaten Hoffmann GmbH

Im Teelbruch 86-90

45219 Essen

Tel. 02054-16738

Fax 02054-83094

www.automaten-hoffmann.de

(Europas größter Automatenversand. Bei Hoffmann erhalten Sie fast alle Geräte neu und gebraucht. Beispiele: Geldspielgeräte für Euro 99, Billardtische für Euro 299, Tunierkicker ab Euro 389, US Flipper ab Euro 1299)

Lassen Sie sich den kostenlosen Katalog der Firma zusenden.

Hell Automaten

www.hell-automaten.de

(Spielautomaten aller Art, Service)

Mit flotten Werbesprüchen zu Geld

Was fällt Ihnen auf, wenn Sie das TV-Gerät einschalten und Werbung sehen? Spezialisten (meistens Texter) haben sich eine Menge Slogans einfallen lassen, damit das Produkt oder eine Dienstleistung beim Zuschauer im Gedächtnis bleibt. Kurze Sprüche, die ihre Wirkung nicht verfehlen, sind zentraler Bestandteil einer guten Werbung.

Manchmal erinnern wir uns an eine Werbung nur wegen des Slogans. Dann wurde das Ziel der Werbestrategen erreicht: Die Assoziation des Spruchs mit dem Produkt oder der Firma.

Ganz simpel kann solch ein Spruch ausfallen und doch eine enorme Wirkung haben. In jeder Zeit braucht man Werbeslogans, denn durch solche Sprüche zieht man die Aufmerksamkeit der Interessenten, Kunden auf sich und verbessert auf einen Schlag seine Außenwirkung. Selbst zuvor völlig uninteressierte Personen kommen wegen eines gelungenen Spruchs plötzlich „auf den Geschmack“ und beschäftigen sich mit dem eigentlichen Produkt.

Genau dies sollte auch erreicht werden, denn die Mühe der Texter muss sich lohnen.

Warum braucht man heutzutage solche Sprüche überhaupt?

Nun, Sie sehen ja selbst, wie die Welt der Angebote beim Verbraucher feilgeboten werden muss. Aufmerksamkeit ist das zentrale Stichwort. Ohne Aufmerksamkeit bei den Kunden und potenziellen Kunden kann man einfach nichts verkaufen. Auch bei der aktuellen Konsumzurückhaltung spielen werbliche Elemente eine große Rolle, denn oft werden nur durch besondere Maßnahmen noch Kunden angelockt.

Bei dieser Aufgabe helfen Slogans maßgeblich mit, denn mit einem einprägsamen kurzen Spruch kann sofort die Erinnerung und Verbindung zu einer Firma, einem Produkt hergestellt werden.

Beispiele:

Was ihnen ein, wenn die Sie folgende Sprüche hören?

- Ich bin doch nicht blöd.
- Ich bin drin.
- Da werden sie geholfen.

Punkt 1: Klarer Fall, es handelt sich um die hervorragend gemachte Werbung der Handelskette Media Markt. Hier ist es besonders gut gelungen, durch Provokation Aufmerksamkeit zu erzielen. Jeder beachtet die Werbung.

Punkt 2: Einfache Sätze wurden von einfachen Menschen (u.a. Boris Becker) gesprochen und somit die Wirkung erzielt. Es sollte verdeutlicht werden, wie einfach man mit AOL ins Internet kommt.

Punkt 3: Die vermeintliche Dummheit von Verona Feldbusch wurde clever für einen Spruch genutzt, der keinem Zweiten einfallen würde. Absichtlich grammatikalisch falsch fällt dieser Slogan immer auf. Telegate (Telefonauskunft) hat damit einen absoluten Hit gelandet.

„Ja, aber das sind ja alles bekannte Firmen. Die haben spezielle Werbeagenturen etc.“, werden Sie sagen. Richtig! Doch auch Sie können mit den passenden Slogans

Geld verdienen, denn mittlerweile brauchen nicht nur etablierte große Firmen Sprüche, sondern auch kleine Unternehmen.

Was sehen Sie, wenn Sie morgens in den Briefkasten schauen? Werbung! Firmen aus der Region wollen mit Handouts, Prospekten die Kundschaft anlocken. Oft ist diese Werbung nicht einmal schlecht gemacht, aber es fehlt der richtige Spruch, der Knaller, der Hammer, mit dem die Verbindung zu der entsprechenden Firma hergestellt werden kann. Was passiert? Sie legen das Prospekt gelangweilt weg und kümmern sich nicht mehr um die mühsam hergestellte Werbung. Ziel verfehlt! Kosten produzieren, ohne eine entsprechende Wirkung zu erzielen ist auf die Dauer sehr teuer.

Fast alle Firmen benötigen mindestens einen guten Slogan, der variabel einzusetzen ist.

Wo?

- I. In Werbeprospekten
- II. In Broschüren
- III. Auf Handouts, Flyern, Visitenkarten
- IV. Im Radio (regional)
- V. Auf Webseiten im Internet
- VI. In E-Mails
- VII. Bei Mailings
- VIII. Auf Briefumschlägen
- IX. Auf Paketen, Sendungen aller Art
- X. Im Schaufenster
- XI. In anderen Publikationen (z.B. Infoblatt des Sportvereins)
- XII. Auf Autos, LKW, Firmenfahrzeugen
- XIII. Bei Messen (Messestände)
- XIV. In PR Beiträgen
- XV. Bei Jubiläen
- XVI. Bei Verkaufsveranstaltungen
- XVII. Als Anstecker (Zugabe bei jedem Verkauf)
- XVIII. Auf Mützen, T Shirts, Sweat Shirts, Jacken, Taschen

Auf diese Weise erzielen Unternehmen eine ideale Außenwirkung und machen die Kunden, Interessenten mit dem Slogan bekannt.

Was geschieht dann, wenn die Leute den Slogan irgendwo wahrnehmen? Man denkt sofort an die passende Firma und zieht in Erwägung, wieder einmal dort vorbeizuschauen, verbindet den Slogan mit dem Geschäft.

Beispiel:

1. Ein Shop für Unterhaltungselektronik und Haushaltgeräte erhält einen Slogan für den universellen Einsatz.

Werbespruch: „Radio Müller ist der Knüller“

Mit diesem Slogan kann das Unternehmen ab sofort werben.

2. Pizzeria Krause möchte endlich einen passenden Spruch haben, um noch mehr Kunden für den mobilen Service gewinnen zu können. Die Pizzas werden schnell ausgeliefert.

Werbespruch: „Pizza Krause auf der Sause!“ Ganz klar: Auch die Auslieferer bestätigen jede Lieferung mit dem Slogan, so dass sämtliche Kunden immer mit damit konfrontiert werden.

Bestandteile eines wirkungsvollen Slogans:

- a) Witz
- b) Originalität
- c) Schnelle Merkfähigkeit
- d) Falls möglich Bezug zum Unternehmen

Ihre Chance

Sind Sie kreativ? Fallen Ihnen auf Anhieb ein paar solcher Sprüche ein, die man verwerten könnte?

Dann sollten Sie sich mit dem Gedanken beschäftigen, Ihre Einfälle gewerblich anzubieten, denn für einwandfreie Sprüche wird auch Geld bezahlt. Dabei gibt es zwei wesentliche Modelle, die evtl. in Frage kommen könnten:

Individuelle Aufträge bzw. Nutzungsrechte:

Sie vergeben als Erfinder solcher Sprüche ein Nutzungsrecht für den Spruch oder die Sprüche für eine Firma. Ein Unternehmen hat also das Recht, Ihren Spruch einzusetzen. Dafür berechnen Sie eine Gebühr / Entgelt.

Vorteil für das Unternehmen: Einzigartige Slogans für die eigene Werbung. Niemand darf es kopieren.

Mehrfachlizenzen zur Nutzung:

In diesem Fall können mehrere Unternehmen Ihren Slogan nutzen. Die Kosten dafür sind natürlich niedriger als bei exklusiven Vereinbarungen. Wie kann man sich solch eine Lizenz vorstellen?

Nehmen wir doch wieder unser Beispiel mit dem Radiohaus Müller. Es gibt bestimmt in der Republik noch ein paar weitere Shops mit dem gleichen Namen, die ähnliche Geschäfte machen. Was liegt also näher, als den Firmen gleichzeitig eine Nutzung des Slogans anzubieten. In den meistens Fällen kommt man sich sowieso nicht in die Quere aufgrund der räumlichen Distanz. Es fällt also nicht auf, dass die Unternehmen jeweils regional mit dem gleichen Slogan arbeiten. Natürlich wissen die Unternehmen auch, dass der Spruch mehrfach eingesetzt wird.

Vorteil: Durch die vielfache Veräußerung können Sie den Slogan vielen Unternehmen günstig anbieten. Die Firmen erhalten also zu bescheidenen Tarifen einen guten Spruch, mit dem sie arbeiten können. Gerade bei kleinen Unternehmen stoßen Sie damit auf eine höhere Akzeptanz, denn oft sind solche Firmen nicht bereit, viel Geld für die Werbung zu investieren. Sollte der Betrag jedoch überschaubar sein, gibt es weniger Hindernisse für einen erfolgreichen Abschluss.

Wie schütze ich meinen Slogan?

Jetzt wird leider etwas kompliziert, doch ihre Werke müssen Sie schützen lassen, wenn Sie diese wirtschaftlich verwerten möchten.

Zunächst ist der Schutz durch das Patent- und Markenamt anzuraten. Sie lassen also Ihren Slogan als Marke eintragen. Ein weiterer Schritt ist der Eintrag beim HABM als europäisch geschützte Marke. Dies kann sehr vorteilhaft für den

Antragsteller sein, denn oft versuchen Unternehmen geschützte Marken hierzulande zu umgehen und lassen vom Ausland aus Güter oder Dienstleistungen mit gerade dieser Marke bewerben. Selbst wenn Sie dann hierzulande einen Markenschutz genießen, nutzt es Ihnen nichts, denn z.B. in Frankreich ist Marke eben nicht geschützt. Für ein reibungsloses Geschäft ist der europaweite Schutz also zu bevorzugen. Hierzu gibt es jedoch einiges zu berücksichtigen:

- Der Slogan sollte möglichst originell sein, so dass ein Schutzwürdigkeit besteht. Dann können auch Rechtsverfolgungen wegen der Verletzung des Markenrechts leichter nachvollzogen werden.

Früher waren Slogans als Marke nicht schutzfähig, da im Patentamt die Meinung vorherrschte, dass die Originalität und die Unterscheidungsfähigkeit fehle. Erst der Bundesgerichtshof machte dem Spiel ein Ende und sorgte für eine eindeutige Rechtslage. Als eingetragene Marken sind jetzt auch Werbeslogans schutzfähig!

Slogans sind schutzfähig, wenn...

- I. sie sich nicht in rein beschreibenden Angaben, Anpreisungen oder Werbeaussagen ganz allgemeiner Art erschöpfen
- II. sie kurz und prägnant sind
- III. sie ein Mindestmaß an Originalität aufweisen

Das Patent- und Markenamt ist aufgrund der Entscheidung des Bundesgerichtshofes dazu übergegangen, Slogans eher als Marke einzutragen. Nur in begründeten Fällen wird der Eintrag noch verwehrt (z.B. Verletzung von Rechten Dritter, bereits bestehende Einträge etc.).

Das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) hatte schon vor den richtungsweisenden Beschlüssen des Bundesgerichtshofes die Anforderungen an die Schutzfähigkeit von Werbeslogans nicht so hoch angesetzt, sondern war von Anfang an der Ansicht, dass Werbeslogans nicht anders als Wortmarken zu beurteilen sind. Die Entscheidungen der Beschwerdekammern entsprachen daher schon in der jüngeren Vergangenheit der neuesten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes. Nach Auffassung des Harmonisierungsamts sind Slogans eintragungsfähig, wenn sie nicht rein inhaltsbeschreibend sind und nicht lediglich eine rein werbeanpreisende Angabe darstellen, die die mit den Waren angesprochenen Verbraucher über die Qualität oder Eigenschaft der Ware oder Dienstleistung informieren, und von den angesprochenen Verkehrskreisen aufgrund ihrer Eigentümlichkeit oder Prägnanz als Herkunftshinweis angesehen werden.

Allerdings ist auch bei der Anmeldung von Werbeslogans als Gemeinschaftsmarke zu berücksichtigen, dass nicht jede Art von Slogan als Marke schutzfähig ist.

Auch nach der Entscheidungspraxis des Harmonisierungsamts sind Slogans dann nur schutzfähig, wenn sie sich nicht in rein beschreibenden Angaben, Anpreisungen oder Werbeaussagen ganz allgemeiner Art erschöpfen und ein Mindestmaß an Originalität (Mehrdeutigkeit) oder Eigentümlichkeit aufweisen. Slogans wurde u.a. wegen zu simpler Beschreibung und ihres beschreibenden Charakters der Schutz versagt.

Tipp für den Eintrag:

Die Kürze des Slogans überdenken

Die Rechtsentwicklung zur Eintragungsfähigkeit von Werbeslogans ist insgesamt als positiv zu beurteilen und wird für den Anmelder eines Slogans mehr Rechtssicherheit mit sich bringen. Zu berücksichtigen bleibt jedoch, dass die Frage der Eintragungsfähigkeit von Slogans auch nach der neueren Rechtsprechung eine Einzelfallentscheidung bleiben wird, da die Urteile des Bundesgerichtshofs keine eindeutig klare Abgrenzung schaffen, welche Slogans noch als unterscheidungskräftig anzusehen sind und welche mangels eines eigenständigen Herkunftshinweises als schutzunfähig gelten.

„In der Kürze liegt die Würze“

Kurze prägnante Slogans wurden bisher immer als schutzwürdig eingestuft, wenn die Qualität stimmte. Es bleibt aber ein gewisses Maß an Subjektivität, das es zu überwinden gilt.

Niemand kann Ihnen garantieren, dass einem Antrag auf Schutz stattgegeben wird. Es kommt immer zu einzelnen Entscheidungen mit Beurteilungen des jeweiligen Amtes. Falls einem Antrag nicht stattgegeben wird, können Sie sich an die Beschwerdekammern wenden. Die Ausschuss beschäftigt sich noch einmal mit dem Fall und prüft die erste ablehnende Entscheidung.

Die Gemeinschaftsmarke

Eine Gemeinschaftsmarke ist ein in der gesamten Europäischen Gemeinschaft gültiges Zeichen zur Kennzeichnung und Unterscheidung von Waren und Dienstleistungen, das beim HABM gemäß den in der GMV festgelegten Bedingungen eingetragen wird.

Die Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke und eine eingetragene Gemeinschaftsmarke sind in der Europäischen Gemeinschaft als Ganzes gültig.

Vorteil: Man ist in ganz Europa geschützt. Hier bietet es sich natürlich an, Marken in deutscher und englischer Sprache zu schützen, damit eine europaweite Verwertung ermöglicht wird.

Sowohl die Anmeldung als auch die nachfolgende Eintragung erstrecken sich automatisch und gleichzeitig auf alle 15 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Es ist nicht möglich, die geographische Ausdehnung des Schutzes auf bestimmte Mitgliedstaaten zu beschränken. Es besteht außerdem ein einheitliches, vom HABM zentral verwaltetes Eintragungsverfahren. Anträge bei den nationalen Ämtern für gewerblichen Rechtsschutz sind nicht erforderlich. Nichtigkeit, Zurückweisung oder Ablauf einer Gemeinschaftsmarke gelten zwangsläufig in der gesamten Europäischen Gemeinschaft. Nicht zuletzt stellt die Gemeinschaftsmarke ein einziges Eigentumsrecht dar. Übertragungen können nur für die gesamte Gemeinschaft und nicht für einzelne Länder erfolgen; die Vergabe von Lizenzen mit einer geographischen oder sonstigen Beschränkung, einschließlich der Beschränkung auf einen bestimmten Mitgliedstaat, ist jedoch möglich.

Das System der Gemeinschaftsmarke berührt nicht die nationalen Markensysteme der Mitgliedstaaten (bzw. das Benelux-Markenamt für Belgien, Luxemburg und die Niederlande). Den Unternehmen steht es frei, eine Marke sich entweder nur auf nationaler Ebene, auf Gemeinschaftsebene oder auf beiden Ebenen schützen zu lassen. Die zahlreichen in den Mitgliedstaaten eingetragenen nationalen Marken

behalten weiterhin ihre Gültigkeit. Der Rückgriff auf den Schutz der Gemeinschaftsmarke, ausschließlich oder in Verbindung mit einem nationalen Schutzrecht, hängt ganz von der Strategie des Markenanmelders bzw. -inhaber ab. Der Vorrang eines älteren nationalen oder gemeinschaftlichen Schutzrechts gilt gleichermaßen für nationale und Gemeinschaftsmarken. Das Harmonisierungsamt prüft solche älteren Rechte nicht aus eigener Initiative. Diese kann nur vom Inhaber eines älteren Rechts ausgehen, indem er innerhalb von drei Monaten nach Veröffentlichung der Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke Widerspruch einlegt oder nach der Eintragung der Gemeinschaftsmarke einen Antrag auf Nichtigkeitsklärung aufgrund relativer Nichtigkeitsgründe stellt.

Gemeinschaftsmarken können alle Zeichen sein, die sich graphisch darstellen lassen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen und die Form oder Aufmachung der Ware, soweit solche Zeichen geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Demnach können folgende Zeichen als Marken eingetragen werden:

Marken, die aus Wörtern bestehen, darunter Buchstaben, Zahlen oder Kombinationen aus beiden,
Bildmarken mit oder ohne Wörter,
Bildmarken in Farbe,
Farben oder Farbkombinationen,
dreidimensionale Marken,
Hörmarken.

Die Anmeldung muss eine graphische Darstellung der Marke enthalten.

Welche Zeichen können nicht als Gemeinschaftsmarke eingetragen werden?

Selbst wenn ein Zeichen der Definition einer Marke entspricht, kann es nicht eingetragen werden, wenn ein absolutes Eintragungshindernis besteht, d.h. wenn das Zeichen:

keine Unterscheidungskraft besitzt, ausschließlich zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dient, im allgemeinen Sprachgebrauch oder in den redlichen und ständigen Verkehrsgepflogenheiten üblich geworden ist, gegen die öffentliche Ordnung oder gegen die guten Sitten verstößt, geeignet ist, das Publikum zum Beispiel über die Art, die Beschaffenheit oder die geographische Herkunft der Ware oder Dienstleistung zu täuschen. Weitere absolute Eintragungshindernisse sind an die Form von Waren, die Herkunft von alkoholischen Getränken und bestimmte offizielle Embleme gebunden. Wenn erwiesen ist, dass die Marke aufgrund ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat, kann das Eintragungshindernis, dass ihr ursprünglich die Unterscheidungskraft fehlte, sie zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge usw. der Ware oder Dienstleistung diene, und sie im allgemeinen Sprachgebrauch oder in den redlichen und ständigen Verkehrsgepflogenheiten üblich geworden war, überwunden werden. Ferner wird eine Marke bei erfolgtem Widerspruch nicht als Gemeinschaftsmarke eingetragen, wenn ein relatives Eintragungshindernis besteht.

Der Widerspruch muss innerhalb von drei Monaten nach dem Datum der Veröffentlichung der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke im Blatt für Gemeinschaftsmarken durch den Inhaber des älteren Rechts eingelegt werden.

Wie ist das Verfahren zum Eintrag einer Gemeinschaftsmarke?

Das Verfahren zur Eintragung einer Gemeinschaftsmarke besteht aus einem dreigeteilten Prüfungsverfahren:

Zunächst die Prüfung der Anmeldung, die gegebenenfalls die Zuerkennung eines Anmeldetags, die Prüfung der Formalitäten und des Vorhandenseins von absoluten Eintragungshindernissen umfasst und in deren Verlauf Rechercheberichte erstellt werden, anschließend der Veröffentlichung der Anmeldung, schließlich dem Verfahren, das zur Eintragung führt und ein Widerspruchsverfahren umfassen kann. Der erste Teil des Eintragungsverfahrens beginnt mit dem Eingang der Anmeldung, entweder direkt beim HABM oder über eine Zentralbehörde für den gewerblichen Rechtsschutz und beinhaltet folgende Verfahrensteile: Die Prüfung der Zuerkennung bzw. Nichtzuerkennung eines Anmeldetags, die Prüfung der Klassifikation der in der Anmeldung aufgeführten Waren und Dienstleistungen, die Übermittlung der Liste der Waren und Dienstleistungen an das Übersetzungszentrum für die Einrichtungen der Europäischen Union in Luxemburg, die Erstellung des Gemeinschafts-Recherchenberichts, die Übermittlung der Anmeldung an die Zentralbehörden für den gewerblichen Rechtsschutz der Mitgliedstaaten zu Zwecken der Recherche in den dortigen nationalen Registern und die Übersendung aller Berichte an den Anmelder oder seinen Vertreter, die Prüfung auf absolute Eintragungshindernisse.

Relative Eintragungshindernisse werden vom HABM nicht von Amts wegen geprüft. Sie können nur von Dritten im Rahmen von Widerspruchs- oder Nichtigkeitsverfahren nach Eintragung der Gemeinschaftsmarke angeführt werden. Der zweite Teil des Eintragungsverfahrens besteht aus der Veröffentlichung der Anmeldung in Teil A des Blatts für Gemeinschaftsmarken, sofern das Ergebnis der Prüfung des HABM positiv ausgefallen ist.

Der dritte Teil des Eintragungsverfahrens ist Dritten vorbehalten, die ihre älteren Rechte im Rahmen von Widerspruchsverfahren geltend machen wollen. Ein Widerspruch kann innerhalb von drei Monaten nach Veröffentlichung der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke eingelegt werden. Die Gemeinschaftsmarke wird eingetragen, wenn der Anmelder in einem Widerspruchsverfahren Recht bekommt oder kein Widerspruch eingelegt wird. Eine besondere Phase innerhalb des gesamten Eintragungsverfahrens bilden die Beschwerdeverfahren. Während der vorstehend genannten Phasen des Verfahrens kann Beschwerde gegen die Entscheidungen des Prüfers, der Widerspruchsabteilungen und der Markenverwaltungs- und Rechtsabteilung eingelegt werden. Eine Entscheidung, die ein Verfahren gegenüber einem Beteiligten nicht abschließt, ist nur zusammen mit der endgültigen Entscheidung anfechtbar, sofern nicht in der Entscheidung die gesonderte Beschwerde zugelassen ist.

Entscheidungen im Zusammenhang mit Beschwerden werden von der Beschwerdekammer getroffen.

Anmeldeverfahren

Die Anmeldungen einer Gemeinschaftsmarke können direkt beim HABM oder bei einer der Zentralbehörden für den gewerblichen Rechtsschutz (d.h. den nationalen

Patent- und Markenämtern) der 15 Mitgliedstaaten der Gemeinschaft oder des Benelux-Markenamtes eingereicht werden. Einer bei einem nationalen Amt oder dem Benelux-Markenamt eingereichten und innerhalb eines Monats an das HABM weitergeleiteten Anmeldung wird ein Anmeldetag auf gleiche Weise zuerkannt, als wenn sie direkt in Alicante eingereicht worden wäre.

Die direkte Anmeldung beim HABM kann auf eine der folgenden Arten erfolgen:

- Versand auf dem normalen Postweg,
- Versand per Kurierdienst, oder
- Einwurf in den rund um die Uhr geöffneten Briefkasten,
- Übermittlung per Fax (+34 965 131 344) oder
- Versand anhand der Diskette mit dem elektronischen Anmeldeformular (ETMAF), die vom Amt zur Verfügung gestellt wird (ausschließlich für Anmeldungen von Gemeinschaftsmarken).

Im Falle einer Übermittlung per Fax ist es weder erforderlich noch ratsam, eine Bestätigungskopie zu übersenden; die Unterschrift auf dem Fax kommt einer Originalunterschrift gleich. In Zukunft wird das Amt die Einreichung von Anmeldungen und anderen Dokumenten auf elektronischen Weg erlauben.

Die Verwendung des offiziellen, vom Harmonisierungsamt bereitgestellten Anmeldeformulars ist nicht obligatorisch, wird jedoch empfohlen. Das derzeitige Formular wurde veröffentlicht und kann beim Amt angefordert werden (Bereich Information + 34 96 51 39 272). Daneben können die Anmelder auch Formulare ähnlichen Formats oder ähnlicher Struktur verwenden, beispielsweise per Computer erstellte Formulare auf Grundlage der Informationen aus dem offiziellen Formular.

Die Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke muss in einer der 11 Amtssprachen der Europäischen Gemeinschaft - der "ersten Sprache" - eingereicht werden. Darüber hinaus muss eine zweite Sprache angegeben werden, die sich von der ersten unterscheidet und eine der fünf Arbeitssprachen des Amtes ist, d.h. Spanisch, Deutsch, Englisch, Französisch oder Italienisch.

Das Formular muss nicht unbedingt in der ersten Sprache abgefasst sein; es muss jedoch in dieser ausgefüllt werden.

Die zweite Sprache wird für die Widerspruchs- und Lösungsverfahren sowie für die Mitteilungen des Amtes an den Antragsteller verwendet, wenn die erste Sprache keine der fünf Arbeitssprachen des Amtes ist. Der Anmeldetag einer Gemeinschaftsmarke ist der Tag, an dem die Anmeldung beim Amt (bzw. bei der Zentralbehörde für den gewerblichen Rechtsschutz eines Mitgliedstaats, insbesondere beim Benelux-Markenamt) eingegangen ist.

Folgende Bestandteile müssen enthalten sein: Antrag auf Eintragung einer Gemeinschaftsmarke, d.h. die Angabe, dass eine Gemeinschaftsmarke (und kein anderes gewerbliches Schutzrecht) beantragt wird, Angaben über die Identität des Anmelders, eine Liste der Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, eine graphische Darstellung der Marke, und die Anmeldegebühr sowie gegebenenfalls eine oder mehrere Klassengebühren (sind innerhalb der Frist von einem Monat nach Eingang der Anmeldung beim HABM oder einem nationalen Amt beim HABM zu zahlen).

Die Anmeldegebühr beträgt 975 Euro. Sie können per Scheck, Abbuchung, Überweisung bezahlen.

Möglichkeiten zur Verwertung

Zugegeben: Die Sache ist nicht ganz billig, aber bedenken Sie die Möglichkeiten. Eine gute Marke können Sie interessierten Unternehmen verkaufen. Je nach Qualität werden enorme Preise erzielt. Insider konnten schon 15.000 Euro für den Übertrag einer Marke erzielen! Das funktioniert natürlich nur mit Unternehmen ab einer gewissen Größenordnung, doch auch für kleinere Betriebe kann die Geschichte sehr interessant werden.

Wie geht man vor?

Ideal ist natürlich, wenn man von einem Slogan Kenntnis erhält, der demnächst Verwendung finden wird. Hier zählt dann nur noch die Schnelligkeit. Oft werden in Firmen schon weitreichende Entscheidungen getroffen, bevor der Markenschutz überhaupt in Angriff genommen wird. Es werden Werbeagenturen beauftragt, Designs erstellt etc.

Wenn Sie die Marke jedoch rechtzeitig anmelden, kommen Sie der Firma zuvor und befinden sich in einer guten Verhandlungsposition. In der Regel wird ihnen das Unternehmen die Marke abkaufen, weil sonst die ganze Strategie durcheinander gerät und weitere Kosten entstehen.

Sie können aber auch auf einmalige Zahlungen verzichten und die Nutzung der Marke gegen Lizenzgebühren erlauben. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt.

Andere eingetragene Marken machen Sie bei geeigneten Firmen bekannt und bieten deren Nutzung an. Konzentrieren Sie sich (auch aus Kostengründen) auf wenige sehr gute Marken.

Warum?

Wortmarken wie ein Slogan sind nur etwas wert, wenn deren Qualität sehr gut ist, d.h. sie müssen von sich aus eine Wirkung erzielen und dem Unternehmen nützen. Nur dann sind Firmen auch bereit, dafür konkret Geld auszugeben.

Überlegen Sie sich Anträge auf Markenschutz gut. Testen Sie erst bei Personen Ihres Vertrauens, wie Ihre Kreationen ankommen. Es gilt hier gut auszuwählen und nur die besten Werke mit Potential schützen zu lassen.

Was kann schief gehen?

Eigentlich nichts außer Ihrem Absatz, d.h. wenn Ihnen niemand die Marken abkaufen möchte, haben Sie die Anmeldegebühr in den Sand gesetzt. Dies ist das Risiko, ohne das kein Geschäft zu machen ist.

Für jede Marke investieren Sie ca. Euro 1.500 (Anmeldung und zusätzliche Kosten). Diesen Betrag müssen Sie also wieder erzielen, um kostenneutral aus der Sache zu kommen.

Kehren wir doch einmal zu einem der oben genannten Beispiele zurück:

„Radio Müller ist der Knüller“

Es gibt bestimmt einige Müllers mit einem derartigen Shop. Falls Sie etwa 20 Unternehmen in Deutschland für Ihr Angebot erwärmen können, verlangen Sie z.B. bescheidene Euro 200 pro Jahr für die Nutzung der Marke. Das ist auch angesichts der Vorteile des Slogans für kleine Unternehmen zu verkraften.

$200 \times 20 = 4.000$

Sie erzielen also mit dieser Marke jedes Jahr Einnahmen in Höhe von 4.000 Euro mit Hilfe von kleinen Unternehmen, die sonst eher mit hilflosen Sprüchen agieren oder werbetechnisch schlecht beraten sind.

Natürlich bleibt das Geschäft nicht auf eine Marke beschränkt. Es gibt noch viele potenzielle Interessenten. Wie wäre es etwa mit „Gärtner Becker / Bodendecker“...
Kontakte:

Deutsches Patent- und Markenamt

Zweibrückenstr. 12
80331 München
Tel. 089-21950
Fax 089-21952221
www.dpma.de

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken Muster und Modelle)

Arpatado de Correos 77
E-03080 Alicante
Tel. +34-965-139100, Fax +34-965-139173
Fax (Gemeinschaftsmarken) +34-965-131344
Internet: www.oami.eu.int

US Markenamt

<http://tess.uspto.gov>

Kanadisches Markenamt

<http://stratigis.ic.gc.ca>

Nützliche Webseiten:

www.markenblatt.de
www.markenverband.de

Geld mit Werbevitruinen von Vereinen / Werbung

Vorwort

Wir alle kennen Werbung in unterschiedlichsten Formen. Sehr bekannt sind vor allem die publikumswirksamen TV- und Radiospots, bei denen man teilweise den Eindruck hat, dass hier mehr Künstler wie Werbefachleute am Werk sind. Solche Werbeformen haben die Eigenschaft, viel Geld zu verschlingen. Nur größere Firmen können sich derartige Werbebudgets überhaupt erlauben. Doch auch kleine Betriebe brauchen die Werbung, um ihre Produkte den Kunden nahe bringen zu können.

Das Sprichwort „Wer nicht wirbt, der stirbt“ ist wahr. Einzelne Unternehmen dürften vielleicht auch ohne Werbung auskommen, aber die Mehrheit muss in jeder Situation werben. Dies gilt für den Bäcker vor Ort genauso wie für den Schlosser und Kfz-Meister mit kleiner Werkstatt.

Die Werbung hat eine ganz wichtige Funktion: Information. Ohne Information wissen die Kunden nichts über aktuelle Angebote.

In jeder Stadt sehen Sie Reklame, Werbung, die jedoch in der Regel viel Geld kostet, denn alles hat seinen Preis: Der Platz, das Schild, evtl. eine Erlaubnis zum Werben etc.

Die Kosten für Werbung sind für viele kleine Unternehmen einfach zu hoch, um wirklich intensiv werben zu können. Deshalb kümmern wir uns um alternative Lösungen, die Werbung für solche Kandidaten wieder ermöglicht, ohne das Budget gleich zu sprengen.

Die Idee

Werbung ist Teil der Kommunikation, die auch am Rande einer anderen Form von Kommunikation ihren Platz findet. Dazu ist es nötig, für diese Platzierung Unterstützung zu erhalten, welche die ganze Sache unkompliziert, aber gleichzeitig auch wirksam macht. Dabei denken wir an Vereine.

Warum gerade Vereine?

Nun, diese Organisationen haben immer etwas Neues zu verkünden, unterhalten zum Teil eigene Vereinszeitungen oder Schaukästen an gut frequentierten Plätzen.

Was liegt näher, als diese Vitruinen oder Schaukästen für Werbung zu nutzen?

Oft findet man darin Werbeschilder von Sponsoren, die den Verein z.B. mit Kleidung unterstützen, aber bezahlte Werbung sucht man vergebens. Dabei liegt genau hierin die Chance auch für den Verein, noch ein paar Euro nebenbei zu verdienen. Kennen Sie einen Verein, der für zusätzliche Einnahmen nicht dankbar wäre? Die meisten Vereine suchen dringend solche zusätzliche Einnahmequellen, weil die Budgets ausgereizt sind. Weiterhin werden neue Sponsoren gesucht.

Sie agieren als spezielle Werbeagentur für Vereinswerbung, Schaukastenwerbung.

Mit bezahlter Werbung können Sie den Vereinen also das bieten, was auf Interesse stößt. Gleichzeitig verdienen Sie dabei Geld, ohne selbst Kosten zu tragen oder Geld vorzustrecken. Wie geht das?

Die Details

Sie spezialisieren sich auf Werbung in Vitruinen, Schaukästen. Im Interesse der Kunden müssen Sie so viele Standorte wie möglich gewinnen. Dies funktioniert aber

nur, wenn Sie auch die Vereine vom Nutzen der Aktion überzeugen können. Folge: Sie teilen Erträge fair 50/50, das heißt die Vereine bekommen 50% des Betrages eines werbenden Unternehmens (abzüglich Kosten), das durch Ihre Vermittlung die Werbung in den jeweiligen Vitrinen schaltet.

Die Konditionen unterscheiden sich je nach Standort, Größe der Stadt.

Beispiel:

Unternehmer X möchte in einer Stadt Werbung platzieren. Sie bieten ihm an, diese Werbung kostengünstig in Werbevitrinen, Schaukästen unterzubringen, organisieren mit den entsprechenden Vereinen die Vereinbarung. Falls alle Beteiligten zustimmen, lässt der Unternehmer auf Ihre Anweisung Schilder oder Informationsblätter herstellen und Sie bringen in Zusammenarbeit mit den Vereinen diese Materialien an Ort und Stelle an.

Diese Aufgabe sollten Sie immer selbst übernehmen oder verlässliche Kräfte damit beauftragen, denn der Unternehmer möchte verständlicherweise sofort Resultate sehen.

Kosten

Jede Platzierung erfordert in diesem Fall (je nach Größe) 25 Euro im Monat. Der Unternehmer bucht 10 Standorte. Sie machen mit diesem Kunden also einen Umsatz von 250 Euro im Monat. Ziehen Sie noch die Umsatzsteuer ab. Dann teilen Sie den Betrag durch 2. Eine Hälfte überweisen Sie den Vereinen, in deren Vitrinen geworben wird. Die andere Hälfte gehört Ihnen.

Vorteile

Gewöhnlich agieren Werbeagenturen, die mit ähnlichen Modellen arbeiten, mit einem hohen Eigenanteil bei den entstehenden Kosten. Sie müssen Standorte finanzieren, Vitrinen aufstellen, Standmiete zahlen etc.. Das Geschäft kommt dadurch oft an den Rand der Rentabilität, d.h. es lohnt sich kaum, viel Arbeit und Herzblut in die Idee zu investieren.

Hier sieht die Situation aber anders aus:

- I. Sie investieren außer Ihrer Arbeitszeit nichts.
- II. Sie agieren praktisch nur als Organisator für Werbeplätze
- III. Die Standorte bestehen bereits und Sie oder ihre Kunden müssen außer der eigentlichen Werbung nichts mehr zahlen
- IV. Das Image der Standorte ist gut, denn Vereine sind in den Ortschaften beliebt, Treffpunkte des sozialen Lebens
- V. Schaukästen von Vereinen werden von vielen Einwohnern regelmäßig besucht, um sich über Neuheiten im Verein zu informieren. Dabei nehmen diese Leute dann die Werbung wahr und stellen unbewusst eine Verbindung zwischen dem Verein und dem werbenden Unternehmen her. Folge: Ein positives Image für die Firma!
- VI. Die Vereine tragen die Information des werbenden Unternehmens weiter. Es wird schnell bekannt, dass der Verein durch die Werbung des Unternehmens unterstützt wird. Folge: Vereinsmitglieder oder Interessenten nutzen evtl. mit größerer Bereitschaft die Angebote des werbenden Unternehmens.

Ihre Kunden

Wer könnte an dieser Form der Werbung interessiert sein? Bei reiflicher Überlegung stellt man schnell fest, dass der Kundenkreis eigentlich unüberschaubar ist.

- Einzelhändler am Ort (Ideal: Sportfachhandel, Textilien, Musikalienhandel, Tonträger)
- Handwerker
- Freiberufler
- Fitnessstudios
- Massagepraxen, Physiotherapie
- Größere Unternehmen am Ort zur Steigerung des sozialen Engagements
- Gastronomie (ideal zum Anlocken von neuen Kunden (Vereinsmitglieder))

Egal wer in den Vitrinen Werbung macht:

Die Außenwirkung ist stets positiv, denn diese Vitrinen sind Anziehungspunkte für viele Personen. Die Deutschen sind ein Volk von Vereinsmitgliedern. Es gibt wohl keinen Einwohner über 16 Jahre, der nicht Mitglied in irgendeinem Verein ist.

Die Leute identifizieren sich mit den Zielen des Vereins und kaufen auch bei unterstützenden Firmen ein. Das belegen immer wieder Studien des Handels.

Vor allem in der ländlichen Gegend agieren Verbraucher immer noch nach „älteren“ Gesichtspunkten des Handels: Man kauft bei Gleichgesinnten. Handwerker trinken den „Kundentrunk“ bei ihren Kunden (Gastronomen) und anders herum. Es wird durchaus berücksichtigt, wer das soziale Leben in Vereinen unterstützt.

Vor allem in der Gastronomie ist es sehr wichtig, Vereine zu unterstützen, denn diese Mitglieder sind oft Hauptumsatzträger. Denken Sie nur einmal an die vielen Weihnachtsessen, Vereinsversammlungen, Ehrungen, Jubiläen. So manches gesellschaftliches Ereignis kommt nur zustande, weil Vereine Traditionen pflegen. Die Gastronomie profitiert direkt von solchen Veranstaltungen und ist daher gut beraten, den Kontakt zu Vereinen zu pflegen.

Das sind für Sie gute Verkaufsargumente. Besuchen Sie also Gastronomen mit Ihrem Angebot und verdeutlichen Sie den Nutzen der Werbung. Sie dürften viele Kunden gewinnen!

Starthilfe für Vereine

Es gibt durchaus Vereine, die noch keine Werbevitrinen aufgestellt oder auch nicht an diese Form der Information gedacht haben. Diesen Vereinen können Sie Hilfestellung geben, indem Sie die Möglichkeiten des Geldverdienens beschreiben und gleichzeitig Ihre Dienstleistungen anbringen. Sie können den Vorständen zeigen, welche Vitrinen man wo platziert, um auch Werbekunden zu gewinnen. Sie unterstützen mit Rat und Tat diese Vereine, bauen somit sofort eine Verbindung zu den Verantwortlichen auf, die nachher beim Platzieren der Werbung von Vorteil ist. Warum?

Klar: Sie kennen die Personen, auf die es ankommt, die Entscheidungen fällen können. Dann bedarf es meistens nur noch eines Anrufes bei diesen Personen und die Werbung für Ihre Kunden ist perfekt.

Welche Vereine kommen in Frage?

- Turnvereine
- Fußballclubs

- Handballvereine
- Skiclubs
- Tischtennisclubs
- Tennisvereine
- Golfclubs
- Schießvereine
- Radfahrvereine
- Schwimmvereine
- Ruderclubs
- Basketballvereine
- Volleyballvereine
- Sportvereine allgemein
- Motorradclubs
- Musikvereine, Musikschulen
- Freizeitvereine (z.B. Briefmarkensammler, Modellbauvereine, Eisenbahnfreunde etc.)
- Obst und Gartenbauvereine
- Naturfreunde
- Gesangsvereine
- Altenvereine (Betreuung)

Interessengemeinschaften:

- Gewerkschaften (Niederlassungen)
- Parteien (Ortsverbände)
- Umweltgruppen, Vereine
- Verbände
- Träger von Sozialdiensten (Malteser, Johanniter, DRK, diakonisches Werk)
- Kirchen (Schaukästen für Gottesdienstbesucher)

Diese Liste wird Ihnen eventuell zu umfangreich erscheinen, aber alle erwähnten Gruppe oder Vereine pflegen ihre Interessen und freuen sich über Unterstützung. Natürlich sollten werbende Unternehmen und Interessengemeinschaften zusammenpassen.

Beispiel:

Reformhäuser sind ökologisch orientiert. Diese Unternehmen werben gerne bei ihrer Klientel (z.B. Ortsgruppen des BUND, andere Umweltgruppen, Greenpeace etc.).

Manche Unternehmer identifizieren sich mit Parteien und werben daher gerne in Schaukästen gewisser politischer Interessengemeinschaften. Firmen werben auch gerne in kirchlichen Schaukästen.

Für dynamische Unternehmen eignet sich die Werbung bei Sportvereinen. Besonders der Handel trifft hier auf potenzielle Kundschaft. Was liegt für einen Sportfachhändler näher, als beim örtlichen Sportverein zu werben. Die Mitglieder müssen ja ihre Utensilien (Sportschuhe, Trainingsanzüge, Sportkleidung, Ski etc.) irgendwo einkaufen.

Das Verkaufsgespräch

Sie werden oft telefonisch mit Interessenten, potenziellen Kunden sprechen. Beim Telefonverkauf entscheidet das richtige Wort über den Erfolg.

„Die größte Macht ist das richtige Wort zur richtigen Zeit!“ - Was schon Mark Twain erkannte, gilt erst recht im Zeitalter der Kommunikation. Und es macht trotz Internet, E-Mail und SMS weiterhin das persönliche Gespräch zum Erfolgsfaktor Nummer 1 im Verkauf.

Wählen Sie deshalb die "Zauber-Sprache" fürs Telefonieren - und das Vermeiden von Anti-Wörtern.

Ein Gespräch ist immer so gut wie das Gefühl, das es bei den Gesprächspartnern hinterlässt: Gerade am Telefon wirkt eine positive Wortwahl als oft entscheidender Türöffner, fehlen hier doch die Einflüsse von Gestik, Mimik und äußerem Erscheinungsbild. "Wenn ich mein Gegenüber nicht sehen kann, orientiere ich mich natürlich ausschließlich an dem, was er sagt." Und das nicht nur inhaltlich, "wie viele Verkäufer immer noch glauben". Tonlage und Rhythmus der Stimme entfalten über die Ebene des Unbewussten ihre enorme Wirkung - und "eben auch die Art der benutzten Wörter und Formulierungen, über die immer Botschaften gesendet werden". Das Problem dabei: Vielen Verkäufern ist die Färbung bestimmter Wörter nicht klar oder sie "benutzen einfach völlig unreflektiert ihre Alltagssprache".

Tipp: Zauber-Wörter wählen und Anti-Wörter meiden. Damit ist es ein Leichtes, sofort viel professioneller und souveräner aufzutreten. Der Gesprächspartner hört mit größerer Freude zu, Missverständnisse haben keine Chance und Konflikte lassen sich eleganter meistern. Verständlich, dass so die Abschlusswahrscheinlichkeit steigt, denn laut einschlägigen Studien ist der Einfluss der Gefühle bei Kaufentschlüssen kaum zu überschätzen. Welche Wörter und Formulierungen gehören nun zum Vokabular der Zauber-Sprache?

Neben den erwarteten Kandidaten wie "bitte" und "danke" finden sich darin eine Reihe von Begriffen, die sicher bei vielen Verkäufern im aktiven Wortschatz fehlen: Beispielsweise "absolut", "ausgezeichnet", "natürlich", "gerne", selbstverständlich" oder "prima". Noch hilfreicher ist möglicherweise die Gegenüberstellung von Alternativen, mit der sich die eigene Wortwahl rasch überprüfen lässt. Beispiele:

Anti-Wörter und -Formulierungen// Zauber-Wörter und -Formulierungen

Anti-Wörter und -Formulierungen // Zauber-Wörter und -Formulierungen

billig // preiswert, wertvoll

aber, doch, jedoch, dennoch // und, auf der anderen Seite

erst // schon

gleich umgehend // sofort

ja, aber// aus Ihrer Sicht

Konjunktive wie würde, könnte etc. // Indikative: wird, kann etc.

Konkurrenz // Mitbewerber, Wettbewerber

Kosten // Investition, Kondition, Preis

Kritik // Hilfestellung

nicht schlecht // hervorragend, super, prima, gut

Problem // Frage, Anliegen, Chance, Aufgabe

teuer // preiswert, wertvoll

Da bin ich nicht zuständig // Verantwortlich ist Herr/Frau..., ich kläre das gerne für Sie ab

Sie haben mich falsch verstanden // Ich habe mich unklar ausgedrückt

Sie müssen bedenken... // Bitte denken Sie daran, dass...

Verstehen Sie mich bitte nicht falsch // Bitte verstehen Sie mich richtig

Ihren Namen habe ich nicht verstanden // Habe ich Ihren Namen richtig verstanden, Herr/Frau ... ?

Ersatzloses Streichen:

"nötig"

"notwendig"

"nur"

"muss"

"müssen"

"soll" und "sollen"

Diese provozieren den Gesprächspartner zu Aussagen, die dem Verkäufer das Argumentieren pro Abschluss unnötig erschweren. Ebenso sind Wörter und Wendungen zu meiden, die nichts aussagen wie:

"ehrlich gesagt"

"eigentlich"

"eventuell"

"im Prinzip"

"vielleicht"

"wahrscheinlich"

Das wichtigste Zauber-Wort überhaupt: Der Namen des Kunden. Schließlich wird jeder Mensch gerne persönlich angesprochen - eine "optimale Gelegenheit, die so hilfreiche Beziehungsebene im Gespräch zu schaffen".

Was kosten Schaukästen?

Vitrinen und Schaukästen sind schon ab 120 Euro erhältlich. Dabei handelt es sich um stabile Konstruktionen aus Metall für innen und außen. Sie sind wetterfest, robust und ideal für den Einsatz von Informationen und Werbung. Größere Modelle kosten etwa 300-400 Euro. Vereine sollten den Kauf der Schaukästen als Investition betrachten, denn der Kaufpreis amortisiert sich schnell mit bezahlter Werbung. Bezug: Siehe Kontakte.

Startkapital

Am Anfang brauchen Sie einen PC mit passender Software (Office Programme) plus Drucker für die Verwaltung, Telefon, Fax, ein Mobiltelefon sowie einen PKW. Das Auto, das Telefon plus Handy und der PC dürften in vielen Haushalten schon vorhanden sein. Mit einem Startkapital von 2.000-3.000 Euro kommt der Gründer locker aus. Für die Werbung sollten Sie etwa 1.000 Euro einplanen.

Der nebenberufliche Einstieg

Sie können jederzeit nebenberuflich einsteigen. Nach und nach erweitern Sie Ihren Service dann wie gewünscht. Vorteile:

- Man kann in Ruhe den Markt testen
- Ohne Existenzangst sind erste Schritte möglich

- Man kann bescheiden anfangen und dann bei Bedarf erweitern
- Erfahrungen sammeln ist ohne wirtschaftlichen Druck möglich
- Ein teilweiser Rückzug aus dem Beruf wird erleichtert
- Zeitliche Flexibilität und hauptsächliche Einsatzmöglichkeiten an den Wochenenden ermöglicht eine fast reibungslose Koexistenz der beiden Tätigkeiten (Hauptberuf plus Nebenerwerb)

Verdienst

Ihr Verdienst hängt stets von der Auftragslage ab. Sie sollten versuchen, Werbung von Unternehmen für viele Standorte zu buchen. Dann addieren sich auch Kleinbeträge schnell zu einer ansehnlichen Summe.

Die Hälfte der Erträge gehört dabei Ihnen. Je mehr Werbung gebucht wird, desto höher wird Ihr Verdienst sein. Einmal gebuchte Werbung wird in der Regel nicht so schnell wieder storniert. Sie können also von dauerhaften Einnahmen ausgehen und Ihren Einsatzbereich stetig erweitern, um die Umsätze stück für Stück zu steigern.

Zur Orientierung: Pro Einsatz bleiben im Monat etwa 10 Euro übrig. Dabei muss man schon berücksichtigen, dass in einer Vitrine bis zu zehn Werbungen ihren Platz finden. Gehen wir also von 100 Euro pro Vitrine aus. Falls Sie in verschiedenen Ortschaften 100 Vitrinen voll bestücken können, verdienen Sie 10.000 Euro pro Monat. Dies wird nicht auf einen Schlag gelingen, aber mit der Zeit können Sie Ihren Einsatzbereich durchaus erweitern.

Wichtig: Die Werbung

Ihre Werbung sollte einfallsreich sein, aber kaum Geld kosten.

Anzeigen, Inserate

Schalten Sie keine umfangreichen Inserate, sondern lieber gezielt kleine Anzeigen in Zeiten der unbekümmerten Feste (z.B. an Fasching). Dies kostet nicht viel Geld, wenn es sich im Kleinanzeigen handelt, macht aber doch den einen oder anderen Interessenten auf Ihren Service aufmerksam, der dann anruft und sich nach den Bedingungen erkundigt.

PR, Öffentlichkeitsarbeit

Schreiben Sie einen kleineren Artikel über Ihren Service und fügen Sie ein gelungenes Foto von Ihnen im Einsatz bei. Dieses Informationsmaterial stellen Sie nun den Redakteuren der Presse zur Verfügung. Telefonieren Sie auch mit Redakteuren und stellen Sie Ihre Tätigkeit vor. Falls die Lokalredaktion einen kleinen Bericht über Ihre Aktivitäten ins Blatt bringt, ist dies praktisch kostenlose Werbung!

Werbezettel, Flyer

Immer angebracht sind eigene Werbezettel (Hand Outs), die Sie selbst mit ihrem PC und Drucker herstellen können. Sobald jedoch die Auflage größere Dimensionen annimmt, sollten Sie eine Druckerei einschalten. Gestalten Sie (etwa mit Ihrem Textverarbeitungsprogramm) einen ansprechenden Werbezettel, der alles Notwendige enthält (Angebot, Möglichkeiten, vor allem auch Ihre Daten). Dann geben Sie die Datei Ihrer Druckerei, die fix tausend oder mehr Blätter druckt (kostengünstig: Einfarbig, schwarz - weiß).

Diese Blätter verteilen Sie persönlich bei abendlichen Spaziergängen in die Haushalte Ihrer Region. Werbung verteilen auch Schüler / Jugendliche gegen ein Taschengeld.

Internet

Mit den heutigen technischen Möglichkeiten und leicht verständlicher Software kann man ohne eigene Programmierkenntnisse eine kleine Webseite erstellen. Führende Provider bieten sogenannte „Webvisitenkarten“ an, die mit einfacher Software direkt online zu erstellen sind. In etwa einer halben Stunde können Sie eine ansprechende Webseite erstellen. Für wenige Cent oder ein paar Euro im Monat steht Ihre Internetseite dann im Web und ist jederzeit mit eigener E-Mail-Adresse erreichbar. Die Angebote beinhalten auch eine eigene Domain (Internetadresse, z.B. www.schluesseldienst-mueller.de). Kontakt:

www.strato.de

www.1und1.de

Schalten Sie kleine Werbeanzeigen in regionalen Portalen oder auf der Homepage Ihrer Stadt. Manche Gemeinden ermöglichen ihren Gewerbetreibenden auch kostenlose Bereiche mit Hinweisen auf der städtischen Webseite. Nehmen Sie außerdem mit den Programmierern dieser Webseite Kontakt auf und senden Sie Ihre Daten, damit diese Ihren Service ev. integrieren können.

Entwicklungsmöglichkeiten

Sie können eine komplette Dienstleistung anbieten, indem Sie für die Vereine Schaukästen einkaufen, mit Werbung und Vereinesinfos bestücken. Auf diese Weise hat der Verein keine Arbeit damit, zahlt aber für den Service einen fixen monatlichen Betrag.

Hierbei handelt es sich um eine Erweiterung Ihrer Leistungen zum Wohle aller Beteiligten. Vitrinen müssen gepflegt werden. Dies kommt bei Vereinen aber oft zu kurz, d.h. man findet veraltete Infos vor und wendet sich enttäuscht ab. Die Vereinsinfos sollten also stets auf dem neuesten Stand sein. Nur so bleiben viele Personen regelmäßig an den Schaukästen stehen, um sich zu informieren. Bieten Sie den Vereinen also auch eine „Komplettlösung“ an. Dabei müssen Vereine natürlich für aktuelle Informationen sorgen.

Diese Service sollte den Vereinen schon 40 Euro im Monat wert sein. Sie machen dann Ihre Tour von Vitrine zu Vitrine und integrieren neben der aktuellen Werbung auch die neuestens Vereinsinfos. Bei 100 Schaukästen kommen also noch einmal 4.000 Euro im Monat zusammen. Unterschätzen Sie aber den Umfang der zusätzlichen Arbeit nicht!

Spezielle Kontakte:

Bezugsquellen für Schaukästen und Vitrinen

www.folienwerkstatt.de

www.schoenherr.de

www.schaukasten-shop.de

www.orgatech-rs.de

www.mercato.com

www.tmd-gruppe.de

Selbstständig mit einer Agentur für Auftragsvermittlung

Die Wirtschaft lebt von Aufträgen, die gegen Zahlung eines Entgelts durchgeführt werden. Der gesamte wirtschaftliche Verkehr basiert jeweils auf Leistungen für andere. Im Gegenzug arbeiten andere für einen selbst. Die moderne Arbeitsteilung hat zivilisierte Gemeinwesen erst auf den heutigen Stand gebracht.

Damit der Motor jedoch läuft, müssen immer wieder neue Aufträge erteilt werden, um den Kreislauf der Waren und des Geldes in Gang zu halten. Um nun sozusagen als "Schmiermittel" zwischen den einzelnen Firmen zu agieren, eignet sich eine Agentur für Auftragsvermittlung sehr gut. Selbstverständlich kann man nicht in bestehende Geschäftsverbindungen eindringen, doch wenn es um neue Kontakte zu Firmen, Organisationen, evtl. ausländische Adressen geht, sind die Chancen auf Erfolg gut, denn im Grunde sind alle Unternehmen immer an neuen Geschäftsbeziehungen interessiert. Jeder möchte neue Märkte bedienen, mehr Umsatz machen etc.. Heutzutage kann es sich eigentlich niemand mehr leisten, auf von externen Kräften vermittelte Aufträge zu verzichten, es sein denn die eigenen Kapazitäten sind völlig ausgelastet. Selbst dann möchte man aus verständlichen Gründen den Kontakt zu neuen Auftraggebern pflegen, denn es ist ja auch ein Ausbau der Kapazitäten möglich oder wenn andere abspringen, kann eben gleichwertiger Ersatz kommen. Der Markt sucht nach guten Lösungen in diesem Bereich.

Das Gewerbe

Eine Agentur zu Auftragsvermittlung ist eine kleine Firma (Ein-Mann- bzw. -Frau-Betrieb), welche bestimmte Dienstleistungen anbietet. Niemand darf in Deutschland solche Tätigkeiten selbstständig ausüben, ohne ein Gewerbe anzumelden. Man arbeitet selbstständig auf eigene Rechnung und in eigener Verantwortung, d.h. man ist für Einnahmen, Ausgaben, eventuelle Verbindlichkeiten, Zahlung von Abgaben, Steuern etc. selbst verantwortlich. Das Betreiben eines Gewerbes ist eine nachhaltige Tätigkeit mit der Absicht, Gewinne zu erzielen. Man nimmt am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr in diesem Fall im Bereich Dienstleistungen teil. Obligatorisch ist die Anmeldung des Gewerbes beim zuständigen Ordnungsamt. Dort müssen Sie den Zweck des Gewerbes angeben, wobei eine ziemlich weit gefasste Formulierung angebracht ist, denn Sie dürfen nur die beschriebenen Tätigkeiten ausüben. Je präziser diese Formulierungen sind, desto enger wird Ihr Tätigkeitsbereich. Gleichzeitig müssen Sie aber auch aufpassen, nicht Tätigkeitsbereiche anzugeben, für die besondere Prüfungen oder Vorschriften verlangt werden. Bezüglich einer passenden Formulierung hilft Ihnen ein guter Unternehmensberater jederzeit weiter.

Wichtig: Man vermittelt nur Aufträge! Personalvermittlung, Arbeitsvermittlung etc. gehört nicht zu dem Tätigkeitsbereich. Dafür werden gesonderte Genehmigungen benötigt.

Mit der Anmeldung auf dem Ordnungsamt geht ein Durchschlag des Formulars an das zuständige Finanzamt. Sie erhalten dann eine Steuernummer, falls in der Vergangenheit noch keine zugeteilt wurde. Betriebe (Gewerbe) unterliegen der Gewerbesteuer.

Mit einem Gewerbe werden Sie automatisch Mitglied in der IHK (Industrie- und Handelskammer) und müssen Beiträge entrichten. Deren Höhe richtet sich nach Umsatz, Größe des Betriebes, Rechtsform etc.

Gründungsvoraussetzungen

Eine Agentur für Auftragsvermittlung sollte stets am Puls der Zeit sein, d.h. der oder die Betreiber müssen wissen, wer gerade Aufträge zu vergeben hat und wer danach sucht.

Besondere fachliche Kenntnisse oder Ausbildungen sind nicht erforderlich, schaden aber auch nicht. Sehr wichtig ist auch das Vertrauen der Auftraggeber in den Service. Absolute Diskretion und Vertraulichkeit sind unverzichtbare Eigenschaften des Gründers. Vertrauliche Daten dürfen nur an berechnigte Personen oder Firmen weitergegeben werden. Initiatoren sollten gut und gerne am Computer arbeiten. Man verbringt einen großen Teil der Zeit mit Eingaben und Vergleichen in der Datenbank. Deshalb sollten Sie schon ein bisschen Erfahrung im Umgang mit der EDV und modernen Programmen mitbringen.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Zusätzlich benötigt man eine gehörige Portion Durchhaltevermögen, denn bei fast jedem Selbstständigen kommen zuerst schwierige Zeiten. "Aller Anfang ist schwer". Dieses Sprichwort sollte der Gründer durchaus ernst nehmen und sich über die Anforderungen bewusst sein. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen.

Wer Einnahmen erzielen möchte, muss ein gesuchtes Produkt oder eine Dienstleistung ohne Fehl und Tadel abliefern. Dies reicht jedoch nicht immer. Vielmehr sollte man sich bemühen, stets ein besseres Produkt als die Konkurrenz anzubieten.

Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Räumliche Voraussetzungen

Es spielt absolut keine Rolle, von wo aus Sie dieses Geschäft betreiben. Da die meisten Vermittlungen ohnehin per Internet bzw. per Telefon erledigt werden, sind Sie nicht auf besondere Standorte angewiesen. Das ist sehr vorteilhaft, denn Büromieten z.B. in größeren Städten sind einfach zu teuer für diesen Service. Vor allem am Anfang muss man auf das meistens äußerst schmale Budget achten. Sie können also ohne Probleme von der heimischen Wohnung aus loslegen. In den wenigsten Fällen kommen Kunden persönlich vorbei, um sich die "Firma"

anzuschauen. Das Geschäft läuft über den telefonischen Kontakt zu den Kunden, Interessenten.

Zeitliche Voraussetzungen

Die Tätigkeit ist weitgehend abhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man arbeitet am Tag, aber in den Abendstunden können auch noch Gespräche anfallen. Bürozeiten können natürlich selbst festgelegt werden. Im eigenen Interesse sollten Sie jedoch morgens und mittags vor Ort arbeiten und für Interessenten immer erreichbar sein, um gleich entsprechende Vorschläge machen zu können. Ergänzungen in der Datenbank etc. können ständig erfolgen.

Zu welcher Zeit Sie bestimmte Arbeiten erledigen, bleibt Ihnen überlassen. Dies erfordert ein gewisses Maß an Organisationstalent und Disziplin. Die eigene Einteilung der Tätigkeit ist nicht mit "nichts tun" gleichzusetzen. Im Gegenteil: Es fällt mehr Arbeit an als bei Angestellten.

Da Sie jedoch für sich selbst und Ihren Erfolg arbeiten, fällt die zusätzliche Arbeit nicht so schwer.

Alternative

Wer keine Agentur an einem festen Standort gründen möchte, kann auch als mobiler Vermittler arbeiten. In diesem Fall agiert man vor Ort bei den Firmen wie ein Vertreter und vermittelt praktisch von Angesicht zu Angesicht. Obwohl dieser Weg mühsam erscheint, kann der persönliche Kontakt zu den Verantwortlichen doch zum Aufbau eines engen Vertrauensverhältnisses führen, dass sich nachher positiv auswirkt.

Der mobile Service hat jedoch auch Nachteile: Entscheidungswege sind länger und die Eigenschaften einer passenden Datenbank müssen trotzdem integriert werden. Ein vernünftiges Notebook wird also benötigt, dass auf jeden Fall mehr Geld verschlingt als ein Desktop Computer. Internet Verbindungen sind schwierig und zudem über Mobilfunk teuer und nicht sehr sicher. Wer im Sinne eines Vertreters unterwegs sein möchte, kann sich diese Alternative überlegen. Sie verursacht jedoch auf jeden Fall mehr Kosten und Arbeit.

Wie starte ich?

Wie bei anderen Agentur-Konzepten auch brauchen Kandidaten vor allem die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung Ihrer Tätigkeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium PC erledigen. Sie können PCs mit günstigen AMD (Advanced Micro Devices) Prozessor zurückgreifen. Diese CPUs sind genauso leistungsfähig wie vom großen Bruder Intel, kosten aber oft nur die Hälfte. Deshalb erhalten Sie AMD PCs mit gleicher Leistung wesentlich günstiger als Intel PCs.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Da Sie viel mit Datenbanken zu tun haben werden, sollten Sie sich einen schnelleren Rechner leisten. Für etwa 500-600 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie eine Software zur Erstellung von Datenbanken und ein Modem bzw. ISDN Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares und sogar kostenloses Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office enthalten (Download oder CD-ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.). Dann folgt die Erstellung einer - oder mehrerer Datenbanken für zukünftige Einträge von Interessenten sowie Kunden. Anschließend muss man sich um die Werbung kümmern, so dass potentielle Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Starkapital

Beim Start einer Agentur für Auftragsvermittlung benötigen Sie ca. 2.500 bis 5.000 Euro Startkapital. Für die Werbung brauchen Sie deshalb Kapital, weil der neue Service mit verschiedenen Methoden erst einmal bekannt gemacht werden muss. Verzichten Sie am Anfang auf eigene Büros o.ä.. Zuerst sollten entsprechende Aufträge vorliegen. Agieren Sie statt dessen von den gewohnten Räumlichkeiten aus.

Bezugsquellen

PCs, Monitore, Drucker, Komplett Systeme, Software. Kontakt:

BrandX

Tel. 0211-5634970

Faxabruf 0211-56349719

Internet: www.brand-x.de

www.superschnaepchen.com

Gebrauchte Systeme (Pentium PCs, Monitore, Notebooks), die für viele Aufgaben vollkommen ausreichen, erhalten Sie ab ca. 130 Euro von:

Atenso Computervertriebs GmbH

Tel. 06403-775350

Fax 06403-7753577

www.atenso.de

Gute Software für die Buchhaltung produziert die Firma Lexware oder KHK Software. Geeignete Programme erhalten Sie z.B. bei:

Softline AG

Lange Str. 51
77652 Offenburg
Tel. 0781-9293222
Fax 0781-9293240
www.softline.de

Für eine vernünftige Software müssen Sie Ausgaben von etwa 120 Euro rechnen. Es muss aber nicht die neueste Version des jeweiligen Programms sein. Sehr günstige Software verkauft:

Pearl Agency

Pearl-Str. 1
79426 Buggingen
Tel. 01805-5582, Tel. 07631-360200
Fax 07631-360444
www.pearl.de

Folgende Organisationen, Banken bieten auch nützliche Informationen für Selbstständige, selbstständiges Arbeiten etc. an:

Deutsche Ausgleichsbank

Ludwig-Erhard-Platz 1-3
53179 Bonn
Tel. 0228-831-0
Fax 0228-831-2255
Internet: www.dta.de

Kreditanstalt für Wiederaufbau

Palmengartenstr. 5-9
60325 Frankfurt
Tel. 01801-335577
Internet: www.kfw.de

Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer e.V.

Internet: www.asu.de

Bundesverband junger Unternehmer e.V.

Internet: www.bju.de

Preise

Fassen wir also noch einmal zusammen:

EDV Anlage (mit Monitor, Drucker neu): ca. 800 Euro

EDV Anlage (gebraucht): ca. 300 Euro

Modem / ISDN Karte: ca. 50 Euro

Gründungskosten (Formalitäten): ca. 100 Euro

Software (Datenbank gratis von Sun): ca. 100-200 Euro für Buchhaltungsprogramm

Werbung am Start: ca. 750-2.500 Euro je nach Maßnahmen

Der Markt

Es gibt noch nicht viele Agenturen dieser Art in Deutschland. Die Vermittlung von Aufträgen ist in Europa eher unterentwickelt, weil viele Unternehmen noch meinen, dass solche Dienstleistungen nicht notwendig wären. In anderen Märkten (USA, Asien) zeigt sich jedoch, wie vorteilhaft eine professionelle Vermittlung sein kann. Gründer haben ein reichhaltiges Betätigungsfeld vor sich. Die Entwicklungsmöglichkeiten werden nicht durch zu viel Konkurrenz gestört. Obwohl sich einige Personalagenturen dem Thema angenommen haben, fristet die Auftragsvermittlung doch ein Schattendasein in derartigen Firmen. Spezielle Agenturen für Auftragsvermittlung findet man in unseren Breiten kaum.

Potentielle Gründer müssen also vor allem Überzeugungsarbeit leisten, um ihren Service zu etablieren. Der Markt ist offen für neue Agenturen! Es gilt, diese Chance auch zu nutzen.

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Anzeigen in Magazinen, der örtlichen Presse gehören zu den traditionellen Werbeformen. Bei Inseraten haben Sie zudem den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Schalten Sie in Urlaubszeiten keine Inserate! Niemand wird diese zur Kenntnis nehmen, weil fast alle Entscheidungsträger zu dieser Zeit im Ausland verweilen. Anzeigen müssen durch eine einprägsame Schlagzeile wirken.
- Besorgen Sie sich so viele Magazine für Unternehmer wie möglich. Dann erkunden Sie im Impressum, wer für welches Ressort zuständig ist. Diesen Personen senden Sie einen kleinen Text über Ihre Firma und deren Ziele, Nutzen für Kunden etc.. Am Anfang Ihrer Tätigkeit müssen Sie für Presse und Fachmagazine einen sogenannten Public Relation Beitrag verfassen. Dieser Text sollte kurz Ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Interessante Berichte über neue Firmen und Dienstleistungen füllen die Publikationen und ziehen auch weitere Anzeigenkunden an. Solche Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Natürlich werden nicht alle angeschriebenen Magazine den Text veröffentlichen, aber Sie sollten es trotzdem bei allen probieren. Versuchen Sie auch, in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können. Es ist empfehlenswert, gleich beim Start ein besonders Angebot für Interessenten zu präsentieren, um möglichst viele Kunden anzulocken (z.B. Eintrag in der Datenbank zum halben Preis, Gratis-Aktionen etc.).
- Eine einfache und zugleich wirkungsvolle Werbung sind sogenannte "Hand Outs", d.h. man produziert z.B. selbst ein DIN A4 Blatt mit entsprechendem Inhalt, sorgt für eine grafische Aufbereitung und verteilt die Hand Outs selbst an die

Zielgruppe (in diesem Fall z.B. Handwerker, Kleingewerbe, Einzelhändler, kleinere Produktionsbetriebe). Diese Art der Werbung kostet außer der Arbeitszeit fast nichts, aber man sollte sich über den zeitlichen Aufwand im Klaren sein. Mit einem Laserdrucker können Sie mehrere tausend Blätter zu günstigen Konditionen drucken und in Ihrer Region an geeignete Betriebe verteilen.

- Natürlich eignen sich auch gezielte Anschreiben (Mailings). Diese Methode eignet sich vor allem für die Werbung bei Firmen aller Art mit über 20 Mitarbeitern. Der erste Kontakt wird mit einem Werbebrief hergestellt. Solche Briefe richten Sie möglichst an Entscheidungsträger im jeweiligen Unternehmen. Benötigt werden also die Adressen von Unternehmen in der näheren Umgebung plus die Namen der betreffenden Personen. Ein Anruf bei der Zentrale führt in der Regel weiter, d.h. die Telefonistin bzw. Mitarbeiterin im Büro nennt Ihnen gewöhnlich Ihren Ansprechpartner. Vorteil: Mit einem persönlichen Anschreiben sind Sie sicher, dass sich relevante Personen mit dem Angebot beschäftigen. Es landet auf dem Schreibtisch der Zielperson und wird zumindest kurz überflogen.

Verdienstmöglichkeiten

Der mögliche Verdienst hängt natürlich völlig vom Umfang und der finanziellen Stärke der vermittelten Aufträge ab. Beispiel:

Eine Agentur arbeitet vornehmlich für Handwerksbetriebe und vermittelt Aufträge im Bereich von 2.500 Euro bis zu 60.000 Euro. Bei einer Provision in Höhe von 5% werden also Einnahmen von 125 bis 3.000 Euro pro Auftragsvermittlung erzielt. Die Agentur sollte in diesem Fall natürlich schon mehrere Aufträge pro Monat vermitteln, um auf eine vernünftiges Einkommen zu kommen.

Im zweiten Fall arbeitet die Agentur hauptsächlich mit Industriebetrieben zusammen, die im Ausland neue Auftraggeber suchen. Dabei geht es um Auftragsvolumina von durchschnittlicher einer Million Euro. Sie können sich leicht ausrechnen, dass ein vermittelter Auftrag bei 5% Provision relativ viel Geld bringen kann (50.000 Euro), aber dafür wird auch Leistung verlangt. Von der Suche nach geeigneten Partnern über die Abstimmung der nötigen Verhandlungen bis zum Zusammenbringen der verantwortlichen Personen wird alles von der Agentur organisiert. Ohne mehrmalige Besuche bei den beteiligten Unternehmen ist so eine Arbeit nicht zu erledigen.

Je nach Betätigungsfeld gibt es also recht unterschiedliche Möglichkeiten, Einnahmen zu erzielen. Der Erfolg hängt von der Spezialisierung der Agentur und den Fachkenntnissen des Initiators ab. Generelle Verdienstchancen lassen sich nur schwer prognostizieren, da individuelle Chancen in diesem Bereich sehr unterschiedlich sind und der Auftritt im Markt sowie die Erfahrung des Betreibers eine große Rolle spielt.

Nebenberufliche Möglichkeiten

In der Regel sind Agenturkonzepte für den nebenberuflichen Einstieg geeignet. Bei einer Auftragsvermittlung ist dies nur eingeschränkt der Fall, denn die Geschäftspartner erwarten vollen Einsatz für die geleisteten Provisionen. Dies ist nur verständlich, denn je nach Fall geht es um eine Menge Geld. Mit nebenberuflich tätigen Akteuren gibt man sich in der Industrie eigentlich kaum ab. Profis haben ohne Zweifel entscheidend bessere Chancen, von den Entscheidungsträgern ernst genommen zu werden.

Bei kleineren Firmen spielt dies nicht so eine große Rolle. Wer also vor allem für Handwerker und das Kleingewerbe agieren möchte, kann durchaus am Anfang den halben Tag für die Agentur arbeiten und den Rest des Tages mit anderen Aufgaben verbringen. Ziel muss jedoch immer ein rascher Wechsel in die hauptberufliche Tätigkeit sein.

Wer flexibel agieren kann, zuverlässig ist und auch keine kleinen Vermittlungen scheut, wird in der Regel auch Erfolg haben. Startversuche können nebenberuflich unternommen werden, wenn die Ziele nicht in der Vermittlung großer Aufträge liegen. Man kann ganz langsam mit der Tätigkeit beginnen, ohne Angst vor irgendwelchen Verdienstaussfällen oder wirtschaftlicher Not haben zu müssen. Man arbeitet praktisch mit einem "Sicherheitsnetz" (= dem alten Job) bis sich genügend Aufträge ansammeln, um wirklich voll einsteigen zu können. Weiterhin ist ein stetiger Aufbau von Geschäftsbeziehungen über eine längere Frist möglich. Zusätzlich ist ein ausführlicher Test möglich, ob die Tätigkeit überhaupt geeignet erscheint. Die Agentur kann langsam ohne Druck aufgebaut werden. Der Übergang von einer Arbeit als Arbeitnehmer zu der selbstständigen Existenz fällt leichter, da mehr Zeit für den Wechsel zur Verfügung steht. Bei begründeten Zweifeln ist ein Ausstieg ohne größere finanzielle Schäden möglich.

Erweiterung

Stellen Sie zumindest in der Anfangsphase keine Mitarbeiter ein. Dies ist mit Ärger und vielen Kosten verbunden. Arbeiten Sie daher lieber mit anderen Selbstständigen zusammen, falls dies notwendig sein sollte.

Vor allem bei einer Ausdehnung der Aktivitäten auf das Ausland ist eine Zusammenarbeit mit Kollegen in anderen Ländern zu empfehlen. Man kann in solchen Fällen mehrere Aufträge in verschiedenen Nationen vermitteln und sich die Einnahmen mit den jeweiligen Agenturen teilen. Gleichzeitig sind Ersparnisse sowie rationelles Handeln durch Arbeitsteilung möglich.

Sinnvolle Ergänzungen sind z.B. auch die Repräsentanz mancher Produkte der Geschäftspartner oder gar eine aktive Vertretung. Somit erhält man immer aktuelle Informationen und Rückmeldungen von Kunden bzw. Interessenten und kann für die Auftragsvermittlung entsprechenden Schlüsse ziehen.

Chancen und Risiken

Alle selbstständige Tätigkeiten bergen Risiken in sich. Auftraggeber können abspringen, in Konkurs gehen oder andere Dienstleister vorziehen. Deshalb ist es auch sehr wichtig, das eigene Geschäft auf mehrere Beine zu stellen, indem man für möglichst viele Kunden arbeitet. Es ist unwahrscheinlich, dass plötzlich alle Vertragspartner z.B. zahlungsunfähig werden. Bei guten Beziehungen zu mehreren Geschäftspartnern kann das eigene Risiko daher wesentlich vermindert werden. Je mehr verschiedene Kunden den Service der Auftragsvermittlung nutzen, desto sicherer wird die eigene Basis. Leistungen sollten also vielen Interessenten zur Verfügung gestellt werden.

Da jedoch keine großen Investitionen nötig sind, hält sich das gesamte Risiko in Grenzen. Was kann denn im schlimmsten Fall passieren? Der maximale Verlust beschränkt sich auf das eingebrachte Startkapital, wenn absolut kein Geschäft zu machen ist.

Dem stehen jedoch gute Chancen gegenüber. Es besteht kein Zweifel, dass die Dienstleistungsgesellschaft aus den angelsächsischen Ländern auf den europäischen Kontinent übergreift. Mit einer solchen Agentur können Sie mit relativ wenig Einsatz von Kapital, aber sicher viel Arbeit eine selbstständige Existenz etablieren und diese bei Bedarf ausbauen.

Besondere Chancen entstehen natürlich bei großen Projekten. Vor allem internationale Auftragsvermittlungen verwenden viel Zeit, Energie und Kapital in die Erschließung von Kontakten zu wichtigen Persönlichkeiten.

Warum?

Nun, diese Personen entscheiden in vielen Fällen über Aufträge von riesiger Tragweite. Es spielt also eine wichtige Rolle, ob passende Kontakte z.B. zur politischen Elite eines Landes ausgebaut werden können. Die besten Beispiele hierfür haben wir im eigenen Land. Warum hat z.B. ein gewisser Herr Schreiber viele Millionen für die Vermittlung von Geschäften kassiert? Weil er Entscheidungsträger und deren Kaste kannte und zu seinen Gunsten beeinflussen konnte.

Welche Kontakte sind wirklich wichtig?

Zum einen wären da die Verbindungen zum Militär. Jedes Land unterhält eine Armee, die ab und zu mit neuen Gütern aller Art ausgerüstet werden muss. Dabei kann es sich um ganz normale Waren handeln (Kleidung, Maschinen, Zubehör, Ersatzteile etc.), die mit dem Waffenhandel absolut nichts zu tun haben. Natürlich ist mit dem Handel und der Auftragsvermittlung im Bereich der Waffenherstellung viel Geld zu verdienen. Wer also z.B. führende Generale eines Landes kennt und diese regelmäßig bei unterschiedlichen Gelegenheiten trifft, eine Freundschaft aufbaut und gut mit der Familie auskommt etc., hat gute Chancen als Vermittler auftreten zu können. Wenn dann Beschaffungsaufgaben anstehen, kann man je nach Vorgaben diskret Kontakte zu den passenden Firmen aufnehmen und über Konditionen verhandeln.

Zusätzlich sollten Kontakte zu Vertretern aus der Politik etabliert werden. Diese entscheiden über öffentliche Projekte (z.B. den Bau eines Staudamms, einer Untergrundbahn, den Straßenbau, öffentliche Gebäude, Stromversorgung, Telefonleitungen etc.). Es gibt viele Möglichkeiten, durch Herstellung der geeigneten Kontakte gewünschte Aufträge zu vermitteln und dabei kräftig Geld zu verdienen. Je höher die Auftragsvolumina sind, desto härter ist jedoch der Kampf um die Aufträge. Man muss sich im Klaren sein, dass solche "Deals" auch von anderen Organisationen mit allen Mitteln ausgespäht werden, um an entsprechende Informationen zu kommen. So sind z.B. Geheimdienste unterwegs, die Vermittler, Repräsentanten von Firmen ausspähen, abhören etc., um für die eigene Industrie Vorteile zu erzielen.

Wer jedoch über die richtigen Kontakte verfügt und sich mit den Leuten hervorragend versteht, kann in der Regel in aller Ruhe mit geeigneten Unternehmen über die Aufträge sprechen. Ohne "Schmiermittel" wird nicht viel passieren, d.h. alle Beteiligten wollen etwas vom Geschäft haben: Der befreundete General, Repräsentanten der Firma, Staatsvertreter des entsprechenden Landes. Wer meint, dass dies unseriös wäre, liegt völlig falsch. In der großen weiten Welt geht ohne Bezahlung von Interessenvertretern nichts mehr. Es ist eine Illusion, zu glauben, dass internationale Geschäfte ohne solche Zahlungen überhaupt zustande kommen. Alle Interessenten müssen bedient werden, um ein größeres Geschäft befriedigend für alle Seiten über die Bühne zu bringen. Für viele Interessenten dürften solche Aktivitäten das Ziel der Bemühungen sein. Zugegeben: Es ist verlockend, mehrere

Millionen Euro Provision zu erhalten, aber leider kommen solche Deals auch selten vor. Fangen Sie also klein an und steigern Sie Ihre Projekte mit zunehmender Erfahrung und Verbindungen. Niemand kommt sofort als Anfänger an derartige Gelegenheiten.

Der Attraktivitätscoach

Was macht Männer für Frauen attraktiv und umgekehrt?

„Ewig lockt das Weib!“ schon die genialen französischen Filmproduzenten, die mit der legendären Brigitte Bardot Millionen machten, wussten schon lange, dass man mit der holden Weiblichkeit immer gutes Geld verdienen kann.

Warum? Was für eine Frage! Hierbei handelt es sich halt um den Urtrieb mit dem Namen Sexualität. Männer zieht es immer zu Frauen. Deshalb unternehmen Männer auch zahlreiche Versuche, die Frau(en) ihrer Träume zu erobern. Nichts ist so sicher, wie der männliche Drang nach Vereinigung mit weiblichen Wesen. Dieser Trieb beherrscht viele Männer so stark, dass alles andere in den Hintergrund gerät.

In der Liebe wie auch in der Wirkung auf das andere Geschlecht gibt es jedoch zahlreiche Probleme:

- Mangelnde Attraktivität
- Schwierigkeiten mit dem eigenen Selbstbewusstsein
- Orientierung an Idealbildern
- Mangelnde Schlagfertigkeit
- Selbstüberschätzung
- Orientierungslosigkeit
- Zwanghafte Triebe

Dies sind nur einige der vielen Probleme, mit denen sich Männer und auch Frauen „herumschlagen“ müssen. Abhilfe gibt es entweder durch eigene Besserung der Zustände oder man wendet sich an professionelle Helfer, die in kurzer Zeit ein weitgehend objektives Bild erstellen und dann konkret an der Wirkung, der Attraktivität, dem Verhalten des Kunden arbeiten.

Es gibt ein reichhaltiges Betätigungsfeld für diese Aufgabe, denn viele Personen sind einfach unsicher über ihre eigene Wirkung auf das andere Geschlecht.

Dazu kommen immer höhere Ansprüche an Körper und Geist durch die Werbung, Medien und meinungsbildende Magazine. Man vergleicht sich automatisch mit den Reichen und Schönen aus den Medien und stellt dann natürlich in den meisten Fällen enttäuscht fest, dass diese Leute viel schöner, besser sind als die eigene Person. Aufgrund solcher Vergleiche sinkt dann das eigene Selbstbewusstsein und die schon vorhandene Unsicherheit nimmt auch noch zu.

Fazit: Viele Personen werden eben Fälle für den Profi. Sie lassen sich gegen Honorar beraten und erhoffen sich Unterstützung.

Voraussetzungen

Sie sind erfahren, hatten mit Menschen zu tun, können Personen einschätzen? Sie haben vielleicht auch noch psychologische Grundkenntnisse oder haben Soziologie, Psychologie, Sozialwissenschaften studiert? Gute Voraussetzungen bringen auch Menschen mit, die als Partnervermittler tätig waren oder noch sind.

Sie müssen gut mit Menschen umgehen können, deren Sorgen und Nöte verstehen, sich in verschiedene Lagen versetzen können. Das Eingehen auf Probleme bereitet Ihnen keine Schwierigkeiten? Im Gegenteil: Es macht Ihnen Spaß. Sie helfen gerne anderen Menschen und versuchen für Ihre Kunden jeweils das Beste zu ermöglichen?

Dann sind Sie für diese Tätigkeit sehr gut geeignet. Sie müssen ohne Hindernisse auf den Grund der Probleme kommen und dem Kunden eine Lösung zeigen, ohne dass dieser sich krank, schlecht oder minderwertig fühlen muss. Die Kunden wollen praktische Ratschläge hören, mit denen sie etwas anfangen können. Tiefenpsychologische Analysen sind hier nicht erwünscht. Niemand möchte mit einem „gestörten Verhalten“, „Neurosen“ etc. konfrontiert werden. Was zählt, ist der praktikable Rat eines Mitmenschen, der in einer speziellen Situation einfach hilft.

Die Tätigkeit

Es handelt sich hier um eine beratende Tätigkeit:

Mit den Kunden werden Termine vereinbart, zu denen man möglichst pünktlich erscheint. Die Örtlichkeiten sind variabel (Lokal, Park, Kaffee, Büro). Dies hängt vom jeweiligen Kunden ab.

Nach einem kleinen Small Talk kommt man dann zur Sache: Der Kunde schildert seine Probleme und der Coach hört sich die Geschichte erst einmal in aller Ruhe an. Achten Sie darauf, den Kunden in seinen Ausführungen nicht zu unterbrechen. Setzen Sie ihn auch nicht unter Druck mit Nachfragen oder Bemerkungen. Lassen Sie ihn einfach frei erzählen. Nach den Schilderungen des Kunden können Sie mit Fragen nach den Gründen der Probleme forschen.

Zentrales Bedürfnis der Kunden ist die Einschätzung durch den Profi. Nach einer gewissen Zeit sollten Sie also dazu übergehen, dem Kunden Ihren Eindruck zu vermitteln. Hierbei sollten Sie äußerst vorsichtig vorgehen. Auf jeden Fall zu unterlassen sind zu negative Bemerkungen, die dem Kunden die Motivationen nehmen könnten. Verweisen Sie eher auf gute Ansätze, welche jetzt noch verbessert werden sollten. Damit haben Sie diplomatisch ausgedrückt, dass es noch einiges zu tun gibt. Weiterhin müssen Sie dem Kunden Tipps für sein Verhalten gegenüber dem anderen Geschlecht geben. Dazu gehören auch Ratschläge, was erwünscht ist und welche Verhaltensweisen auf jeden Fall nicht zum Ziel führen.

Gliedern Sie Ihr Gespräch mit den Kunden:

- I. Einführung, Vorstellung
- II. Kurzer Small Talk
- III. Schilderung des Kunden
- IV. Fragen an den Kunden
- V. Gemeinsames Klären der Probleme
- VI. Aufklärung über möglich Abhilfe
- VII. Ratschläge für den Kunden zur Verbesserung seiner Chancen, Erscheinung
- VIII. Aufklärung über Bedürfnisse des jeweils anderen Geschlechts, erwünschte Verhaltensweisen etc.

Mit dieser kleinen Liste haben Sie stets einen Anhaltspunkt für Ihr Gespräch. Gehen Sie nach den Vorgaben Punkt für Punkt durch und versuchen Sie, sich nicht allzu sehr ablenken zu lassen. Der Kunde hat für die Konsultation bezahlt und möchte Lösungen zumindest im Ansatz erkennen.

Was braucht man als „Coach“?

Nun, zuerst sollten Sie an ein Büro denken, in dem Sie auch Kunden empfangen können. Dabei kann man sich durchaus an der eigenen Wohnung orientieren. Ein besonderer Raum mit einer Sitzecke, Büromöbel oder einer Couch reicht völlig aus. Sie sollten diesen Raum so gestalten, dass man sich sofort wohlfühlt. Achten Sie also auf eine nicht zu grelle Beleuchtung, warme Farben, eine angenehme Atmosphäre, vielleicht ein paar unempfindliche Pflanzen.

In diesem Raum sollten Sie ungestört mit den Kunden sprechen können.

Zusätzlich benötigen Sie eine EDV-Anlage für die Verwaltung Ihrer Tätigkeit. Sie sollten jetzt aber nicht gleich in den Elektronik-Markt laufen und den neuesten PC plus Zubehör kaufen.

Gebrauchte Computer reichen für diese Aufgabe aus. Sie brauchen keinen neuen Rechner. Diese Kosten können Sie kräftig reduzieren, ohne dass spürbare Leistungseinbußen zu bemerken sind. Im Grunde haben Sie an Ihrem Rechner nur mit der Verwaltung der Tätigkeit zu tun (Textverarbeitung, Buchhaltung, Datenbank für die Kunden, ggf. Kalkulationen mit einem Tabellenkalkulationsprogramm). Vielleicht gestalten Sie auch Ihre Werbung noch selbst mit einem Grafikprogramm o.ä.. All dies ist jedoch selbst mit „schwächeren“ Computern ohne Probleme zu bewerkstelligen.

Zusätzlich sollten Sie natürlich telefonisch erreichbar sein. Ein Telefon plus Faxgerät ist für die Kommunikation mit Interessenten sowie Kunden unbedingt nötig. Selbstverständlich sollten Sie auch ein Mobilfunktelefon haben. Das war's dann aber auch schon bezüglich der notwendigen Technik und Ausstattung.

Sie arbeiten mit Ihrem Kopf, Ihrer Intuition und Ihrer Erfahrung, Menschenkenntnis.

Ausbildung

Ohne Zweifel kann eine solide Ausbildung nur nützen. Auch als Attraktivitätscoach sollten Sie über reichhaltige Erfahrungen verfügen, um mit Menschen umgehen zu können. Generell ist dieser Begriff jedoch wie auch „Coach“ nicht geschützt. Jeder kann sich so nennen, ohne Schwierigkeiten befürchten zu müssen. Für die Gründung eines Einzelunternehmens in Form einer Agentur für Beratung bestehen auch keine Vorschriften. Selbstverständlich erhöhen akademische Abschlüsse der passenden Fakultäten Ihre Glaubwürdigkeit, doch dies sind keine Voraussetzungen für die eigentliche Tätigkeit.

Wirklich weiter bringt den Gründer eine Therapeutenausbildung (z.B. psychologischer Berater), die Sie bei diversen Instituten nebenbei absolvieren können. Es handelt sich meistens um staatlich geprüfte Fernkurse, die ohne Unterbrechung der momentanen beruflichen Tätigkeit belegt werden können. Nach einer Abschlussprüfung erhalten Sie dann ein Zertifikat über den Lehrgang. Solche Ausbildungsmaßnahmen dokumentieren Ihre fortgeschrittenen Kenntnisse in der professionellen Beratung von Menschen. Sie können dann nette Visitenkarten anfertigen lassen und sich als staatlich geprüfter psychologischer Berater (o.ä.) bezeichnen.

Alternativen

Mit einer solchen Ausbildung sind Sie für andere Auftraggeber interessant. Unter Umständen organisieren auch Volkshochschulen, Vereine, Diakonie, Caritas und Gemeinden Sprechstunden für Menschen mit Problemen (Paartherapie, Jugendliche mit Schwierigkeiten etc.) und zahlen dem Berater dann ein ordentliches Honorar. Solche Tätigkeiten passen wunderbar zur eigentlichen Arbeit als Attraktivitätscoach und ergänzen das Tätigkeitsfeld. Falls Sie Ihr Einfühlungsvermögen unter Beweis stellen können, kann auch eine feste Tätigkeit daraus werden (etwa eine halbe Stelle bei der Diakonie für psychologische Beratung aller Art).

Dies würde Ihnen auf jeden Fall entgegenkommen, denn solche Engagements dienen auch wieder als Referenz gegenüber Ihren Kunden und Interessenten.

Gründungsvoraussetzungen

Falls von Seiten der Behörde keine Bedenken gegen Sie vorliegen, ist die Gründung einfach und problemlos. Es sollten keine besonderen Einträge vorliegen (wie etwa ein Vermerk über mangelnde Zuverlässigkeit oder Kenntnisse aufgrund mehrerer Konkurse o.ä.). ansonsten gibt es keinerlei Erfordernisse bezüglich der Gründung außer der vollen Geschäftsfähigkeit.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht Anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Zeitliche Voraussetzungen

Die Tätigkeit ist unabhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man kann seine Arbeitszeit weitgehend selbst bestimmen, muss aber auf die Wünsche der Kunden eingehen.

Meistens ist man in den Abendstunden unterwegs zum Kunden oder mit den Kunden in einem Café. Auch das Wochenende gehört zur Arbeitszeit, denn die Kunden schätzen die entspannte Atmosphäre während der arbeitsfreien Zeit und sind hauptsächlich Samstags (in ihrer Freizeit) für solche Themen empfänglich.

Selbstverständlich können in den Abendstunden auch noch Gespräche mit Kunden am Telefon etc. anfallen. Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Ein Handy gehört zur Standardausrüstung.

Sie müssen damit zurecht kommen, praktisch ständig „in Bereitschaft“ zu stehen.

Wie starte ich?

Sie schaffen sich die obligatorische kleine EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung der Tätigkeit an, falls diese nicht schon vorhanden ist. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Da Sie auch viel im Internet zu tun haben werden, sollten Sie sich evtl. einen schnelleren Rechner leisten. Tests in einem führenden Fachmagazin haben bestätigt, dass schnelle Prozessoren komplexe Internetseiten wesentlich rascher aufbauen können. Für etwa 500-600 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie ein Modem bzw. eine ISDN-Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares E-Mail_Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office / Open Office enthalten (Download oder CD ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen), oder Sie nutzen Outlook Express (Betriebssystem Windows). Mit Open Office haben Sie praktisch alles unter einem Dach vereint (Textverarbeitung, Kalkulation, Datenbank, Präsentation) und können unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Quickbooks von Lexware ist hier für kleine Unternehmen empfehlenswert. Diese Software erhalten sie für etwa 130 Euro. Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen.

Wichtig

Suchen Sie Kontakte zu etablierten Psychologen! Während der Arbeit können Sie mit schweren Fällen konfrontiert werden, die eventuell psychisch krank sind, schwere Leiden aufweisen (z.B. Depressionen). Versuchen Sie nicht, solche Erscheinungen selbst zu therapieren! Verweisen Sie diese Kunden lieber an einen erfahrenen Psychologen. Sie tun dem Kunden und sich damit einen Gefallen, da kranke Personen nur von geeigneten Fachleuten behandelt werden sollten.

Eine Zusammenarbeit mit solchen Fachleuten ist ohnehin anzuraten, um eigene Erfahrungen zu ergänzen. Zur Ergänzung der eigenen Erfahrungen sollten Sie auf jeden Fall noch ein paar geeignete Bücher zum Thema Psychologie, Beratung, Therapie lesen. Auch wenn Sie kein Spezialist in diesem Feld werden, ist doch der Einblick in die Arbeitsweise von Psychologen hilfreich für Ihre Aufgabe.

Startkapital

Als Attraktivitätscoach benötigen Sie ca. 2.000 bis 4.000 Euro Startkapital.

Bezugsquellen

PCs, Monitore, Drucker, Komplett Systeme, Software:

BrandX

Tel. 0211-5634970
Faxabruf 0211-56349719
Internet: www.brand-x.de
www.superschnaepchen.com

Gebrauchte Systeme (Pentium PCs, Monitore, Notebooks), die für viele Aufgaben vollkommen ausreichen, erhalten Sie ab ca. 130 Euro von:

Atenso Computervertriebs GmbH

Tel. 06403-775350
Fax 06403-7753577
www.atenso.de

Gute Software für die Buchhaltung produziert die Firma Lexware oder KHK Software. Geeignete Programme erhalten Sie z.B. bei:

Softline AG

Lange Str. 51
77652 Offenburg
Tel. 0781-9293222
Fax 0781-9293240
www.softline.de

Für eine vernünftige Software müssen Sie Ausgaben von etwa 120 Euro rechnen. Es muss aber nicht die neueste Version des jeweiligen Programms sein. Sehr günstige Software verkauft:

Pearl Agency

Pearl-Str. 1
79426 Buggingen
Tel. 018055582
Tel. 07631-360200
Fax 07631-360444
www.pearl.de

Ebenso nötig sind natürlich noch Telefon und Fax bzw. Mobiltelefon, wobei das Letztgenannte eigentlich fast nur als Empfangsgerät genutzt wird, wenn man für Kunden erreichbar sein muss. Handys erhalten Sie heutzutage bei vielen Anbietern mit günstigen Mobilfunk-Verträgen praktisch umsonst. Kontakt:

www.handy-pak.de

Geeignete Literatur bekommen Sie günstig bei Weltbildverlag, der Ihnen auf Anfrage regelmäßig einen Katalog mit neuesten Büchern zuschickt. Kontakt:

Verlagsgruppe Weltbild GmbH

Steinerne Furt 70
86131 Augsburg
Tel. 0180-5354321
Fax 0821-7004369
www.weltbild.de

Natürlich soll auch hier Amazon als größter Internet Buchhändler nicht unerwähnt bleiben. Kontakt:

www.amazon.de

Der Markt

In größeren Städten sind über 50% der Haushalte Single-Haushalte! Über 50% der Bevölkerung wohnt allein in einer Wohnung. Auf dem Land pendelt sich eine Zahl von 30% ein. Das bedeutet für Sie: Ein riesiges Betätigungsfeld für den Coach!

Warum?

In den meisten Fällen ist dieser Zustand nicht erwünscht, d.h. die Personen wollen schon eine Partnerschaft eingehen, haben aber bisher aus verschiedenen Gründen nicht die richtige Partnerschaft gefunden. Einer dieser Gründe ist die mangelnde Kenntnis über die eigene Wirkung auf das andere Geschlecht. Somit werden zahlreiche Chancen auf beginnende Partnerschaften schlicht und einfach verpasst - oder als solche gar nicht wahrgenommen.

Dies können Sie mit Ihrer Beratung ändern und dafür bezahlen viele Leute auch Geld, denn der Zustand des Single-Daseins soll ja möglichst bald verändert werden. Dafür nehmen die Betroffenen eine Menge Ärger, Umstände und finanzielle Leistungen auf sich. Nur selten kommt es aber bei den sonst „üblichen Maßnahmen“ zum Erfolg.

Es handelt sich um einen gigantischen Markt, den Sie sowieso nicht ausschöpfen können. Das Potenzial an Umsätzen ist ebenfalls sehr groß. Bedenken Sie nur einmal, wie viel Geld Singles für die Anbahnung von Bekanntschaften ausgeben! Falls auch nur ein Bruchteil davon in die Beratung gesteckt wird, dürften Sie bald reich sein.

Im Ernst: Wenn Sie Ihre Dienstleistung richtig darstellen und keine überzogene Versprechungen machen, sind die Chancen auf eine florierende Tätigkeit gut.

Werbung

- Anzeigen in geeigneten Magazinen gehören zu den guten Werbeformen. Bei Inseraten haben Sie den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Inserieren Sie mit wenigen Zeilen und kurzen Texten, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können.
- Kaufen Sie Publikationen über das Thema Männer, Frauen, Lifestyle. Dann erkunden Sie im Impressum, wer für welches Ressort zuständig ist. Diesen Personen senden Sie einen kleinen Text über Ihre „Firma“ und deren Ziele, Nutzen für Kunden etc.. Dieser Text sollte kurz Ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Solche Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Versuchen Sie auch in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer, Internetadresse) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare bzw. Nachdrucke in ausreichender Anzahl anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können.
- Das Internet ist für Ihre Werbung wichtig. Mit einer kleinen Homepage können Sie auf Ihre Dienstleistung aufmerksam machen und neue Kunden gewinnen. Gestalten Sie z.B. mit Hilfe geeigneter Editoren Ihre eigene Webseite und weisen Sie auf Ihren Service hin. Dabei sollten Sie sich an anderen erfolgreichen Seiten orientieren. Bei gewissen Suchmaschinen können Sie mittlerweile Werbeplätze kaufen, was nicht einmal viel Geld kostet. Halten Sie Ihre Seite unkompliziert und

informativ. Niemand möchte bei Ihrer Seite ein Super Design sehen, sondern sich kurz über Ihre Angebote informieren. Integrieren Sie einen kostenlosen Newsletter mit Tipps und Tricks über das Thema. Natürlich geben Sie hier nur ansatzweise Tipps weiter. Mit dem Newsletter können Sie jedoch fast gratis Werbung machen und erreichen Ihre Zielgruppe, denn die Abonnenten tragen sich ja selbst in die Liste der Bezieher ein. Somit können Sie per E-Mail jederzeit über Sonderaktionen informieren.

Verdienstmöglichkeiten

Ihr Verdienst hängt direkt von der Anzahl der Beratungen ab. Pro Beratung über drei Stunden sollten Sie schon 150 Euro nehmen, damit sich Ihr Einsatz auch lohnt. Je mehr Kunden Sie betreuen, desto mehr Einnahmen können Sie generieren.

Standort

Als Attraktivitätscoach können Sie auf dem flachen Land nicht existieren. Zumindest eine größere Stadt sollte in der Nähe sein. Ideal sind Regionen wie das Ruhrgebiet mit vielen Menschen auf einer vergleichsweise geringen Fläche, das Rhein-Main-Gebiet, München, Berlin, Hamburg, Hannover, Stuttgart und Umland. Hier haben Sie ein großes Kundenpotenzial:

Gut verdienende Menschen, die aber so beschäftigt sind, dass die persönlichen Wünsche oft nicht zum Tragen kommen. Solche Leute geben auch für eine passende Beratung Geld aus, was auf dem Dorf mit wenigen Einwohnern nicht der Fall ist.

Die Anonymität der Städte kommt Ihrem Geschäft entgegen. Wenn Sie selbst Ihre Kunden schon persönlich kennen, wird es nichts!

Nebenberufliche Möglichkeiten

Als Coach können Sie wunderbar nebenberuflich einsteigen. Sie sollten also Ihre sonstige Beschäftigung zuerst beibehalten und z.B. abends oder am Wochenende als Attraktivitätscoach arbeiten. Erst wenn sich abzeichnet, dass Sie genügend Umsätze machen, kann dann ein schrittweiser Umstieg zur hauptberuflichen Tätigkeit folgen. Vorteile:

- I. Man steigt langsam ein und kann ohne wirtschaftlichen Druck den Markt testen
- II. Sollte der hauptberufliche Einstieg nicht möglich sein, kann man ohne Probleme nebenberuflich tätig bleiben
- III. Man riskiert praktisch nichts, sondern kann jederzeit bei seiner eigentlichen Beschäftigung bleiben

Vorsicht: Sie müssen Ihren Arbeitgeber über Ihre Nebentätigkeit informieren. Sollte dieser nicht damit einverstanden sein, verhandeln Sie mit Ihrem Chef.

Erweiterung

Wie oben schon beschrieben, können Sie bei geeigneten Voraussetzungen (Ausbildung) Ihre „Reichweite“ erhöhen und für andere Auftraggeber tätig sein. Am besten erkundigen Sie sich bei Trägern wie dem diakonischen Werk, der Caritas, dem Malteser Hilfsorden, dem Roten Kreuz, den Gemeinden, Kirchengemeinden,

städtischen Einrichtungen (z.B. Jugendhaus), bei Vereinen mit sozialen Komponenten.

Beziehen Sie auch das Vorsprechen bei Firmen in Ihre Strategie ein. Es kann durchaus vorkommen, dass Unternehmen ihren Mitarbeitern einen speziellen Service bieten möchten, um deren Produktivität zu erhöhen. Private Probleme sind bei der Entfaltung von Leistungen nämlich nur hinderlich. Klärende Lösungen dagegen setzen wieder neue Kräfte frei und die Leute arbeiten wie befreit weiter. Das nützt allen Beteiligten.

Chancen und Risiken

Wenn Sie nebenberuflich in diesen Markt einsteigen, gibt es praktisch keinerlei Risiken.

Sie arbeiten einfach in Ihrer Freizeit mit Menschen und bauen Ihre Tätigkeit langsam aber sicher immer mehr aus.

Die Chancen sind hier ohne Zweifel sehr gut, denn ein zentrales Problem in unserer leistungsorientierten Welt sind mangelnde menschliche Beziehungen. Immer weniger Personen sind in der Lage, Beziehungen auszubauen und erfolgreich aufrecht zu halten. Aus diesem Grund treffen Sie mit Ihrer neuen Dienstleistung auf eine suchende Klientel mit Bedürfnissen, die bisher nicht - oder nur unzureichend befriedigt wurden.

Sie erhalten also eine Chance, mit sehr bescheidenem Risiko eine Tätigkeit zu etablieren, die Ihnen gute Einnahmen ermöglicht. Gleichzeitig können Sie Ihren Kunden auch noch einen wirklich wertvollen Dienst erweisen, indem Sie Wege zum begehrten Ziel aufzeigen. Ein idealer Weg in ein neues Geschäft mit Bestand!

Aufräumservice für Gewerbe und private Haushalte

Kennen Sie "Messies"? Mit diesem Begriff werden Personen bezeichnet, die überall immer ein furchtbares Chaos hinterlassen. Die Wohnung sieht aus, wie nach einem Bombeneinschlag. Am Arbeitsplatz quillt der Schreibtisch über vor unerledigten Vorgängen. Werkzeuge werden nicht gefunden, Unterlagen verschwinden komplett etc.. Schlimme Formen dieser Erscheinung sind bereits als Krankheit anerkannt und werden therapiert! Solche Personen sind dann aus eigener Kraft nicht mehr fähig, die kleinsten Angelegenheiten im Haushalt vernünftig zu regeln. Was für Andere selbstverständlich ist (z.B. Betten machen, Staubsaugen, Putzen, Spülen etc.) muss mühsam geplant werden.

Warum kommt dieses Phänomen in der heutigen Zeit so oft vor? Zum Einen liegt es bestimmt an erzieherischen Defiziten und auch am Desinteresse an effizienten Strukturen. Sehr wichtig ist aber auch die eigene Organisation und Motivation. In einer Gesellschaft, die Spaß, Konsum und individuelle Verwirklichung als höchste Ziele bestimmt hat, muss man sich nicht wundern, wenn Werte verloren gehen. Damit soll nicht ausgedrückt werden, dass ein rückwärtige Orientierung zu empfehlen ist, aber die positiven Seiten der disziplinierten Wertvorstellung könnte man ruhig übernehmen. Dazu gehört eine automatische Ordnung in den eigenen vier Wänden. Diese Ordnung wird nicht um ihrer selbst Willen aufrecht gehalten. Nein, es

handelt sich schlichtweg um eine Notwendigkeit der persönlichen Organisation. Wenn man selbst Ordnung hält, ist ein effizientes Arbeiten erst möglich. In der Unordnung sucht man unter Umständen viele Stunden nach Gegenständen, Unterlagen, Hilfsmittel etc. In dieser Zeit können ordentliche Personen in Ruhe arbeiten und bringen es deshalb in der Regel auch zu etwas: Mehr Geld, mehr Freizeit, mehr Zeit zu leben und weniger Stress.

Exkurs

Ein simples Beispiel verdeutlicht die Vorteile schon bei kleinen Angelegenheiten:

Sie kennen sicher Personen, die ständig auf der Suche nach ihren Schlüsseln sind, nicht wahr? Egal wo solche Personen auftauchen: Irgendwo wird der Schlüssel abgelegt und später weiß der Betreffende nicht mehr, an welchem Platz nun der Schlüssel liegt. In Zeitdruck entsteht dann gleich Panik und die gesamte Umgebung wird zur Suche nach dem Schlüssel (Autoschlüssel, Hausschlüssel etc.) mobilisiert. Umsichtige Personen platzieren den Schlüssel immer am selben Ort (etwa in der rechten oder linken Hosentasche). Es kann also keine Aufregung aufkommen, denn die Suche nach dem Schlüssel verläuft immer erfolgreich. Sobald man eine Hose anzieht, kommt der Schlüssel in die rechte Hosentasche, wo dieser dann bleibt. Dort findet man ihn immer, ohne auch nur eine halbe Sekunde Zeit zu verlieren!

Im Laufe eines ganzen Lebens kann man so eine Menge Zeit sparen und wird vielfach die Ruhe bewahren können, während andere verzweifelt auf der Suche sind.

"Ordnung halten" heißt in diesem Zusammenhang nicht militärischer Drill, sondern die Einführung eines Systems, dass rationelle sowie schnelle Arbeitsabläufe ermöglicht. Man sollte stets genau wissen, wo man benötigte Gegenstände findet.

Gründungsvoraussetzungen

Ordnung ist für Sie kein Problem? Ordnung ist Ihnen praktisch in Fleisch und Blut übergegangen? Prima! Dann sind Sie für die unten beschriebene Aufgabe gut geeignet.

Können Sie ein chaotisches Zimmer schnell in ein mustergültiges verwandeln? Diese Frage müssen Sie sich als Betreiber eines neuen Aufräum-Services jeden Tag stellen. Mit der Zeit gewöhnt man sich an die Tätigkeit. Wichtig ist vor allem schnelles, zuverlässiges Arbeiten. Gründer müssen über 18 Jahre alt - und in der Lage sein, Unordnung rasch zu beseitigen, wichtige Unterlagen sicher zu deponieren bzw. zu sortieren, Unrat und Müll möglichst spurlos zu entsorgen und den betreffenden Raum in neuem Glanz erscheinen zu lassen.

Besondere fachliche Kenntnisse oder Ausbildungen sind nicht erforderlich, schaden aber auch nicht. Kandidaten müssen nur chaotische Verhältnisse in absehbarer Zeit in mustergültige Umgebungen verwandeln können. Gerade bei der jüngeren Generation gibt es in der Regel viel zu tun. Weiterhin sollte Nacharbeit kein Problem sein, denn die Kunden möchten tagsüber keine Störfaktoren im Betrieb haben. Somit sind die Einsatzzeiten auf die Stunden nach Feierabend oder das Wochenende beschränkt. Wer sich mit ungewöhnlichen Arbeitszeiten anfreunden kann, hat gute Chancen, seinen Service erfolgreich zu etablieren.

Sehr wichtig ist auch das Vertrauen der Auftraggeber in den Service. Absolute Diskretion und Vertraulichkeit sind unverzichtbare Eigenschaften des Gründers. Es versteht sich von selbst, dass Indiskretionen sofort zum Beenden der

Geschäftsbeziehung führt. Wer sich also ein wachsendes Betätigungsfeld erschließen möchte, sollte folgende Punkte immer beachten:

- Sämtliche Angelegenheiten des Kunden bleiben in den Räumlichkeiten des Kunden.
- Gefundene Informationen, Vorgänge oder andere Schriftstücke gehören zum Eigentum des Kunden und müssen sehr sorgfältig behandelt werden.
- Interna dürfen unter keinen Umständen an Dritte weitergegeben werden.

Gründer mit Kenntnissen in der Büroorganisation können ihre Erfahrungen einbringen und gewerblichen Kunden evtl. bei der Ablage o.ä. unterstützend zur Seite stehen.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Wer Einnahmen erzielen möchte, Aufträge an Land ziehen will, muss Leistung abliefern. Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden. Die Kunden müssen erkennen, dass Sie richtig "malochen" können, bei ihrer Tätigkeit sozusagen in ihrem Element sind. Dann entsteht auch das nötige Vertrauen.

Die Lage

In vielen Büros, Firmen, Einzelhandelsgeschäften sind die Betreiber mit der notwendigen Ordnung überfordert. Das Tagesgeschäft ist einfach zu anstrengend bzw. die Kenntnisse über effiziente Gestaltung der Arbeitsumgebung fehlen. Resultat: Die Arbeit artet aus und man glaubt, in Bergen voller Vorgängen zu stecken bzw. dem Tagesgeschäft nicht mehr gewachsen zu sein.

Somit müssen externe Kräfte für den regelmäßigen "Wirbelwind" im Hause sorgen. Manche Betriebe engagieren aber ganz gerne solche "Aufräum-Agenturen", weil man selbst über viele Stunden mit der Arbeit beschäftigt ist und dann kaum noch Nerven für das Beseitigen der eigenen Unordnung hat, weil am nächsten Tag wieder die ganze Kraft für schwierige Aufträge vorhanden sein muss. Gründer müssen nach einer kleinen Anleitung (was kommt wohin?) in der Lage sein, in kurzer Zeit Ordnung herzustellen und die Verhältnisse auf ein erträgliches Maß zu bringen, so dass der neue Tag wieder mit einem aufgeräumten Geschäft Büro etc. beginnen kann.

Eine nicht zu verachtende Idee ist der individuelle Aufräum-Service. Hierbei werden Büros bzw. Räumlichkeiten des Gewerbes ohne Unterbrechung des Betriebs zielgerichtet aufgeräumt, so dass Mitarbeiter am nächsten Morgen wieder mit frischem Elan ans Werk gehen können.

Die Gründe für solche Engagements können vielfältig sein:

- Manche Belegschaften sind so beschäftigt, das in gewissen Perioden keine Zeit für andere Tätigkeiten bleibt (z.B. Internet Agenturen mit Termindruck).
- Die Zeit und damit auch die Gehälter sind dem Unternehmen zu wertvoll, um gut bezahlte Angestellte mit solchen Tätigkeiten zu betrauen.
- Die Belegschaft soll ihre ganze Kraft nur in die Arbeit stecken und nicht mit "profanem" Aufräumen belästigt werden.
- Aufräumen stört die Kreativität der Angestellten (z.B. bei Werbeagenturen, künstlerischen Tätigkeiten).

Sicherlich fallen Ihnen noch weitere Gründe ein, warum man nicht selbst aufräumen möchte. Wie die Reinigung der Räume, kann auch die Ordnung an externe Dienstleister übergeben werden. Allerdings erfordert dies in jedem Fall eine klare Formulierung der Aufgaben. Deshalb sollten Sie immer schriftlich niederlegen, welche Arbeiten überhaupt erledigt werden sollen. Natürlich ist Vertrauen ein wichtiger Punkt. Arbeiten Sie beim Kunden immer selbst mit oder setzen Sie also nur Personen ein, die Ihnen seit vielen Jahren bekannt sind. Schließlich stöbern Sie unter Umständen auf Schreibtischen oder in Aktenschränken von Firmen herum. Eine schriftliche Garantie der absoluten Diskretion ist nötig.

Räumliche Voraussetzungen

Natürlich sollten Sie in der näheren Umgebung eine größere Stadt haben, denn eine gewisse Bevölkerungsdichte ist für so einen Service unbedingt notwendig. Auf dem Land wird man sich schwer tun, denn es gibt in der Regel einfach nicht genügend Auftraggeber, es sein denn, man ist weit und breit der einzige Anbieter.

Zeitliche Voraussetzungen

"Allzeit bereit" heißt die Devise für die Aufräumagentur. Sie müssen jederzeit in der Lage sein, Aufträge durchzuführen. Gerade bei Betrieben wird sich die Arbeit oft in den Abend verlagern, weil man sich am Tag nicht stören lassen möchte. Auch Nachtschichten gehören durchaus zum Alltag.

Was braucht der/die Gründer(in)?

Außer einem meist ohnehin schon vorhandenen PKW (praktisch sind Kombis) und einem Schreibtisch in der eigenen Wohnung brauchen Sie nur noch die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung ihrer Tätigkeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium PC erledigen.

Brauchbare PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen. Natürlich handelt es sich dann nicht um das schnellste Modell, aber einen ganz fixen Rechner brauchen Sie auch nicht. Kontakt:

BrandX

Tel. 0211-5634970

Faxabruf 0211-56349719

Internet: www.brand-x.de

www.superschnaepchen.com

Gebrauchte Systeme (Pentium PCs, Monitore, Notebooks), die für viele Aufgaben vollkommen ausreichen, erhalten Sie ab ca. 130 Euro von:

Atenso Computervertriebs GmbH

Tel. 06403-775350
Fax 06403-7753577
www.atenso.de

Gute Software für die Buchhaltung produziert die Firma Lexware oder KHK Software. Geeignete Programme erhalten Sie z.B. bei:

Softline AG

Lange Str. 51
77652 Offenburg
Tel. 0781-9293222
Fax 0781-9293240
www.softline.de

Für eine vernünftige Software müssen Sie Ausgaben von etwa 120 Euro rechnen. Es muss aber nicht die neueste Version des jeweiligen Programms sein. Sehr günstige Software verkauft:

Pearl Agency

Pearl-Str. 1
79426 Buggingen
Tel. 018055582, Tel. 07631-360200
Fax 07631-360444
www.pearl.de

Unverzichtbar sind natürlich noch Telefon und Fax bzw. Mobiltelefon, wobei das Letztgenannte eigentlich fast nur als Empfangsgerät genutzt wird, wenn man für Kunden erreichbar sein muss. Handys erhalten Sie heutzutage bei vielen Anbietern mit günstigen Mobilfunk-Verträgen praktisch umsonst.

Um Müll oder andere Dinge entfernen zu können, braucht man ein paar Körbe aus Kunststoff, die in vielen Supermärkten erhältlich sind.

Weiterhin kann es nützlich sein, sich von Verbänden verschiedene Infos über das Thema Selbstständigkeit senden zu lassen.

Starkapital

Für eine Aufräumagentur bzw. Service benötigen Sie ca. 2.500 bis 5.000 Euro Startkapital.

Der Markt

Es gibt noch nicht viele Agenturen dieser Art in Deutschland. Dies liegt unter anderem auch an unserem ausgeprägten Ordnungssinn, der jedoch immer mehr verloren geht. Mit einem guten Angebot stoßen Sie also sozusagen in ein offenes Feld voller Möglichkeiten. Der Markt ist aufnahmebereit, denn vielfach wird die Spezialisierung auf die Spitze getrieben. Raumpfleger/innen sorgen für Sauberkeit, aber die Wenigsten würden wohl ihre Schreibtische von diesen Kräften aufräumen lassen. Man kann sich eine Vertrauensposition erarbeiten, die über lange Jahre halten kann. Das Ziel sind feste Geschäftsbeziehungen zu einer Reihe von Kunden.

Dienstleistungsagenturen haben eine rosige Zukunft vor sich, wenn die Leistung stimmt.

Werbung

Die Werbung hat in diesem Fall vor allem die Funktion der Information, d.h. potenzielle Kunden sollen möglichst umfassend über den angebotenen Service informiert werden, damit eine Entscheidungsgrundlage zur Kontaktaufnahme vorliegt. Wenn die Verantwortlichen in Firmen und Privathaushalten nichts über den neuen Service wissen, besteht auch keine Chance, Aufträge zu erhalten. Deshalb ist die Werbung ein wichtiger Faktor, ohne den praktisch nichts läuft. Werbung verursacht Kosten. Ein großer Teil des Startkapitals wird durch Werbemaßnahmen aufgezehrt. Das ist jedoch kein verlorenes Geld, sondern die Maßnahmen tragen dazu bei, den Service bekannt zu machen und erhöhen somit die Chance, dass Interessenten auf die neue Agentur und deren Leistungen aufmerksam werden.

Welche Werbeformen sind möglich?

- Als einfache und zugleich wirkungsvolle Werbung eignen sich Hand Outs, d.h. man produziert z.B. selbst ein DIN A4 Blatt mit entsprechendem Inhalt, sorgt für eine grafische Aufbereitung und verteilt die Hand Outs selbst an die Zielgruppe. Diese Art der Werbung kostet außer der Arbeitszeit fast nichts. Mit einem Laserdrucker können Sie mehrere Tausend Blätter zu günstigen Konditionen drucken und in Ihrer Region verteilen.
- Eine weitere Möglichkeit sind gezielte Anschreiben (Mailings). Diese Methode eignet sich vor allem für die Werbung bei gewerblichen Kunden. Der erste Kontakt wird mit einem Werbebrief hergestellt. Solche Briefe richten Sie möglichst an Personen im Unternehmen, die zu derartigen Entscheidungen berechtigt sind. Benötigt werden also die Adressen von Unternehmen in der näheren Umgebung plus die Namen der betreffenden Personen. Ein Anruf bei der Zentrale führt in der Regel weiter, d.h. die Telefonistin nennt Ihnen gewöhnlich Ihren Ansprechpartner. Vorteil: Mit einem persönlichen Anschreiben sind Sie sicher, dass sich relevante Personen mit dem Angebot beschäftigen. Es landet auf dem Schreibtisch der Zielperson, und wird zumindest kurz überflogen.
- Eine dritte Möglichkeit sind Anzeigen in Magazinen, der örtlichen Presse. Bei Inseraten haben Sie den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Schalten Sie in Urlaubszeiten keine Inserate! Niemand wird diese zur Kenntnis nehmen, weil fast alle Entscheidungsträger im Ausland verweilen. Anzeigen müssen durch eine einprägsame Schlagzeile wirken.
- Am Anfang Ihrer Tätigkeit müssen Sie für die örtliche Presse einen Public Relation Beitrag verfassen. Dieser Text sollte kurz Ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Interessante Berichte über die heimische Wirtschaft füllen die Zeitung und ziehen auch weitere Anzeigenkunden an. Der Beitrag ist für den Gründer kostenlose Werbung und kann gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Versuchen Sie auch in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich

wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Beantworten Sie alle Fragen höflich und wahrheitsgemäß. Aufgrund der ersten Gespräche lassen sich sofort Termine vereinbaren. Der Gründer kann sich persönlich vorstellen und sogar Kostproben seiner Tätigkeit vorführen. Es ist empfehlenswert, gleich beim Start ein besonders Angebot für Interessenten zu präsentieren, um möglichst viele Kunden anzulocken (z.B. Aufräumen zum halben Preis, Gratis-Aktionen etc.). Dies kann z.B. im PR-Beitrag erwähnt werden.

Verdienstmöglichkeiten

Mit ein paar festen Auftraggebern kann die "Eine-Mann-Agentur" locker auf 2.000-3.500 Euro pro Monat kommen. Dies funktioniert, wenn man z.B. in einem Turnus von 4 Tagen für vier bis sechs verschiedene Auftraggeber tätig wird. Ein Abend gehört den jeweiligen Kunden. An diesem Abend wird das gesamte Büro auf Vordermann gebracht. Alle vier Werktage ist es wieder soweit. In diesem System müssen die Chefs und Mitarbeiter nicht mehr aufräumen, sondern können alles stehen und liegen lassen. Den Service bieten Sie dann für runde 500 Euro plus Steuer pro Monat an. Natürlich lässt sich dieses Beispiel auch für 5 oder 6 Tage mit der entsprechenden Anzahl an Auftraggebern ausführen.

Zusätzlich können private Termine den Verdienst noch erhöhen. Solche Einzeltermine werden dann je nach Aufwand und benötigter Zeit abgerechnet. Möglich ist z.B. eine Zeit orientierte Bezahlung (Stundentarif) oder ein Pauschalangebot (z.B. 100 Euro pro Aktion). Zu den privaten Gelegenheiten kommen wir gleich.

Alternative: Der Einsatz bei Privatkunden

Zusätzlich können Sie privaten Kunden Dienstleistungen anbieten. An den Wochenenden dürften einige Termine zustande kommen. Wer schon einmal in diverse Wohnungen gekommen ist, weiß bestimmt, dass hier noch viel Potenzial für solch einen Service besteht. Aufräumen scheint nämlich aus der Mode gekommen zu sein. Hier könnte man z.B. den monatlichen Aufräum-Check anbieten, d.h. einmal im Monat wird dann die Wohnung vom Spezialist "auf den Kopf" gestellt. Gleichzeitig können die Bewohner gegen Honorar unterrichtet werden, wie man Chaos vermeidet und sich somit viel Ärger spart. Es gibt noch viele Anwendungsmöglichkeiten, denn mit zunehmender individueller Gestaltung der Gesellschaft, der Arbeit und der Freizeitaktivitäten geht der Ordnungssinn anscheinend verloren. Der Markt für solche Dienstleistungen ist ohne Zweifel vorhanden. Es kommt darauf an, die eigene Leistung möglichst gewinnbringend zu vermarkten.

Einsatzmöglichkeiten

- Ordnung nach der Party. Viele Organisatoren von Partys möchten danach nicht aufräumen und würden gerne einen entsprechenden Service engagieren.
- Besorgte Eltern könnten die "Buden" ihrer Sprösslinge wieder auf Vordermann bringen lassen.
- Älteren Leuten fallen manche Tätigkeiten aufgrund körperlicher Beschwerden nicht mehr so leicht. Der Aufräumservice könnte gerade bei Senioren auch gesellschaftspolitisch wertvolle Arbeit leisten. Ein Gespräch mit Krankenkassen,

Sozialstationen, Hilfsorganisationen vor Ort bezüglich der Übernahme von Kosten etc. wäre vielleicht empfehlenswert.

- Viele Leute sind mit einem Umzug und den damit verbunden Arbeiten überfordert. Der Aufräumservice könnte Hilfe beim Einsortieren etc. leisten.
- Aus dem Urlaub ins Chaos? Familien kehren nicht so gerne in unordentliche Häuser, Wohnungen zurück. Der Aufräumservice könnte während der Abwesenheit für Ordnung sorgen.
- Vereine feiern auch im kleinen Rahmen gerne Feste. Wenn es dann ans Aufräumen geht, ist plötzlich niemand mehr da. Solche Sachverhalte sind bekannt. Deshalb kann der neue Service ein spezielles Angebot für Vereine erstellen.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Die Tätigkeit eignet sich sehr gut für einen nebenberuflichen Einstieg. Vor allem für Personen mit sonstigen Verpflichtungen (Mütter, Studenten etc.) und zeitlichen Problemen sind solche Tätigkeiten jederzeit möglich. Wer flexibel agieren kann, zuverlässig ist und keine Arbeit scheut, wird in der Regel auch Erfolg haben.

Der nebenberufliche Start dürfte einige Vorteile gegenüber den sofortigen hauptberuflichen Einstieg haben:

- Kandidaten können ganz langsam mit der Tätigkeit beginnen, ohne Angst vor irgendwelchen Verdienstaussfällen oder wirtschaftlicher Not haben zu müssen. Man arbeitet praktisch mit einem "Sicherheitsnetz" (= dem alten Job) bis sich genügend Aufträge ansammeln, um wirklich voll einsteigen zu können.
- Es ist ein stetiger Aufbau von Geschäftsbeziehungen über eine längere Frist möglich. Niemand ist gezwungen, sofort fünf oder sieben feste Kunden "an Land zu ziehen".
- Man kann sich selbst ohne Gefahr testen, ob die Tätigkeit überhaupt geeignet erscheint.
- Es besteht die Möglichkeit, das eigene Geschäft Schritt für Schritt ohne Druck aufzubauen. Eine sorgfältige Auswahl der Kunden ist daher möglich. Man muss nicht jeden Auftrag annehmen.
- Der Übergang von einer Arbeit als Arbeitnehmer zu der selbstständigen Existenz fällt leichter, da mehr Zeit für den Wechsel zur Verfügung steht.
- Bei begründeten Zweifeln ist ein Ausstieg ohne größere finanzielle Schäden möglich.
- Falls sich herausstellt, dass für eine hauptberufliche Tätigkeit nicht genügend Kunden vorhanden sind, kann der Nebenjob weitergeführt werden.

Erweiterung

Mit der Zeit wird die Agentur genug Aufträge erhalten, die gerade noch mit einer Person durchzuführen sind. Was tun, wenn man die Arbeit nicht mehr allein bewältigen kann?

In diesem Fall sollten verlässliche Subunternehmer gesucht werden. Diese Leute müssen auf vertraglicher Basis für die eigene Agentur tätig werden, indem für gewisse Summen Arbeiten auf Termin durchgeführt werden. In der Praxis erhalten Subunternehmer einen frei zu verhandelnden Anteil der bezahlten Auftragssumme. Wenn also z.B. für einen Auftrag 1.000 Euro bezahlt werden, gibt man dem Subunternehmer 700 Euro für die Arbeit. Achten Sie in den Verträgen auf Quellenschutz, d.h. Aufträge bei bestimmten Kunden (Ihren Kunden) dürfen nur in

Zusammenarbeit mit der Agentur bearbeitet werden. Somit bleibt der Subunternehmer an die Agentur gebunden und tritt nicht als selbstständige Konkurrenz auf. Mit diversen Klauseln lässt sich dies verhindern. Sprechen Sie mit einem Anwalt Ihres Vertrauens über einwandfreie Formulierungen im Vertrag.

Stellen Sie zumindest in der Anfangsphase keine Mitarbeiter ein. Dies ist mit Ärger und vielen Kosten verbunden. Arbeiten Sie daher lieber mit anderen Selbstständigen zusammen. Ein Problem muss allerdings berücksichtigt werden: Es darf keine Scheinselbstständigkeit entstehen. Subunternehmer sollten also nachweisen können, dass für mehrere Auftraggeber gearbeitet wird. Dies ist z.B. bei Raumpfleger(innen) oft der Fall. Falls es absehbar ist, dass die eigenen Kapazitäten nicht ausreichen, sollten Sie sich frühzeitig um passende Kräfte kümmern.

Chancen und Risiken

Jede selbstständige Tätigkeit birgt Risiken in sich. Auftraggeber können Verträge kündigen, in Konkurs gehen oder andere Dienstleister vorziehen. Deshalb ist es auch sehr wichtig, das eigene Geschäft auf mehrere Beine zu stellen, indem man für viele Kunden arbeitet. Es ist unwahrscheinlich, dass plötzlich alle Vertragspartner z.B. zahlungsunfähig werden. Bei guten Beziehungen zu mehreren Geschäftspartnern kann das eigene Risiko daher wesentlich vermindert werden. Je mehr verschiedene Kunden den Service nutzen, desto sicherer wird die eigene Basis. Leistungen sollten also vielen Abnehmern zur Verfügung gestellt werden.

Da jedoch keine großen Investitionen nötig sind, hält sich das gesamte Risiko in Grenzen. Was kann passieren? Der maximale Verlust beschränkt sich auf das eingebrachte Startkapital, wenn absolut kein Geschäft zu machen ist.

Dem stehen jedoch gute Chancen gegenüber. Es besteht kein Zweifel, dass die Dienstleistungsgesellschaft aus den angelsächsischen Ländern auf den europäischen Kontinent übergreift. Mit einer solchen Agentur können Sie mit wenig Einsatz von Kapital, aber viel Arbeit eine selbstständige Existenz etablieren und diese bei Bedarf ausbauen. Vielfach sind es die einfachen Ideen, die letztendlich erfolgreich sind, wobei eine gewisse Ordnung unabhängig von externen Einflüssen eigentlich immer Konjunktur hat, weil sie Voraussetzung für effizientes Arbeiten ist. Diese Ordnung schaffen Sie als Gründer eines "Aufräumservice" in kurzer Zeit. Es handelt sich um ein sicheres Geschäft, wenn man es richtig anpackt, denn Ordnung muss wie das tägliche Brot immer wieder hergestellt werden. Dieser Zustand hält bei manchen Kunden nur für wenige Tage an. Dann muss der Spezialist wieder an die Arbeit, die auf diese Weise bestimmt nicht ausgeht, solange viele Interessenten nicht in der Lage sind, selbst aufzuräumen.

Der Bewerber-Check

Vorwort

Unternehmen stellen immer weniger Mitarbeiter ein. Dies hängt neben den zum Teil haarsträubenden Bedingungen im Arbeitsrecht, den steigenden Lohnnebenkosten auch mit der begründeten Vorsicht der Betriebe zusammen, die ihrerseits Risiken minimieren möchten.

Einstellungen bedeuten für Unternehmen stets auch ein großes Wagnis.

- I. Ist der Bewerber für die Aufgabe geeignet?
- II. Erfüllt er die hohen Erwartungen?
- III. Ist er zuverlässig, arbeitsam?
- IV. Ist er wirklich flexibel?
- V. Hält der Bewerber seine Versprechungen aufrecht?
- VI. Hat er bedeutende Probleme?

All diese Fragen kann der Personalleiter des Betriebes nur eine gute Zeit nach der Einstellung beantworten. Im Grunde lässt sich das Unternehmen selbstverständlich nach Prüfung der Bewerbung aber immer wieder auf ein Spiel mit unsicherem Ausgang ein.

Zu dem wichtigen immateriellen Kapital das in der Bilanz nicht zu finden ist, zählen zuverlässige Mitarbeiter. Heutzutage ist es jedoch nicht selbstverständlich, dass Bewerber auch den menschlichen Ansprüchen der Unternehmen genügen. Selbst wenn fachlich nichts auszusetzen ist, kann sich der scheinbar hochqualifizierte Bewerber als totaler Fehlgriff herausstellen.

Es gibt keine Garantie für den reibungslosen Ablauf der Eingliederung und der anschließenden Zusammenarbeit mit den Kollegen. Zusätzlich kommen noch Unwägbarkeiten in Form von eventuell verschwiegenen Eigenschaften auf den Arbeitgeber zu, die aber sehr wichtig sein können. Es ist nur verständlich, dass sich Betriebe also genau für zukünftige Mitarbeiter und deren Umfeld, Eigenschaften, Schwächen interessieren, obwohl dies von der gesetzlichen Seite her nicht unbedingt gedeckt ist.

Stellen Sie sich doch einmal folgenden Fall vor, der eigentlich nicht aus der Luft gegriffen ist:

Ein Betrieb stellt einen neuen Kollegen ein, der sich in der Bewerbung wunderbar präsentiert und auch im persönlichen Gespräch einen guten Eindruck macht. Nach einiger Zeit stellt sich jedoch heraus, dass der gute Mann ein Alkoholproblem hat und die Firma durch Fehlzeiten und misslungene Einsätze viel Geld kosten wird. Das Unternehmen muss den Mitarbeiter erst einmal wieder loswerden und dann den Schaden (evtl. bei Kunden, Lieferanten) neutralisieren. All dies ist mit Arbeit, Zeit und damit Geld verbunden.

Wäre es nicht sehr nützlich, wenn diese Firma vorher von den Problemen des Bewerbers erfahren hätte?

Dem Unternehmen wäre ein großer Schaden erspart geblieben und es könnte sich um neue Alternativen bemühen. Versetzen Sie sich einmal gedanklich in die Lage eines Unternehmers. Falsche Entscheidungen (vor allem beim Personal) kosten viel Geld, das dringend für andere Zwecke (z.B. Investitionen) gebraucht wird.

Mit einer Agentur für den Bewerber-Check können Sie vielen Unternehmen bei solchen Entscheidungen helfen.

Voraussetzungen

Damit Sie mit einer solchen Agentur erfolgreich sein können, sind gewisse Bedingungen zu erfüllen:

- Das Internet ist für Sie eine Art „Spielwiese“, auf der Sie sich gerne und lange bewegen.
- EDV-Kenntnisse sind unbedingt nötig.
- Sie verfügen über einen schnellen PC mit Internet Zugang.

- Sie können mit Menschen kommunizieren, bringen Ihre Intentionen zum Ausdruck.
- Am Telefon macht Ihnen niemand etwas vor. Sie telefonieren praktisch wie ein „Weltmeister“, entlocken Ihrem Gesprächspartner viele Informationen, ohne dass dieser misstrauisch wird.

Bei dieser Tätigkeit ist eine große Portion Feingefühl nötig. Einerseits müssen Sie Ihrem Auftraggeber die passenden Informationen liefern, dürfen dem Bewerber aber auch nicht schaden.

Die Tätigkeit

Bei einer gewöhnlichen Bewerbung reicht der Arbeitssuchende Unterlagen ein (Bewerbung, Lebenslauf, Fotos, Zeugnisse, Arbeitsnachweise, Beurteilungen).

Falls ein Bewerber dann auf die Stelle passt, wird er zum persönlichen Gespräch eingeladen oder nimmt an Vorauswahl in Gruppen teil. Bei solchen Zusammenkünften werden oft stichprobenartig Arbeitssituationen durchgespielt oder die Kandidaten müssen im Team Probleme lösen etc.. Nach den Veranstaltungen hoffen Arbeitgeber den richtigen Bewerber auswählen zu können. Steht diese Person nun fest, kommt die Agentur für Bewerber-Check ins Spiel.

Sie sollten dann die Unterlagen in Kopie erhalten. Mit diesen Informationen arbeiten Sie:

Zunächst werden die Bewerberdaten geprüft, d.h. Sie erkundigen sich z.B. formlos bei früheren Arbeitgebern nach dem Bewerber. Selbstverständlich ist es nicht immer leicht, Informationen zu verifizieren, doch mit etwas List und Tücke schafft man dies fast immer. Kleine Notlügen sind hier stets angebracht. Man kann etwa frühere Kollegen in ein Gespräch verwickeln und somit Informationen über den Bewerber erhalten.

Weiterhin müssen Sie bei Schulkameraden, Studienkollegen und den angegebenen Bildungseinrichtungen nachfragen, ob die Daten der Wahrheit entsprechen. Wenn sie schon immer als Detektiv arbeiten wollten, haben Sie bestimmt die richtige Motivation für diese Aufgaben.

Der nächste Schritt: Es folgt die ausgiebige Recherche im Internet (diverse Suchmaschinen, Webkataloge). Versuchen Sie, so viele Informationen wie möglich aus dem Web zu ziehen. Wurden Artikel, Beiträge, Kurze Meldungen über den Bewerber veröffentlicht? Finden Sie eine private / geschäftliche Homepage mit interessanten Angaben? Sind irgendwelche Aktivitäten im Internet zu erkennen?

Eine wichtige Rolle spielt auch das persönliche Umfeld des Bewerbers. Fragen Sie daher bei Nachbarn nach. Ermitteln Sie eventuelle Auffälligkeiten, Verhaltensweisen, besondere Ereignisse. Anhand der evtl. angegebenen Freizeitaktivitäten können Sie im persönlichen Umfeld des Bewerbers Nachforschungen anstellen. Wenn all diese Maßnahmen durchgeführt wurden, ergibt sich ein Bild, das mit den Angaben des Bewerbers übereinstimmen sollte. Falls dies nicht der Fall ist, hat dieser Bewerber etwas zu verbergen. Gehen Sie bei Recherchen immer behutsam vor, so dass der Zweck Ihrer Bemühungen Dritten nicht unbedingt gleich klar wird.

Weiterhin erfolgt in einigen Fällen ein Drogentest. Bewerber stimmen dieser Maßnahme meistens ausdrücklich zu. Es gibt jedoch auch Situationen, in denen solche Tests ohne Wissen der Bewerber durchgeführt werden. Dafür genügen

Haarproben. Die Agentur sollte sich frühzeitig nach einem geeigneten Labor umschauen, das solche Tests im festgesetzten zeitlichen Rahmen anfertigen kann.

Persönliche Konsultationen: Es kann durchaus vorkommen, dass Firmen gewisse Aufgaben zur Bewerberauswahl (z.B. aus Kostengründen, mangelnde Kapazitäten) nicht selbst erledigen möchten. Dann schicken Sie ihre Bewerber in die Agentur, die ihrerseits etwa Tests durchführt (Einstellungstests, psychologische Tests etc.). Solche Aufgaben sollten Sie bei angemessenem Honorar annehmen, denn diese Firmen kommen dann immer wieder auf Ihre Dienste zurück und empfehlen Sie eventuell weiter. Von Bedeutung ist hier aber die eindeutige Abgrenzung: Sie vermitteln keine Bewerber, sondern führen nur Tests im Auftrag der Firmen durch.

Wichtig: Die Agentur für Bewerber-Check urteilt nicht über Bewerber, sondern fügt nur Informationen zusammen und berichtet über Resultate der Nachforschungen. Die Entscheidung über Anstellung oder nicht liegt allein beim Auftraggeber. Natürlich können Empfehlungen ausgesprochen werden.

Gründungsvoraussetzungen

Eine Agentur für Bewerber-Check sollte über möglichst gute Verbindungen zu vielen Personalabteilungen von Firmen verfügen. Personalchefs werden an ihren Entscheidungen gemessen. Deshalb neigen auch immer mehr Verantwortliche aus diesen Bereichen dazu, zukünftige Mitarbeiter „auf Herz und Nieren“ prüfen zu lassen. Was in den USA schon seit langer Zeit üblich ist, setzt sich auch in Europa langsam durch: Kein Bewerber einstellen ohne ausführlichen Check der Person.

Besondere fachliche Kenntnisse oder Ausbildungen sind eigentlich nicht erforderlich, schaden aber auch nicht. Erfahrungen im Personalwesen, kaufmännische Kenntnisse sowie Managementwissen nützen zukünftigen Agenturbetreibern auf jeden Fall.

Sehr wichtig ist auch das Vertrauen der Auftraggeber in den Service. Absolute Diskretion und Vertraulichkeit sind unverzichtbare Eigenschaften des Gründers. Vertrauliche Daten dürfen nur an berechnigte Personen oder Firmen weitergegeben werden. Die Initiatoren sollten gut und gerne am Computer arbeiten. Man verbringt einen großen Teil der Zeit mit Recherchen am PC. Deshalb sollten Sie schon ein bisschen Erfahrung im Umgang mit der EDV und modernen Programmen mitbringen. Gleichzeitig müssen Sie aber auch gut mit Leuten sprechen können, ihnen auf cleverere Art und Weise Informationen entlocken, was nicht immer einfach ist. Die zielgerichtete Kommunikation sollte Ihnen nicht fremd sein.

Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Räumliche Voraussetzungen

Am Anfang der Tätigkeit können Sie durchaus in Ihrer eigenen Wohnung arbeiten, solange man keine Bewerber persönlich in Augenschein nehmen muss. Dann genügt ein Schreibtisch mit EDV-Anlage, Telefon, Fax und Internetanschluss.

Sollten Sie jedoch mit Bewerbern persönlich zu tun haben, brauchen Sie geeignete Räumlichkeiten, um die Personen auch empfangen zu können. Dies kann natürlich auch in der eigenen Wohnung erfolgen, doch Sie benötigen einen speziellen Raum für diese Aufgabe. Auf jeden Fall ist ein separates Büro besser geeignet.

Zeitliche Voraussetzungen

Im eigenen Interesse sollten Sie zu den üblichen Bürozeiten erreichbar sein. Zu welcher Zeit Sie bestimmte Arbeiten erledigen, bleibt Ihnen überlassen. Dies erfordert ein gewisses Organisationstalent und Disziplin.

Wie starte ich?

Wie bei anderen Agentur Konzepten auch brauchen Kandidaten vor allem die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung ihrer Tätigkeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen. Sie können auch auf PCs mit günstigen AMD (Advanced Micro Devices) Prozessor zurückgreifen. Diese CPUs sind genauso leistungsfähig wie vom großen Bruder Intel, kosten aber oft nur die Hälfte. Deshalb erhalten Sie AMD-PCs mit gleicher Leistung wesentlich günstiger als Intel PCs.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Da Sie viel mit Datenbanken zu tun haben werden, sollten Sie sich einen schnelleren Rechner leisten. Für etwa 500-600 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie ein Modem bzw. ISDN Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares und sogar kostenloses Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office / Open Office enthalten (Download oder CD ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.).

Dann folgt die Kontaktaufnahme mit Unternehmen vor Ort, in der Region und evtl. auch überregional als Teil der Werbung, so dass potentielle Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Startkapital

Beim Start einer Agentur für Bewerber-Check benötigen Sie ca. 2.500 bis 5.000 Euro Startkapital.

Bezugsquellen

PCs, Monitore, Drucker, Komplett Systeme, Software:

BrandX

Tel. 0211-5634970
Fax-Abruf 0211-56349719
Internet: www.brand-x.de
www.superschnaepchen.com

Gebrauchte Systeme (Pentium PCs, Monitore, Notebooks), die für viele Aufgaben vollkommen ausreichen, erhalten Sie ab ca. 130 Euro von:

Atenso Computervertriebs GmbH

Tel. 06403-775350
Fax 06403-7753577
www.atenso.de

Gute Software für die Buchhaltung produziert die Firma Lexware oder KHK Software. Geeignete Programme erhalten Sie z.B. bei:

Softline AG

Lange Str. 51
77652 Offenburg
Tel. 0781-9293222
Fax 0781-9293240
www.softline.de

Für eine vernünftige Software müssen Sie Ausgaben von etwa Euro 120 rechnen. Es muss aber nicht die neuste Version des jeweiligen Programms sein. Sehr günstige Software verkauft:

Pearl Agency

Pearl-Str. 1
79426 Buggingen
Tel. 018055582, Tel. 07631-360200
Fax 07631-360444
www.pearl.de

Der Markt

Potentielle Gründer haben einen unschlagbaren Vorteil gegenüber anderen Existenzgründern: Es gibt noch nicht viele Agenturen dieser Art in Deutschland. Noch gibt es vorzügliche Einstiegsbedingungen und sozusagen einen jungfräulichen Markt, der erst bearbeitet werden muss.

In anderen Märkten (USA, Asien) zeigt sich, wie vorteilhaft ein professioneller Bewerber-Check sein kann. Gründer haben ein reichhaltiges Betätigungsfeld vor sich.

Die Entwicklungsmöglichkeiten werden nicht durch Konkurrenz gestört. Es gilt, viele Unternehmen von der Notwendigkeit der eigenen Dienstleistung zu überzeugen, denn in vielen Fällen dürfte der Bewerber-Check noch völlig unbekannt sein. Gründer kommen also in ein neues Feld, das alle Chancen bietet. Von Marktsättigung wie in anderen Gebieten ist hier keine Spur. Im Gegenteil: Der Markt nimmt solche Gedanken eher dankbar auf. Man muss nur konsequent agieren und die Unternehmen systematisch überzeugen.

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Anzeigen in Magazinen, der örtlichen Presse gehören zu den traditionellen Werbeformen. Bei Inseraten haben Sie zudem den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Bevorzugen Sie ganz klar Magazine, Zeitungen die von Unternehmern gelesen werden (z.B. Impulse, Manager Magazin, FAZ, Welt, Handelsblatt, Mittelstandsmagazin etc.).
- Besorgen Sie sich so viele Magazine für Unternehmer wie möglich. Dann erkunden Sie im Impressum, wer für welches Ressort zuständig ist. Diesen Personen senden Sie einen kleinen Text über ihre Firma und deren Ziele, Nutzen für Kunden etc.. Am Anfang Ihrer Tätigkeit müssen Sie für Presse und Fachmagazine einen sogenannten Public Relation Beitrag verfassen. Dieser Text sollte kurz Ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Interessante Berichte über neue Firmen und Dienstleistungen füllen die Publikationen und ziehen auch weitere Anzeigenkunden an. Solche Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Natürlich werden nicht alle angeschriebenen Magazine den Text veröffentlichen, aber Sie sollten es trotzdem bei allen probieren. Versuchen Sie auch in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können.
- Natürlich eignen sich auch gezielte Anschreiben (Mailings). Diese Methode eignet sich vor allem für die Werbung bei Firmen aller Art mit über 20 Mitarbeitern. Der erste Kontakt wird mit einem Werbebrief hergestellt. Solche Briefe richten Sie möglichst an Entscheidungsträger im jeweiligen Unternehmen. Benötigt werden also die Adressen von Unternehmen in der näheren Umgebung plus die Namen der betreffenden Personen. Ein Anruf bei der Zentrale führt in der Regel weiter, d.h. die Telefonistin bzw. Mitarbeiterin im Büro nennt Ihnen gewöhnlich Ihren Ansprechpartner. Vorteil: Mit einem persönlichen Anschreiben sind Sie sicher, dass sich relevante Personen mit dem Angebot beschäftigen. Es landet auf dem Schreibtisch der Zielperson, und wird zumindest kurz überflogen.
- Die beste Werbung in diesem Bereich ist immer noch das persönliche Gespräch mit den Verantwortlichen vor Ort. Lassen Sie sich also genügend Termine geben und besuchen Sie die Firmen. Im Rahmen eines gepflegten Gespräches können Sie Ihre Dienstleistungen vorstellen, Möglichkeiten einer Zusammenarbeit aufzeigen und auf die Vorteile Ihres Services hinweisen. Auf diese Weise knüpfen Sie gleich wertvolle Verbindungen, Kontakte. Selbst wenn am Anfang noch keine Aufträge zustande kommen, haben Sie jedoch „ein Fuß in die Tür“ gesetzt. Bei Bedarf wird man sich an Ihren Service erinnern und mit Ihnen wieder Kontakt aufnehmen.

Verdienstmöglichkeiten

Der mögliche Verdienst hängt natürlich völlig vom Umfang der Aufträge ab. Beispiel: Es gelingt Ihnen, mit einem Betrieb eine Zusammenarbeit in die Wege zu leiten und für den Personalchef Führungskräfte zu checken. Die Einnahmen richten sich nach dem Bedarf an Arbeitskräften. Pro ausführlichem Bewerber-Check berechnen Sie 2.200 Euro plus MWSt.. Das heißt für Sie bei durchaus 4 möglichen Checks pro Monat, die Sie selbst ohne Unterstützung leicht durchführen können: Einnahmen von 8.800 Euro im Monat. Nach Abzug von Kosten, Steuern erhalten Sie Ihren Verdienst.

Je nach Betätigungsfeld gibt es also recht unterschiedliche Möglichkeiten, Einnahmen zu erzielen. Der Erfolg hängt von der Spezialisierung der Agentur und den Fachkenntnissen des Initiators ab. Generelle Verdienstchancen lassen sich nur schwer prognostizieren, da individuelle Chancen in diesem Bereich sehr unterschiedlich sind und der Auftritt im Markt sowie die Erfahrung des Betreibers eine große Rolle spielt.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Bei einer Agentur für Bewerber-Check ist eine nebenberufliche Tätigkeit nicht – oder nur eingeschränkt möglich. Die Geschäftspartner erwarten vollen Einsatz für die geleisteten Gelder. Dies ist nur verständlich, denn je nach Fall geht es um eine Menge Geld. Mit nebenberuflich tätigen Akteuren gibt man sich in der Industrie eigentlich kaum ab. Profis haben ohne Zweifel entscheidend bessere Chancen, von den Entscheidungsträgern ernst genommen zu werden.

Bei kleineren Firmen spielt dies nicht so eine große Rolle. Wer also vor allem für Handwerker und das Kleingewerbe agieren möchte, kann durchaus am Anfang den halben Tag für die Agentur arbeiten und den Rest des Tages mit anderen Aufgaben verbringen. Ziel muss jedoch immer ein rascher Wechsel in die hauptberufliche Tätigkeit sein.

Erweiterung

Stellen Sie zumindest in der Anfangsphase keine Mitarbeiter ein. Dies ist mit Ärger, „Formularkrieg“ und vielen Kosten verbunden. Arbeiten Sie daher lieber mit anderen Selbstständigen zusammen, falls dies notwendig sein sollte (z.B. Subunternehmer). Vor allem bei einer Ausdehnung der Aktivitäten auf das Ausland ist eine Zusammenarbeit mit Kollegen in anderen Ländern zu empfehlen. Möglich sind etwa:

- Lizenzmodelle (Erlaubnis, das Geschäftsmodell gegen Lizenzgebühren in einem besonderen Gebiet anzubieten bzw. selbst aktiv zu werden)
- Franchisingmodelle (Zusammenarbeit mit Franchisenehmern (Laufende Einnahmen durch Gebühren vom Umsatz plus Startgebühr))

Chancen und Risiken

Alle selbstständigen Tätigkeiten bergen Risiken in sich. Auftraggeber können abspringen, in Konkurs gehen oder andere Dienstleister vorziehen. Deshalb ist es auch sehr wichtig, das eigene Geschäft auf mehrere Beine zu stellen, indem man für möglichst viele Kunden arbeitet. Es ist unwahrscheinlich, dass plötzlich alle Vertragspartner z.B. zahlungsunfähig werden. Bei guten Beziehungen zu mehreren Geschäftspartnern kann das eigene Risiko daher wesentlich vermindert werden. Je

mehr verschiedene Kunden den Service der Agentur für Bewerber-Check nutzen, desto sicherer wird die eigene Basis.

- Leistungen sollten also vielen Interessenten zur Verfügung gestellt werden.

Da jedoch keine großen Investitionen nötig sind, hält sich das gesamte Risiko in Grenzen. Was kann denn im schlimmsten Fall passieren? Der maximale Verlust beschränkt sich auf das eingebrachte Startkapital, wenn absolut kein Geschäft zu machen ist.

Dem stehen jedoch gute Chancen gegenüber. Es besteht kein Zweifel, dass die Dienstleistungsgesellschaft aus den angelsächsischen Ländern auf den europäischen Kontinent übergreift. Mit einer solchen Agentur können Sie mit relativ wenig Einsatz von Kapital, aber sicher viel Arbeit eine selbstständige Existenz etablieren und diese bei Bedarf ausbauen.

Eines ist klar: Die Unternehmen gehen mit der Einstellung von Mitarbeitern hohe Risiken ein. Deshalb möchten die Verantwortlichen möglichst viel über einen Bewerber in Erfahrung bringen, bevor man auch nur an den Arbeitsvertrag denkt. Jede Fehlentscheidung kostet viel Geld und unter Umständen auch den Arbeitsplatz des betreffenden Personalverantwortlichen. Ihr Angebot trifft also auf fruchtbaren Boden, denn diese Leute möchten sich auch absichern. Dies funktioniert aber nur, wenn man eben viele Informationen über einen geeigneten Bewerber zur Verfügung hat. Sie liefern diese Infos und tragen somit zur Entscheidungsfindung bei. Somit nehmen Sie eine wichtige Stellung auch für das betreffende Unternehmen ein, die entsprechend honoriert wird.

Die Erfinder-Vermittlung

Verdienen Sie mit der Vermittlung von Erfindern, Erfindungen, Verfahren, Patenten Geld

Deutschland ist das Land der Erfinder, Tüftler, Denker. Nirgendwo sonst werden vor allem in den Bereichen Mechanik, Maschinenbau, Pneumatik, Verfahrenstechnik so viele neue Erfindungen realisiert wie hierzulande. Allen voran streben die südlichen Länder (Bayern, Baden-Württemberg). Allein in Baden-Württemberg wurden in letzter Zeit so viele Erfindungen / Patente gemeldet wie in allen anderen Bundesländern zusammen.

Beachtenswerte Standorte sind auch noch NRW, Berlin sowie das Rhein-Main-Gebiet. Selbstverständlich gibt es auch in den anderen Ländern fähige Erfinder, doch das Hauptaugenmerk liegt aufgrund der immer noch starken mittelständischen Struktur im Süden unseres Landes. Dort sitzen zahlreiche kleinere Unternehmen mit Tüftlern in ihren Reihen. Viele engagierte Erfinder werkeln in ihren Kellern, Arbeitsräumen und bringen neue Gedanken in Verfahren ein, die industriell anwendbar sind. Nur die Wenigsten schaffen es wirklich, ihre Erfindungen wirtschaftlich zu verwerten.

Warum? Gründe:

Persönliche Unzulänglichkeiten

Haben Sie schon einmal mit wahren Erfindern zu tun gehabt? Vereinzelt sind diese Leute vielleicht noch als „normal“ zu bezeichnen, aber es gibt eine große Anzahl von „abgehobenen“ Charakteren, die in ihrer Art schwer verständlich sind. Manche Personen würden vermuten, dass die Leute eine „Macke“ haben, was nicht von der Hand zu weisen ist. Schließlich braucht der Erfinder heutzutage schon eine an Wahnsinn grenzende Überzeugung, um unter Umständen über Jahre an einem Projekt zu arbeiten, Geld zu investieren und auf die Realisierung zu hoffen. Es handelt sich also um eine besondere Art von Menschen, die nicht immer leicht zu genießen sind, wenn man es freundlich ausdrücken möchte. Eine Schwäche kommt dabei immer zum Tragen: Diese Leute können sich selbst nicht verkaufen!

Um eine Erfindung an den Mann zu bringen, müssen Sie mit vielen Verantwortlichen in Unternehmen sprechen. Erfinder versagen bei solchen Meetings regelmäßig kläglich, weil es eben nicht ihr „Ding“ ist, sich die Zeit in Gesprächen mit scheinbar unverständlichen Menschen zu vertreiben. Ohne eine gute Verhandlungstechnik, menschlich einwandfreie Umgangsformen kommen man hierbei nicht weit. Das bedeutet: Erfinder können ihre Erfindung höchst selten wirklich gut vermarkten. Ein guter Tüftler ist leider in seltenen Fällen in guter Verkäufer. Diese beiden Typen schließen sich gegenseitig aus. Der Verkäufer ist extrovertiert, möchte schnelle Ergebnisse sehen und brennt darauf, „sein“ Produkt der ganzen Welt zu verkaufen. Der Erfinder ist eher introvertiert, arbeitet lieber in der Garage mit seinen Werkzeugen, fühlt sich unter Menschen nicht so wohl (sonst hätte er sich nicht in den Keller zurückgezogen), kann sich nach außen nicht gebührend darstellen und möchte dies nicht lernen.

Um die Erfindungen jedoch bekannt zu machen bzw. den passenden Leuten vorzustellen, braucht man jedoch den guten Verkäufer, der das Interesse seiner Gesprächspartner wecken kann.

Was liegt also näher, als dem Erfinder dies klarzumachen und eine Art Partnerschaft anzubieten?

Mit der Arbeitsteilung kommt man eher weiter und kann evtl. zum beiderseitigen Nutzen wirtschaftliche Erfolge erzielen.

Wirtschaftliche Gründe

Erfinder basteln, tüfteln, konstruieren und bauen Modelle etc.. Eines wird in vielen Fällen jedoch kaum berücksichtigt: Die wirtschaftliche Verwertung sowie die entstehenden Kosten, bis man selbst dahin kommen kann.

Der Autor bekommt pro Monat bestimmt drei Anrufe von Erfindern, die ein Super Produkt auf Lager haben, aber finanziell total am Boden der Tatsachen angekommen sind. Warum?

Die meisten Erfinder haben (oft auch zurecht) Angst, dass ihre Erfindung „verwässert“ wird, wenn zu früh ein interessiertes Unternehmen einsteigt. Das bedeutet aber auch, dass die gesamte Erfindung von dem Erfinder selbst finanziert werden muss. Dabei muss man nicht nur die eigene Arbeitszeit berücksichtigen. Hinzu kommen eventuell Formenbau, Anfertigung von Prototypen, Patentanmeldung (sowieso), teure europäische - oder internationale Patentanmeldungen und Erneuerungskosten. So mancher Erfinder hat sich mit seiner Neuheit ruiniert, bevor

auch nur ein Cent damit verdient wurde. Verwaltungskosten für Patente von 50.000 Euro im Jahr sind absolut keine Seltenheit.

Zusätzlich entstehen noch Fertigungskosten für Modelle, Demonstrationen, Ausstellungsstücke, evtl. Messestände, Nullserien

Je nach Produkt ist dies kaum zu finanzieren. Einzelne Erfinder haben viel Geld investiert und stehen nun vor einem Scherbenhaufen ihres Schaffens über mehrere Jahre. Die Kosten der Erfindung wurden unterschätzt, liefen aus dem Ruder und oft haben die Personen auch den rechtzeitigen Ausstieg verpasst, waren selbst zu stark überzeugt. Genau hier liegt auch eine große Schwäche von Erfindern: Sie wissen nicht, wann ein Projekt aufgrund von mangelnder Aufnahmebereitschaft des Marktes eingestellt werden muss. Durch die persönliche Verbundenheit mit dem Projekt und dem investierten Geld, Herzblut und der vielen Arbeit geht weitgehend die Objektivität verloren. Deshalb wissen Erfinder nicht, wenn Schluss ist, bzw. eine Idee besser nicht mehr verfolgt wird, bis andere Rahmenbedingen eintreten.

Der Markt spielt nicht mit

Obwohl man eine bahnbrechende Erfindung in der eigenen Tasche hat, kann es vorkommen, dass sich niemand dafür interessiert. Vor allem bei markttechnischen Schwierigkeiten entstehen solche Situationen, wenn das Produkt zu weit in die Zukunft greift oder schlichtweg die Kunden sehr wahrscheinlich den Absatz noch nicht ermöglichen.

Zusätzlich kommen natürlich andere Schwierigkeiten, welche immer wieder auftauchen:

Die Konkurrenz möchte eigene Produkte verkaufen und versucht, die neue Erfindung „madig“ zu machen. Hierfür gibt es zahlreiche Beispiele. Bahnbrechende Ideen haben immer Feinde, deren Märkte angegriffen werden könnten. Diese Gruppe wird also alles daran setzen, die Einführung der neuen Idee zu verhindern. Über den Einfluss auf Interessenvertreter in politischen Gremien oder Verbänden gelingt dies immer wieder. In solchen Fällen werden dann einfach neue Normen erlassen, die für Anbieter anderer Form nicht zu erfüllen sind. Auf diese Weise sichert man sich seine Absatzchancen und hält sich neue Konkurrenz vom Hals. So wurde von einem angesehenen Erfinder z.B. ein neuer Ofen mit sensationellen Wirkungsgraden vorgestellt, der aber leider nicht in Serie ging, weil flugs auf Druck der Industrie neue Vorschriften in Kraft traten...

Mit solchen Schwierigkeiten hat man unter Umständen zu kämpfen. Sie können sich bestimmt vorstellen, dass unter den oben genannten Lasten viele Erfinder zusammenbrechen bzw. einfach aufgeben, wertvolle Ideen im Keller lassen und damit nicht an die Öffentlichkeit treten.

Ohne Unterstützung ist es auch wirklich schwer, seine Interessen durchzusetzen. Mit Plan, Cleverness sind jedoch oft auch Kompromisse möglich, mit denen man leben könnte.

Chancen für verständnisvolle Erfinder

Zusammenarbeit mit interessierten Unternehmen

Ohne die Kooperation mit Firmen dürfte kein Erfinder langfristig Geld verdienen. Diese Zusammenarbeit ist allein schon deshalb notwendig, weil Unternehmen die neuen Produkte, Verfahren ja verkaufen sollen, um selbst durch die Veräußerung, Anwendung oder Lizenzvergaben Gewinne zu erzielen. Erfinder verdienen auf Dauer

nur Geld, wenn das Unternehmen mit den Erfindungen vernünftige Erträge erzielen oder Geld bei der Fertigung einsparen.

Als Vermittler, Berater sollten Sie dabei mit beiden Parteien gut auskommen. Den Erfinder beraten Sie dahingehend, kompromissbereit zu sein und den besten Lösungen nicht im Weg zu stehen. Bei den Unternehmen werben Sie um Verständnis für Ihre Situation und die Erfinder. Sprechen Sie mit den Verantwortlichen in aller Ruhe über alle Möglichkeiten. In der Regel wird man Ihnen entgegenkommen und einvernehmliche Kooperationen akzeptieren, falls die Erfindung wirklich interessant für die jeweilige Branche sein sollte.

Sie kommen aber nicht umhin, auch vielleicht für den Erfinder unangenehme Verträge akzeptieren zu müssen. Bedenken Sie immer Ihre Stellung: mit den Unternehmen müssen Sie über lange Jahre gut zusammenarbeiten, denn sie werden wahrscheinlich mit mehreren Erfindungen regelmäßig vorsprechen. Große Firmen sind durchaus interessiert, eine langjährige Zusammenarbeit mit fähigen Vermittlern einzugehen. Dabei kann es auch zu spezifischen Suchaufträgen kommen.

Beispiel:

Ein Unternehmen möchte durch spezielle Verfahren Kosten einsparen und der Verantwortliche erinnert sich an Ihren Service. Sie erhalten den Auftrag, nach möglichen Lösungen und Personen Ausschau zu halten, die Lösungen (evtl. auch Patente) anbieten können.

Auf der anderen Seite arbeiten Sie mit Erfindern eng zusammen, deren Interessen natürlich nicht vernachlässigt werden dürfen. Es ist also ein „Spagat“ zwischen den beiden Parteien nötig. Sie müssen vor allem den „persönlichen Draht“ zu den Leuten finden, dann haben Sie als Vermittler gute Chancen, in ein Geflecht von Beziehungen und Abhängigkeiten einzudringen, das Ihnen nur nützen kann. Sie sollten quasi Ansprechpartner für die Industrie und Erfinder / Konstrukteure, Ingenieurbüros gleichzeitig sein.

Auf dieser Basis lässt es sich gut arbeiten. Im Laufe der Zeit füllt sich Ihre Datenbank auf dem eigenen PC mit vielen Adressen, Ansprechpartnern, Suchwünsche von beiden Seiten.

Welche Möglichkeiten bestehen?

Die Lizenzfertigung

Hier vergibt der Erfinder mit Ihrer Hilfe Lizenzen zur Produktion von Gütern. Er erlaubt praktisch einer Firma den Einsatz seiner Patente und erhält je nach Modell pro verkaufter Einheit einen gewissen Prozentsatz oder lässt sich pauschal für die Vergabe der Lizenzen bezahlen. Es gibt auch verschiedene Mischungen beider Modelle, bei denen der Erfinder eine pauschale Summe bekommt und zusätzlich am Verkauf beteiligt ist.

Manche Unternehmen lehnen regelmäßige Lizenzzahlungen ab und wollen das Geschäft gleich an Ort und Stelle perfekt machen. Dies ist nicht lange nicht die schlechteste Lösung.

Folgende Punkte sollten Sie als Vermittler berücksichtigen:

- I. Einmalige Zahlungen für Verwertungen (Patente, Lizenzen, Verfahren) gewähren Ihnen sofort entsprechende Provisionen.
- II. Bei regelmäßigen Lizenzzahlungen ist dies auch möglich, jedoch nicht über die ganze Laufzeit sicher.
- III. Einmalige Zahlungen sind gegenüber langfristigen Zahlungsvereinbarungen vorzuziehen, wenn die Konditionen bei längerfristigen Vereinbarungen nicht spürbar besser sind.

Risiken bei der Verwertung:

- Die Firma als Lizenznehmer kann in Konkurs gehen. Sämtliche Ansprüche des Erfinders und damit auch Ihre Provision verfallen. Um dieses Hauptrisiko auszuschalten, sind immer Pauschalzahlungen zu vereinbaren, die ggf. nachher bei Lizenzfertigungen angerechnet werden.
- Das Produkt erweist sich trotz anderer Annahmen als nicht erfolgreich. In diesem Fall kann sich eine Vereinbarung nur mit Zahlungen aus dem Verkauf als sehr negativ erweisen. Der Erfinder und Sie gehen voll ins Risiko und müssen bei einem mangelnden Erfolg mit negativen Auswirkungen auf erwartete Zahlungen rechnen, denn die Firma wird die Produktion des Produktes einstellen, falls sich die Situation nicht ändert.
- Das Unternehmen beteuert zwar, das Produkt anzufertigen, doch aus fadenscheinigen Gründen kommt die Produktion nicht voran. Folge: Sie warten und warten und warten ewig auf mögliche Zahlungen. In Wahrheit möchte die Firma die vermittelte Erfindung oder das Patent einschließen und in der Schublade verschwinden lassen. Das fällt natürlich eindeutig schwerer, wenn zuvor Pauschalzahlungen zu leisten sind. Dann kostet diese Maßnahme Geld, das wenigstens dem Erfinder und Ihnen zugute kommen.
- Das Unternehmen nimmt den Erfinder unter Vertrag, versucht aber gleichzeitig, mit Hilfe der eigenen Entwicklungen ein neues Patent zu erhalten, das der Firma ermöglicht, ohne Lizenzgebühren etc. auszukommen.

Die letzten Ausführungen kommen Ihnen vielleicht etwas zu weit hergeholt vor, doch dies hat es alles schon gegeben und ein Erfinder sowie sein Berater sollten diese Tricks kennen, bevor man ernsthaft in Verhandlungen tritt.

Die Interessen beider Parteien sind unterschiedlich. Trotzdem kann es vorkommen, dass man gemeinsam an einem Strang zieht. Das Unternehmen möchte eine neue Idee einsetzen und möglichst wenig Geld dafür bezahlen, während der Erfinder natürlich den maximalen Ertrag für sich bekommen will. Zwischen diesen beiden Extremen gilt es, einen vernünftigen Kompromiss zu erzielen. Aufgabe des Vermittlers ist die Bündelung der Interessen, sowie (wichtig) den Vertragsabschluss zu forcieren. Wenn eine Erfindung erst einmal unter Dach und Fach gebracht wurde, folgen die nächsten Projekte.

Akzeptieren Sie also im Sinne des Erfinders Pauschalzahlungen. Nicht jeder Tüftler hat einen großen Namen, mit dem man besondere Forderungen verbinden kann. Teil des Kompromisses ist auch das Entgegenkommen in Sinne des Unternehmens, das in die neue Idee, oder ein Verfahren konkret Geld investiert. Ein Beharren auf bestimmten Vorstellungen des Erfinders wird nicht zum Erfolg führen.

Patentverkauf

Der Verkauf von Patenten ist eine ertragreiche Alternative, wenn kein Unternehmen zur direkten Verwertung im Sinne des Erfinders gewonnen werden kann. Investorengruppen, Hersteller oder andere Firmen sind gelegentlich am Kauf von Patenten interessiert. Hier darf auch der Erfinder nicht seiner Entwicklung nachtrauern. Man muss einfach damit leben können, nicht alle Erfindungen nach Wunsch zu platzieren. Für den Vermittler ergeben sich Vorteile, da hier sofort Geld fließt, d.h. Sie erhalten anteilig Provision. Vor allem in den USA ist der Handel mit Patenten üblich. Im Adressenteil finden Sie entsprechende Kontakte.

Weitere Möglichkeiten der Geldbeschaffung

Sponsoren

Erfinder sind fast immer in Geldnot. Sie brauchen Geld, um ihre Erfindungen zu präsentieren und den Patentschutz aufrecht zu erhalten. Daher liegt es nahe, bei privaten und institutionellen Anlegern anzuklopfen und die Ideen vorzustellen.

Damit wir uns richtig verstehen: Die Beteiligung an einer Erfindung ist immer ein risikoreiches Geschäft, dass für den Investor jedoch auch sehr gute Erträge zur Folge haben kann. Es ist mit einer unternehmerischen Beteiligung zu vergleichen. Niemand kann den Erfolg garantieren, doch die Wahrscheinlichkeit eines Wagnisses ist für Vertreter der jeweiligen Branche einzuschätzen. Es liegt daher nahe, bei Personen vorzusprechen, die etwas von der Materie der jeweiligen Erfindung verstehen. Wenn jemand die Chancen erkennt, ist die Bereitschaft zu investieren größer, als bei Unkenntnis des betreffenden Marktes.

Als Vermittler arbeiten Sie für den Erfinder und versuchen auch, Geld zu beschaffen. Selbstverständlich sind Investoren dann entsprechend ihrer Einlagen am Ergebnis zu beteiligen. Ohne deren Gelder könnte Erfindung nicht realisiert - bzw. an der richtigen Stelle präsentiert werden. Für erfolgreiche Vermittlung von Sponsoren lassen sich Vermittler entlohnen. Je nach Aufwand und Summe gehören dem Vermittler bis zu 40% der Summen. Klar: Ohne die Tätigkeit des Vermittler wäre überhaupt kein Geld vorhanden.

Wo trifft man Sponsoren?

Ideale Veranstaltungen für die Ansprache potenzieller Sponsoren sind Messen. Hier treffen sich die Industrie, Business Angels, Vertreter von Venture Capital Unternehmen, um neue Geschäfte einzuleiten. Für Vermittler sind Messen also wichtige Termine zum Ausbau / zur Erweiterung eigener Kontakte. Weiterhin sollten Sie sich in Technologiezentren umschauchen, die oft auch von Firmen unterstützt werden. Unter Umständen besteht die Möglichkeit, mit der vorhandenen Entwicklung eines Erfinders, selbst in diesen Zentren eine Firma zu gründen, Gleichgesinnte für eine Zusammenarbeit zu finden und dadurch von kompetenten Unternehmen von Anfang an Unterstützung zu erhalten. Starke Arme eines Konzerns können hier wahre Wunder vollbringen.

Der Vermittler-/Beratervertrag

Um Ihre Rechte als Vermittler oder Berater durchsetzen zu können, brauchen Sie einen Beratervertrag, in dem alle Konditionen der Zusammenarbeit geregelt sind. Beispiel: Muster-Beratervertrag

Beratervertrag

zwischen Vermittler und Erfinder

1. Der Berater verpflichtet sich, in den Bereichen Produktion und Öffentlichkeitsarbeit den zu Beratenden durch seine Geschäftsbeziehungen und sein Wissen Unterstützung zu leisten und in seinem Rahmen administrative Arbeiten im Zusammenhang mit dem Erfinder zu erledigen.
2. Die beratende Tätigkeit erstreckt sich nur auf Produkte, Verfahren, Entwicklungen, Patente des Erfinders.
3. Der Berater gibt keine Garantie für Geschäftsabschlüsse.
4. Der Berater ist berechtigt, im Auftrag des Erfinders Verträge für die Produktion, Lizenzvergabe und den Vertrieb abzuschließen.
5. Der Berater vertritt die Belange des Erfinders gegenüber der verwertenden Firma, des Herstellers.
6. Der Erfinder zahlt dem Berater eine Vergütung von 20 % seiner gesamten Bruttoeinnahmen exklusiv der Mehrwertsteuer. Einnahmen / Zahlungen können auch direkt von Herstellern entsprechender Produkte anteilig ausgeschüttet werden.
7. Für Einnahmen durch Sponsoren zahlt der Künstler 35 % der Summe vor Steuer an den Berater als Vergütung.
8. Kosten, die dem Berater im Rahmen seiner Tätigkeit für den Erfinder entstehen, sind neben der Vergütung zu erstatten.
9. Bei der ersten Pauschalzahlung der Unternehmen und der ersten Lizenzabrechnung wird die Vergütung fällig.
10. Die Dauer dieses Vertrags beträgt 10 Jahre.
11. Bei Auflösung des Vertrages erhält der Berater seine Vergütung für die von ihm getätigten Geschäfte bis zum Ablauf des fünften Jahres nach Vertragsauflösung.
12. Nach Ablauf der 10 Jahre verlängert sich Vertrag stillschweigend um weitere 10 Jahre.
13. Alle Erfindungen, Produkte, Verfahren, Patente des Erfinders werden jeweils einer vom Berater zu benennenden Firma zur Auswertung zu üblichen Konditionen gegeben.

Ort, Datum

Erfinder

Berater

Wie Sie unschwer erkennen dürften, sind in diesem Vertrag ein paar wichtige Punkte zu finden, die eine Zusammenarbeit für den Vermittler lukrativ machen. Ein Erfinder ist gut beraten, mit einem versierten Berater zusammenzuarbeiten und sollte dessen Leistung natürlich auch honorieren. Sie müssen immer berücksichtigen, dass viele Termine notwendig sind, um eine Erfindung verkaufen zu können. Lassen Sie sich also nicht zu unvorteilhaften Konditionen in Verträgen überreden.

Wie kommt man zu ersten Abschlüssen mit Erfindern?

Auch hier: Gehen Sie auf Messen. Erfindermessen, Technologiemesen und studieren Sie geeignete Publikationen (Technikmagazine). Sie können auch Anzeigen aufgeben oder einfach per Web mit Erfindern Kontakt aufnehmen.

Die meisten Erfinder sind froh, dass sich überhaupt jemand für ihre Erzeugnisse interessiert. Ein Abschluss ist dann mit der Darstellung entsprechender Möglichkeiten leicht zu erzielen.

Wichtig: Arbeiten Sie niemals ohne schriftliche Vereinbarung für einen Erfinder. Sie müssen Ihre grundlegenden Ansprüche beweisen können. Mündliche Absprachen eignen sich hierfür kaum.

Achtung: Verträge mit Unternehmen niemals ohne Fachanwalt!

Sollte es zum Vertragsabschluss mit interessierten Firmen kommen, konsultieren Sie immer vorher einen Fachanwalt für diesen Bereich. Ein Vertrag muss erst von Fachleuten geprüft werden, bevor Sie oder der Erfinder unterzeichnen. Unternehmen haben für diese Maßnahme Verständnis, lassen ihre Verträge ebenfalls dahingehend anfertigen / prüfen.

Lassen Sie sich alle Einzelheiten und deren Auswirkungen erklären.

Alternativen, Ergänzungen

Das Web bietet sich als Ort zur Entfaltung förmlich an. Erfinder sind technisch versierte Leute und nutzen das Internet manchmal sogar exzessiv. Mit einer Homepage und angeschlossener Datenbank können Sie zusätzlich Geld verdienen, indem Sie Gesuche und Kooperationsanzeigen in diesem speziellen Feld eintragen und gegen Gebühr zugänglich machen. Die technische Lösung können Sie versierten Programmierern überlassen, die Sie einfach am Ertrag der Seite beteiligen. Eine solche Datenbank ist mit Hilfe geeigneter Software relativ schnell erstellt.

Vorteil: Auf der Homepage weisen Sie auf Ihren weiteren Dienste hin und bieten somit interessierten Geschäftspartnern (Erfinder und Unternehmen) die Möglichkeit des Dialogs mit Ihnen persönlich. Daraus entstehen dann lukrative Verbindungen für die Zukunft. Selbst wenn sich die Webseite nicht selbst trägt, sollten Sie diese erstellen lassen, denn eine vernünftige Seite ist sozusagen Ihr Aushängeschild, mit dem Sie Ihre Tätigkeit unterstützen.

Ohne diese Unterstützung fallen neue Kontakte schwer und sind mit vermeidbaren Kosten sowie Zeitverlust verbunden. Das können Sie sich auf Dauer nicht leisten, denn Sie müssen unter allen Umständen effizient agieren. Dazu gehört die schnelle Kontaktaufnahme mit möglichst vielen Interessenten.

Versuchen Sie auch im Web eine gewisse Exklusivität zu erhalten. Unternehmen sind kaum an vielen Daten über Erfinder interessiert, sondern möchten sich mit ausgesuchten Kontakten beschäftigen. Ziel ist also nicht Quantität, sondern Qualität.

Das führt alle Beteiligten weiter und somit entsteht auch bei den Firmen der richtige Eindruck, dass Sie sich professionell mit dem Thema auseinandersetzen.

Der Verdienst

Wie oben schon beschrieben können viele Verbindungen zum Erfolg führen. Ohne Zweifel müssen Sie auch an einige Türen anklopfen, bevor sich der Erfolg überhaupt einstellen kann. Ich empfehle Ihnen deshalb, mit einer großen Anzahl von Erfindern Abschlüsse zu machen, um Ihre Chancen der Verwertung von Erfindungen zu erhöhen. Wer sich schon einmal auf Erfindermessen umgeschaut hat, weiß, dass die meisten hoffnungsvollen Erfinder nie mit Ihren Gütern Geld verdienen werden. „Picken“ Sie sich daher wirklich innovative Tüftler heraus und nehmen Sie solche Personen unter Vertrag.

Kontaktieren Sie auch Bekannte aus den relevanten Branchen und erzählen Sie in groben Zügen, um was es bei einem neuen Verfahren geht. Auf diesem Weg können Sie schnell herausfinden, ob die Idee für die Branche auch interessant ist.

Nehmen wir an, dass Sie 35 fähige Erfinder betreuen. Je nach Produkt, Patent und Lizenz fallen die möglichen Zahlungen der Industrie aus. Pauschalzahlungen bei Vertragsabschlüssen in Höhe von 300.000 Euro sind keine Seltenheit, wenn das Patent entsprechende Perspektiven bietet. Bei einem Abschluss würden Sie also sofort 60.000 Euro (20%) erhalten. Hinzu kommen noch eventuelle Lizenzeinnahmen, falls diese Summe dann im Lauf der Zeit überschritten wird. Zwei solche Abschlüsse pro Jahr sollten Sie durchaus schaffen können.

Die Kosten

Hauptsächliche Kosten entstehen durch Fahrten zu den Unternehmen (Meetings). Die sonstigen Kosten für Kommunikation (Telefon, Fax, Internet) sind nicht so bedeutend.

Tipp: Schaffen Sie sich einen zuverlässigen Diesel-Pkw an, so dass Sie die Kosten für Kraftstoff optimieren können. Dies wird bald nötig sein, wenn Sie viele Kilometer pro Jahr zurücklegen. Günstig auf dem Markt sind ältere Daimler Benz-, BMW-Modelle (können durchaus schon 10 Jahre alt sein), deren Maschinen ohne Probleme bis zu 400.000 Kilometer und mehr leisten. Solche Fahrzeuge lassen den Besitzer selten im Stich, wenn die pflichtgemäßen Wartungen erledigt wurden. Vorteil: Die Fahrzeuge sind in der Regel komfortabel ausgelegt, so dass man nach einer längeren Fahrt noch entspannt aussteigen kann.

Das Gewerbe

Als Vermittler sind Sie stets gewerblich tätig, müssen also ein Gewerbe anmelden. Über Einnahmen und Ausgaben führen Sie Buch und versteuern Ihre Einkünfte als Einzelunternehmer. Wenn die Geschäfte sehr gut laufen sollten, steht es Ihnen natürlich frei eine Kapitalgesellschaft (GmbH) zu gründen. Der Aufwand (Rechnungswesen, Vorschriften) ist für den Start jedoch eindeutig zu groß. Eine Mitgliedschaft bei der zuständigen IHK ist leider zwangsweise nötig. Sie erhalten dann einen Bescheid über die zu zahlenden Beiträge.

Sie zahlen Einkommensteuer und Umsatzsteuer (ab ca. 16.000 Euro Umsatz pro Jahr) auf Ihre Einnahmen. Zusätzlich wird auch Gewerbesteuer fällig (je nach

Hebesatz Ihrer Gemeinde). Besprechen Sie Ihre „fiskalische Strategie“ am besten mit einem Steuerberater.

Folgende Punkte sind zu berücksichtigen:

- Gewerbeanmeldung (Zweck des Unternehmens möglichst weit fassen)
- Berufsgenossenschaft (evtl. gesondert anmelden)
- Krankenversicherung (als Selbstständiger je nach Familienverhältnissen evtl. privat versichern)
- Berufshaftpflichtversicherung (kommt für Schäden auf, die Sie in Ausübung Ihrer Tätigkeiten anern zufügen)
- Weiterhin wichtig: Altersvorsorge. Legen Sie von dem verdienten Geld immer genügend für spätere Zeiten zurück. Empfehlenswert sind auch gute Rentenfonds (Anleihen, evtl. mit kleinem Aktienanteil). Lebensversicherungen sind bis jetzt noch steuerlich begünstigt, aber in mageren Börsenzeiten wird auch die garantierte Verzinsung nach unten korrigiert. Außerdem entstehen hohe Verwaltungskosten. Nur der Sparanteil Ihrer Beiträge wird verzinst.

Kontakte:

Deutsches Patent- und Markenamt

Zweibrückenstr. 12
80331 München
Tel. 089-21950
Fax 089-21952221
www.dpma.de

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle)

Arpatado de Correos 77
E-03080 Alicante
Tel. +34-965-139100
Fax +34-965-139173
Fax +34-965-131344
www.oami.eu.int

US Markenamt / Patentamt

<http://tess.uspto.gov>

Kanadisches Markenamt / Patentamt

<http://stratigis.ic.gc.ca>

Nützliche Webseiten:

www.markenblatt.de
www.markenverband.de

US Markt:

www.invention.com
(Fachanwalt für Patente)

www.pto.ag.com
(Patent Agent)

Richard L. Miller
12 Parkside Drive, Site E
Dix Hills, New York 11746-4879, USA
Tel. +1-631-499-4343

Harshaw Research
(Verkauf von Patenten, Ideen, Verfahren)
www.harshawresearch.com

Investors Foundation
(nützliche Tipps für Erfinder und Vermittler seit 1975)
www.affiliatedinventors.com

Die Fitnessberatung für zuhause

Erst ist die Welle in den USA entstanden, wo Jane Fonda, Cindy Crawford etc. mit Videos über Fitness und spezielle Übungen mit Trendy Namen eine Menge Geld verdient haben. Was in den USA gut ist, schwappt natürlich auch nach Europa und findet eine Menge Anhänger. Fitness ist ein wichtiges Thema. In fast jeder Lifestyle Zeitung oder in Magazinen finden Sie Übungsanleitungen, Tipps für die schlanke Linie und zahlreiche Berichte über den richtigen Umgang mit dem Körper. Für manche Personen ist dies zu einer Art Ersatzreligion geworden. Diese messen sich in unzähligen Wettbewerben und möchten auf jedem Gebiet sportliche Höchstleistungen erzielen.

Früher gab es solche Erscheinungen kaum. Man trieb in Vereinen Sport und die anschließende Geselligkeit fand auch im gewohnten Rahmen statt. Heutzutage treffen sich viele Bewegungsenthusiasten in Fitnessstudios und treiben ihren Körper zu guten Leistungen an. Dabei steht nicht Spiel und Spaß im Vordergrund, sondern Muskelaufbau und Trainingsleistung.

Alles ist zu einer modernen Form der Leistungssteigerung verkommen. So ist es auch zu erklären, dass inzwischen sich die absoluten Junkies mit Dopingmittel bedienen, um noch mehr Muskeln zu erhalten. Selbstverständlich geht dies langfristig schief und die Gesundheit ist ruiniert, aber anscheinend zählt der momentane Erfolg immer noch mehr.

Natürlich gibt es aber auch die Bevölkerungsschicht, welche sich nicht in Fitnessstudios verirrt, auch nicht in Vereinen tätig ist, sich aber trotzdem fit halten möchte. Dies soll dann mit möglichst wenig Aufwand und Kosten verbunden sein. Moderne Fitness in Studios ist teuer. Den gleichen Effekt erzielen Sie auch zuhause, wenn Sie sich regelmäßig betätigen. Im Gegensatz zum organisierten Sport können Sie aber eine Menge Geld sparen. Da sich diese Leute in der Regel nicht mit dem Thema Sport gut auskennen, hat ein fachkundiger Fitnessberater einen reichhaltiges Betätigungsfeld. Wie in den Studios auch sind kleine Einführungskurse in Trainingslehre, Verbesserung des Bewegungsapparates etc. möglich.

Kann man sich jedoch tatsächlich gegen die vielen Magazine, Erlebniszeitschriften etc. durchsetzen? Diese Frage ist nicht leicht zu beantworten, doch die individuelle Betreuung vor Ort ist durch nichts zu schlagen. Auch die Motivation kommt bei vielen Kunden nur mit den Anweisungen des Beraters zum Vorschein. Nur durch die Lektüre von passenden Zeitschriften passiert nämlich nichts!

Eines dürfte klar sein: Der Bedarf ist vorhanden. Gerade bei Personen, die stark im Beruf eingespannt sind und für sonstige Aktivitäten nicht viel Zeit haben, dürfte dieser Service geeignet sein.

Gründungsvoraussetzungen

Für die Tätigkeit des Fitnessberaters gibt es keine besonderen Voraussetzungen. Natürlich muss der Gründer geschäftsfähig sein etc.. Sie müssen aber keine spezielle Ausbildung vorweisen können oder Kurse, Bescheinigungen, Urkunden usw. vorweisen, um sich als Fitnessberater selbstständig zu machen. Natürlich sollten Sie aber einige persönlichen Voraussetzungen mitbringen:

Dazu gehört z.B. eine schnelle Auffassungsgabe, Kenntnisse über sportliche Aktivitäten, Sportarten, Übungen etc., Ehrgeiz, ausgeprägtes Durchhaltevermögen, die Motivation, den Kunden ein gutes Produkt zur Verfügung stellen zu wollen.

Zusätzlich sollten Sie ohne Probleme vor Leuten frei sprechen können.

Mit der modernen EDV (vor allem mit der benötigten Software) sollten Sie auch umgehen können, aber das ist durch die grafischen Benutzeroberflächen inzwischen kein Problem mehr.

Weiterhin ist eine ausgeprägte Überzeugungskraft nötig, um den Kunden die Notwendigkeit der vorgeschlagenen Übungen, des Trainings, der Produkte und Leistungen klar machen zu können. Initiatoren sollten ohne Vorbereitung mindestens eine halbe Stunde ohne Unterbrechung über Sinn und Zweck der eigenen Bemühungen referieren können, Umgangsformen bei geschäftlichen - und privaten Meetings beherrschen. Zusätzliche Erfahrung in der persönlichen sowie telefonischen Gesprächsführung sind sehr nützlich, denn oft werden Kunden um Rat fragen, evtl. spezielle Tipps für Übungen haben wollen oder sich für andere Produkte interessieren, Beratung in verschiedenen Fragen benötigen etc.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Zusätzlich benötigt man eine gehörige Portion Durchhaltevermögen, denn bei fast jedem Selbstständigen kommen zuerst schwierige Zeiten. "Aller Anfang ist schwer". Dieses Sprichwort sollte der Gründer durchaus ernst nehmen und sich über die Anforderungen bewusst sein. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen.

Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Ausbildung

Selbstverständlich können Sie ohne Ausbildung in diesen Bereich loslegen, aber ein grundlegende Bildung schadet nicht. Ideal wäre es, wenn Sie vorher schon einmal in einem Fitnessstudio gearbeitet haben. Ebenfalls sehr gute Chancen haben Sie als Sportlehrer, Gymnastikfachkraft, Bewegungstherapeut etc.

Natürlich eignen sich auch ausgebildete Übungsleiter, wie man sie z.B. in Sportvereinen, Turnvereinen etc. findet. Ein bisschen Trainingslehre und die Aktivitäten des Körpers bei Belastung sollte Ihnen bekannt sein, um auch gefährliche Situationen zu erkennen.

Oft muten sich Anfänger nämlich zuviel des Guten zu und kommen dann in Schwierigkeiten, die Ihnen das Geschäft kaputt machen könnten.

Bestehen Sie daher vorher auf ärztlichen Untersuchungen, bevor Sie mit einem Kunden besondere Aktivitäten planen. Damit haben Sie sich im Fall der Fälle so gut wie möglich abgesichert und Ihnen kann keine Schuld an eventuellen späteren Schäden aufgebürdet werden. So mancher sportliche Berater hat mit Schadensersatzforderungen von kranken Kunden zu kämpfen. Sorgen Sie immer rechtzeitig vor!

Räumliche Voraussetzungen

Sie sind direkt beim Kunden vor Ort tätig und brauchen deshalb keine besonderen Räumlichkeiten etc.. Vor allem am Anfang muss man auf das meistens äußerst schmale Budget achten. Sie können also ohne Probleme von der heimischen Wohnung aus loslegen. Sorgen Sie in Ihrer Behausung für einen kleinen Lager mit Produkten, die Sie Ihren Kunden wieder anbieten können. Das Geschäft läuft fast ausschließlich über Werbung in geeigneten Printmedien, Online-Werbung und den persönlichen telefonischen Kontakt zu den Kunden oder Interessenten.

Zeitliche Voraussetzungen

Die Tätigkeit ist unabhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man kann seine Arbeitszeit weitgehend selbst bestimmen, muss aber auf die Wünsche der Kunden eingehen.

Meistens ist man in den Abendstunden unterwegs. Auch das Wochenende gehört zur Arbeitszeit, denn die Kunden schätzen die entspannte Atmosphäre in ihren Wohnungen und sind hauptsächlich Samstags (in ihrer Freizeit) für solche Themen empfänglich.

Selbstverständlich können in den Abendstunden auch noch Gespräche mit Kunden am Telefon etc. anfallen. Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Ein Handy gehört zur Standardausrüstung.

Alternative

Natürlich können Sie Kooperationen anstreben: Möglich ist etwa eine Zusammenarbeit mit Fitnessstudios, denen Sie neue Kunden gegen Provision zuführen oder auch Reformhäuser, die dann empfohlene Kunden mit speziellen (durch Sie ausgestellten) Coupons bedienen. Alle Einzelhändler freuen sich, wenn durch Empfehlungen neue Kunden in ihre Shops kommen. Sie müssen sich nur überlegen, wen Sie beraten und welche Produkte in Ihren Bereich passen. Dies funktioniert natürlich hervorragend, wenn sie selbst keine Produkte verkaufen

möchten, sondern sich mit ein paar Händlern verständigen, dass die „Hardware“ von diesen Unternehmen kommen soll. Mögliche Kooperationspartner:

- I. Reformhäuser
- II. Naturläden mit Nahrungsmitteln aus biologischem Anbau
- III. Sportartikelhändler
- IV. Fitnessstudios

Sie müssen natürlich darauf achten, dass laufende Verträge (z.B. bei Fitnessstudios) für Sie auch laufende Erträge einbringen. Ein vermittelter Kunde sollte möglichst lange für Einnahmen sorgen. Lassen Sie sich also dauerhaft an den Einnahmen beteiligen. In den Verträgen sollten solche Optionen enthalten sein.

Wie starte ich?

Als Fitnessberater brauchen Sie zuerst einen kleinen Vorrat passender Geräte:

- Hanteln
- Kleine Matten
- Ergometer
- Stepper
- Crosstrainer
- Bodytrainer
- Bauchtrainer
- Laufband mit Magnetbremssystem
- Bauch weg Roller
- Geräte mit Elektrostimulation der Muskeln

Mit diesen Geräten sind Sie schon ganz gut bedient und können Ihren Kunden ein umfangreiches Fitnessprogramm zusammenstellen.

Gleichzeitig benötigen Sie Muster verschiedener Produkte, um deren Verkauf bei Ihrer Kundschaft anzustoßen. Dazu gehören:

- Fitnessdrinks
- Drinks zum Abnehmen
- Eiweißprodukte, um den Muskelaufbau zu stärken
- Nahrungsergänzung verschiedener Hersteller
- Lebensmittel direkt vom Bio Bauernhof

Mit solchen Produkten im Gepäck hat man eigentlich immer eine gute Chance, Kunden für eine gesunde Lebensweise zu gewinnen und Güter auch abzusetzen oder als Vermittler entsprechende Provisionen zu erhalten. Nehmen Sie daher mit Lieferanten Kontakt auf und klären Sie evtl. vertragliche Sachverhalte. Machen Sie den Leute ruhig klar, dass Ihre Kunden schnell zur Stammkundschaft gehören werden, wenn die Qualität stimmt.

Natürlich brauchen Sie auch die obligatorische kleine EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung der Tätigkeit und Ihrer Kunden. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen. Sie können PCs mit günstigen AMD- (Advanced Micro Devices) oder Cyrix- (IBM) Prozessor zurückgreifen. Diese CPUs sind fast so leistungsfähig wie vom großen Bruder Intel, kosten aber oft nur die Hälfte. Deshalb erhalten Sie AMD-PCs mit gleicher Leistung wesentlich günstiger als Intel-PCs.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Da Sie viel im Internet zu tun haben werden, sollten Sie sich einen schnelleren Rechner leisten. Tests in einem führenden Fachmagazin haben bestätigt, dass schnelle Prozessoren komplexe Internetseiten wesentlich rascher aufbauen können. Für etwa 500-600 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie ein Modem bzw. ISDN Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares E-Mail Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office enthalten (Download oder CD ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen.

Wichtig

Sie müssen sich entscheiden, ob Sie auch als Händler tätig werden möchten oder eher als Vermittler (z.B. Handelsvertreter) arbeiten. Wenn Sie als Händler aktiv werden, brauchen Sie viel mehr Kapital, um Geräte und ein Warensortiment anzuschaffen, das Sie dann verkaufen können. Dies bindet Kapital und es ist nicht sicher, dass Sie auch alles wie gewünscht verkaufen können.

Die bessere Alternative ist der Vermittler. Hier agieren Sie als Handelsmittler, der zwischen dem Käufer und Verkäufer (z.B. Hersteller, Händler, Sportartikelverkäufer, Großhändler etc.) ein Kauf zustande bringt und dafür Provision erhält. Sie haben mit der Lieferung der Ware in der Regel nichts zu tun und können sich voll auf die Beratung der Kunden konzentrieren. Gleichzeitig gibt es auch keine Schwierigkeiten mit evtl. Reklamationen, die direkt an den Hersteller gehen.

Sie müssen auch nichts vorfinanzieren und damit Risiken eingehen. Ich würde Ihnen eher diesen Weg vorschlagen, um den Einsatz von Kapital möglichst klein zu halten. Das ermöglicht auch einen unbedarften Start ohne größere finanzielle Belastungen. Sie können Ihr Startkapital klein halten.

Starkapital

Beim Start als Fitnessberater brauchen Sie ca. 2.500 bis 5.000 Euro Startkapital für die erste Ausrüstung, denn Sie müssen den Kunden ja auch zeigen, was angeboten wird.

Spezielle Kontakte

B.V.A Sportgerätevertrieb
Karl-Schneider-Str. 8a
45966 Gladbeck
Tel. 02043-371-355

G. Benz Turngerätefabrik

Grüninger Str. 1-3
71364 Winnenden
Tel. 07195-69050
(Katalog verfügbar!)

Emotion Fitness oHG

Nelkenstr. 126
67691 Hochspeyer
Tel. 06305-5315
(Geräte, Einrichtungen etc.)

U. Kahl medizinische Apparate, Sportgeräte

Weberstr. 11
778567 Fridingen
Tel. 07463-7108

Preise

Fassen wir also noch einmal zusammen:

Sportgeräte: 1.500 Euro (Sie brauchen nicht die teuren Varianten, nur Funktionalität zählt)

EDV Anlage (mit Monitor, Drucker neu): ca. 800 Euro

EDV Anlage (gebraucht): ca. 350 Euro

Gründungskosten (Formalitäten): ca. 100 Euro

Software (Datenbank gratis von Sun): ca. 120 - 220 Euro für Buchhaltungsprogramm

Werbung am Start: ca. 800-3.500 Euro je nach Maßnahmen

Buchhaltung

Gewerbebetriebe müssen eine doppelte Buchhaltung vorweisen. Es gibt jedoch Ausnahmen: Vertreter des sogenannten Kleingewerbes können eine Einnahme-Überschuss-Rechnung führen. Sobald man aber dem Kleingewerbe entwachsen ist, wird die doppelte Buchhaltung vom Gesetz verlangt. Bei der Einordnung in die verschiedenen Kategorien können Steuerberater helfen.

Bezüglich der Buchhaltung gibt es heutzutage hervorragende Software, die Selbstständigen eine Menge Arbeit abnimmt. Informieren Sie sich über die Programme, die zum Teil recht günstig zu haben sind.

Sollte die verfügbare Zeit für solche Arbeiten zu knapp sein, ist das Einschalten eines Steuerbraters zu empfehlen, dessen Fachkräfte die Buchführung dann übernehmen können. Wenn die Umsätze über eine gewisse Grenze hinausgehen (ca. 60.000 Euro) sollten Sie sowieso einen Steuerberater zu Rate ziehen.

Es gibt jedoch auch immer wieder Teilzeitkräfte (z.B. Steuerfachgehilfen, Buchhalter etc.) mit entsprechenden Kenntnissen, die gerne ein paar Stunden am Tag arbeiten. Mit der Steuererklärung sollten Sie sich ohnehin an einen Steuerberater Ihres Vertrauens wenden. Fachleute können Ihnen auch entsprechende Tipps geben, wie man möglichst wenig Steuern zahlt.

Der Markt

Der Markt für Fitnessberater ist noch gar nicht richtig untersucht worden, weil man immer von stationären Einheiten ausgeht. Mobile Unternehmen sind kaum erfasst worden. Hierin liegt natürlich auch Ihre Chance:

Sie können mit sehr geringen Kosten starten und Ihren Kunden unabhängig von deren Leistungsfähigkeit Ratschläge erstellen und passende Produkte vermitteln. Viele Wohnungen und Häuser warten darauf, von Ihnen mit einem Fitnessraum bestückt zu werden. Das kostet in der Regel nicht mehr als die Mitgliedschaft eines Jahres bei einem guten Fitnessclub. Sie können also gute Argumente für den Kauf diverser Geräte und Waren etc. vorbringen.

Durch alle Medien (vor allem Lifestylmagazine, Frauenzeitschriften etc.) geht die Fitnesswelle. Es dürfte Ihnen daher leicht fallen, vor allem Frauen als neue Kunden zu gewinnen. Diese investieren auch mehr Geld in ihren Körper.

Wie bei anderen Beratungsveranstaltungen auch können Sie Gastgerinnen Provisionen anbieten, wenn diese Verkaufspartys in ihrem Haus veranstalten. Vorteil: Die ganze Bekanntschaften und Freundinnen werden eingeladen und erhalten eine komplette Vorführung der Geräte und Waren. So kommen auch Verkäufe zustande. Bei dieser Form des Direktmarketings spielt die persönliche Beziehung noch eine große Rolle.

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Anzeigen in geeigneten Magazinen oder der örtlichen Presse gehören zu den traditionellen Werbeformen. Bei Inseraten haben Sie den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Schalten Sie in Urlaubszeiten keine Inserate!
- Besorgen Sie sich Publikationen über das Thema Fitness, Gesundheit, Sport, Training. Dann erkunden Sie im Impressum, wer für welches Ressort zuständig ist. Diesen Personen senden Sie einen kleinen Text über Ihre kleine Firma und deren Ziele, Nutzen für Kunden etc.. Am Anfang Ihrer Tätigkeit müssen Sie für Presse und Fachmagazine einen sogenannten Public Relation Beitrag verfassen. Dieser Text sollte kurz Ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Solche Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Natürlich werden nicht alle angeschriebenen Magazine den Text veröffentlichen, aber Sie sollten es trotzdem bei allen probieren. Selbstverständlich ist diese Methode auch bei der örtlichen Presse anzuwenden. Lassen Sie kein Anzeigenblatt aus. Versuchen Sie auch, in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer, Internetadresse) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare bzw. Nachdrucke in ausreichender Anzahl anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können.
- Das Internet ist eine weitere Säule für Ihre Werbung. Mit einer kleinen Homepage können Sie neue Kunden gewinnen und auf Ihre Produkte aufmerksam machen. Gestalten Sie z.B. mit Hilfe geeigneter Editoren Ihre eigene Webseite und weisen

Sie auf Ihre Dienstleistungen hin. Dabei sollten Sie sich an anderen erfolgreichen Seiten orientieren. Halten Sie Ihre Seite unkompliziert und informativ. Achten Sie auf allgemeine Verständlichkeit. Niemand möchte bei Ihrer Seite ein super Design sehen, sondern sich kurz über Ihre Angebote informieren.

Verdienstmöglichkeiten

Ihr Verdienst hängt direkt von der Anzahl der Aufträge (Beratung, Betreuung) und der verkauften Produkte ab. Je mehr Verkäufe Sie vermitteln, desto höher wird die Provision ausfallen. Je mehr Kunden Sie bezüglich deren Fitness betreuen, desto mehr Einnahmen können Sie generieren.

Am Anfang werden Sie wahrscheinlich eine Zeit lang rote Zahlen schreiben. Das ist auch völlig normal.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Diese Form der Tätigkeit eignet sich optimal, um nebenberuflich einzusteigen. Sie können also Ihre sonstige Beschäftigung zuerst beibehalten und z.B. abends oder am Wochenende als Fitnessberater unterwegs sein. Erst wenn sich abzeichnet, dass Sie genügend Umsätze machen, kann dann ein schrittweiser Umstieg zur hauptberuflichen Tätigkeit folgen.

Vorteile:

- Man steigt langsam ein und kann ohne wirtschaftlichen Druck den Markt testen
- Sollte der hauptberufliche Einstieg nicht möglich sein, kann man ohne Probleme nebenberuflich tätig bleiben
- Man riskiert praktisch nichts, sondern kann jederzeit bei seiner eigentlichen Beschäftigung bleiben

Vorsicht: Sie müssen Ihren Arbeitgeber über Ihre Nebentätigkeit informieren. Sollte dieser nicht damit einverstanden sein, verhandeln Sie mit Ihrem Chef.

Erweiterung

Sollte die Geschichte so gut anlaufen, dass Sie mehr Termine erhalten, als Sie alleine überhaupt noch bewältigen können, können Sie jederzeit einen zweiten Fitnessberater (z.B. Sportlehrer etc.) auf Provisionsbasis ins Geschäft nehmen und mit solchen Kräften expandieren. Allerdings müssen Sie immer darauf achten, dass Ihre Kräfte Ihnen nicht später Konkurrenz machen. Lassen Sie geeignete Verträge aufsetzen, die solche Gefahren ausschließen.

Chancen und Risiken

Sie können weitgehend selbst bestimmen, ob Sie mit vollem Risiko einsteigen oder eher die risikoarme Variante wählen, wobei die letztgenannte Alternative wohl empfehlenswert ist. Machen sie nicht den Fehler, zu Anfang gleich viele Geräte und Produkte etc. einzukaufen. Schauen sie sich erst einmal die Entwicklung an und dann können Sie immer noch entscheiden, als Händler aufzutreten.

Erfolgreich sind oft solche Gründer, die neben ihrem Beruf mit der Sache ganz klein anfangen. Falls das Business dann anläuft, können die nächsten Schritte folgen, aber niemals sollte ein großer Schritt vor einem kleinen kommen.

Zuerst müssen Sie sowieso Ihre Wirkung auf die Kundschaft testen. Nimmt man Ihnen Ihr Wissen ab? Können Sie Produkte verkaufen? Nach einem halben Jahr werden Sie erkennen, ob hier Ihre Zukunft liegt.

Ihre Chancen sind gut, wenn Sie auf die Leute zugehen und die relevanten Themen erklären können. Dann dürften viele Kunden Ihren Empfehlungen folgen. Allerdings müssen Sie immer auf ein vernünftiges Preis Leistungsverhältnis achten. Man darf keine zu teuren Produkte anbieten.

Solange Sie kein Lager füllen und mit einer vermittelnden Tätigkeit zu den Kunden gehen, halten sich die Risiken in Grenzen. Im schlimmsten Fall verkaufen Sie nichts. Dann können Sie aber immer noch in Ihrem alten Metier Geld verdienen.

Selbstständig mit einer Kreativ-Agentur

Kreativität ist heutzutage in vielen Bereichen wirklich wichtig. Die Aufmerksamkeit in einer durch viele Reize überfluteten Welt gewinnt man nur noch mit cleveren Konzepten, Ideen, Projekten und Gedanken. Niemand nimmt wohl in Anspruch, die Weisheit gepachtet zu haben. Deshalb sind viele Spezialisten mit der Aufgabe betraut, neue Ideen hervorzubringen, mit denen man in Zukunft auch Geld verdienen kann.

Obwohl dies fast immer ein Ziel vieler Unternehmen ist, gelingt die Realisierung nicht so oft. Die Firmen bedienen sich deshalb externer Spezialisten aus Werbeagenturen, befragen Trendforscher und eben auch Kreativ-Agenturen. Dabei geht es meistens um die Entwicklung neuer Produktlinien oder die Information über neue Produkte.

"Wie sollen wir die Güter den Kunden nahe bringen?" lautet z.B. ein oft gestellte Frage. Die Werbeagentur beschäftigt sich dann sofort mit einer Kampagne, während die Kreativ-Agentur erst einmal Gedanken zum Produkt, den Kunden, Zielgruppen etc. sammelt, um über neue Möglichkeiten der Kommunikation nachzudenken.

Die Agentur bzw. deren Betreiber erarbeiten dann Lösungsmöglichkeiten (z.B. besondere Darstellungsformen für Unternehmen oder ungewöhnliche Präsentationen bei Messen etc.). ein weiterer Aspekt von Kreativ-Agenturen sind die Trends von morgen. Alle möglichen Unternehmen versuchen, den Verkaufsschlager der Zukunft zu produzieren. Leider weiß man jedoch nicht, welche Güter in Zukunft gut verkauft werden können. Eine wesentliche Aufgabe von solchen Agenturen ist daher auch die Trendforschung bzw. konkretes Arbeiten an und mit neuen Trends. Dazu benötigt man Verbindungen in führende Nationen und Metropolen aus der ganzen Erde. Verwertbare Trends entstehen fast immer in großen Städten, wo die Bevölkerung zum Teil recht unkonventionell lebt, arbeitet und ihre Freizeit verbringt.

Um für künftige Aufgaben also gut gerüstet zu sein, braucht man zumindest in New York, London, Paris, Tokio, Hongkong und Mailand freie Mitarbeiter, die je nach Bedarf eingesetzt werden können. Diese zu finden dürfte nicht so schwierig sein, denn es gibt zahlreiche Abenteurer, erfolglose Modells und Glücksritter, die immer einen Job suchen. Am besten sucht man freie Kräfte über Portale dieser Städte im Internet. Oft sind kostenlose Anzeigen möglich, die eigentlich immer zum Erfolg führen, denn bei Kreativ-Agenturen möchten viele Leute mitmischen, um sich später evtl. bei Werbeagenturen mit den gemachten Erfahrungen vorzustellen.

Mit Hilfe dieser Mitarbeiter, die natürlich bezahlt werden, wenn konkrete Aufträge vorliegen, ist die Agentur dann in der Lage, schnell Trends zu erkennen und bevor andere diese erkennen, ihren Auftraggebern mitzuteilen, welche Tendenzen vorliegen, was in der Szene angesagt ist und wohin die Reise bei verschiedenen Gütern gehen könnte. Die Industrie oder andere Agenturen nehmen diese Informationen dann auf und versuchen Einflüsse in die nächste Produktlinie zu integrieren.

Sobald nämlich Trends auch nur im Keim erkennbar sind, sollten die Infos zur Verfügung stehen, denn bis die Produkte in den Läden stehen oder liegen, vergeht eine gewisse Zeit (Entwicklung, Produktion, Auslieferung), die man braucht, um den Verkauf richtig vorzubereiten. Viele Produkte wurden erst von Kreativ- oder Trendagenturen entdeckt: Da wäre z.B. das Skateboard, die Roller Blades, Frisbee etc. und natürlich eine Menge Modetrends in allen Ausprägungen. Die produzierende Industrie ist nur so schnell am Markt, wie die Trendagenten und Kreativ-Agenturen arbeiten. Ohne neue Konsumgüter würden viele Firmen schlichtweg pleite gehen, denn vor allem diese Branche ist auf einen stetigen Wechsel der Trends angewiesen. Wie würden die Konsumgüterbranche oder Sportartikelhersteller ohne jeweils aktuelle Produkte (z.B. Schuhe, Sportgeräte, Kleidung usw.) überleben? Die Ware muss also regelmäßig neu erfunden werden, um wieder Verkaufsschlager generieren zu können.

Erinnern Sie sich an das Aufkommen der viel zu weiten Sporthosen mit den viel zu großen Schuhen der schwarzen Rapper aus New York? Kurze Zeit später produzierten europäische Hersteller bereits solche Hosen und verkauften diese an die begeisterte Jugend. Bald darauf war ganz Deutschland plötzlich mit eigentlich zu großen Sporthosen überschwemmt. Die Bedürfnisse des Marktes wurden schnell befriedigt und die Hersteller konnten sich über gute Gewinne freuen. Dies funktionierte natürlich nur dank der schnellen Tätigkeit von Kreativ-Agenturen, die von ihren "Trend Scouts" vor Ort entsprechende Hinweise auf einen neuen Trend (in diesem Fall zu große Hosen und Schuhe für zu kleine Menschen in Verbindung mit Rapp Musik) erhielten.

Gründungsvoraussetzungen

Eine Kreativ-Agentur ist natürlich immer auf Kenntnisse über die neuesten Trends und Moden angewiesen. Die Inhaber sollten stets am Puls der Zeit sein, d.h. der oder die Betreiber müssen wissen, was in New York, Tokio oder San Francisco zur Zeit in ist, wer gerade mit neuen Ideen experimentiert, Aufträge zu vergeben hat und wer nach besonderen Lösungen sucht.

Spezielle fachliche Kenntnisse oder Ausbildungen sind nicht erforderlich, schaden aber auch nicht. Sehr wichtig ist auch das Vertrauen der Auftraggeber in den Service. Absolute Diskretion und Vertraulichkeit sind unverzichtbare Eigenschaften des Gründers. Am wichtigsten ist jedoch die Vision und die Fähigkeit des Betreibers, Phantasie in Ideen bzw. Projekte umzusetzen und den Auftraggebern jeweils die passenden Informationen zu ihrer Branche sehr schnell bieten zu können.

Dafür braucht man in der Regel die EDV: Sie müssen sich schnell und zielgerichtet im Internet bewegen, E-Mails versenden können. Deshalb sollten Sie schon ein bisschen Erfahrung im Umgang mit der EDV und modernen Programmen mitbringen. Weiterhin müssen Sprachkenntnisse (zumindest Englisch) vorliegen, denn die neusten Trends kommen fast immer aus dem angelsächsischen Raum.

Weiterhin ist eine ausgeprägte Überzeugungskraft nötig, um den Auftraggebern die Notwendigkeit des eigenen Services klar machen zu können. Initiatoren sollten ohne Vorbereitung mindestens eine halbe Stunde ohne Unterbrechung über Sinn und Zweck der Bemühungen referieren können, Umgangsformen bei geschäftlichen - und privaten Meetings beherrschen. Zusätzliche Erfahrung in der persönlichen - sowie telefonischen Gesprächsführung sind sehr nützlich.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht Anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Zusätzlich benötigt man eine gehörige Portion Durchhaltevermögen, denn bei fast jedem Selbstständigen kommen zuerst schwierige Zeiten. "Aller Anfang ist schwer". Dieses Sprichwort sollte der Gründer durchaus ernst nehmen und sich über die Anforderungen bewusst sein. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen.

Wer Einnahmen erzielen möchte, muss ein gesuchtes Produkt oder eine Dienstleistung ohne Fehl und Tadel abliefern. Dies reicht jedoch nicht immer. Vielmehr sollte man sich bemühen, stets ein besseres Produkt, d.h. in diesem Fall bessere und schnellere Infos über Trends und Ideen als die Konkurrenz anzubieten. Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Räumliche Voraussetzungen

Es spielt eigentlich keine Rolle, von wo aus Sie dieses Geschäft betreiben. Standorte in Industriezentren sind jedoch eindeutig im Vorteil, da man schnell bei potentiellen Auftraggebern ist. Vor allem am Anfang muss man auf das meistens äußerst schmale Budget achten. Sie können also ohne Probleme von der heimischen Wohnung aus loslegen. In den wenigsten Fällen kommen Kunden persönlich vorbei, um sich die "Firma" anzuschauen. Sie sprechen vielmehr bei Interessenten vor und stellen ihre Aktivitäten dar. Das Geschäft läuft über fast ausschließlich über den persönlichen telefonischen Kontakt zu den Kunden oder Interessenten.

Zeitliche Voraussetzungen

Die Tätigkeit ist unabhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man kann seine Arbeitszeit selbst bestimmen. Lediglich bei Terminen vor Ort sind die üblichen Bürozeiten einzuhalten. Selbstverständlich können in den Abendstunden auch noch Gespräche mit Kunden etc. anfallen. Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Handys und der Laptop gehört zur Standardausrüstung.

Zu welcher Zeit Sie bestimmte Arbeiten erledigen, bleibt Ihnen überlassen. Dies erfordert ein gewisses Organisationstalent und Disziplin. Die eigene Einteilung der

Tätigkeit ist nicht mit "nichts tun" gleichzusetzen. Im Gegenteil: Es fällt mehr Arbeit an, als bei Angestellten. Da Sie jedoch für sich selbst und Ihren Erfolg arbeiten, fällt die zusätzliche Arbeit nicht so schwer.

Alternative

Wer keine Agentur an einem festen Standort gründen möchte, kann auch als mobiler Kreativ-Agent arbeiten. In diesem Fall ist man für Unternehmen sozusagen von Fall zu Fall in den Metropolen der Welt unterwegs, um nach neuen Ideen zu suchen, Trends praktisch schon im Keim aufzuspüren und Entwicklungen in den betreffenden Sparten zu erkunden. Vorteil: Man kommt in der Welt herum und kann sich als "Reisender" über seinen Job freuen. Wer gerne dauernd unterwegs ist und sich auf den Flughäfen der Welt zuhause fühlt, ist hier in seinem Element.

Falls entsprechende Erkenntnisse vorliegen, berichtet man dann sofort an den Verantwortlichen in der jeweiligen Firma per E-Mail, Telefon etc.. Ideal sind digitale Kameras, um visuelle Eindrücke gleich aufnehmen - und elektronisch versenden zu können. Auf diese Weise sind Sie z.B. in der Lage, ungewöhnliche Kleidung sofort zu fotografieren und innerhalb von Minuten an einen Kreativ-Direktor eines Modeschöpfers zu senden, damit dieser über eventuelle Einflüsse in der nächsten Kollektion entscheiden kann.

Ein vernünftiges Notebook wird also benötigt, dass auf jeden Fall mehr Geld verschlingt als ein Desktop Computer. Mobile Internet-Verbindungen sind schwierig und zudem über Mobilfunk teuer und nicht sehr sicher. In Hotels oder Internet Cafés erhalten Sie aber fast immer Zugang zu einem Internet-Anschluss. Als "Kreativ Agent" ist Abenteuer, Abwechslung und Spaß garantiert. Es kommt natürlich darauf an, wie man die Kunden vom Nutzen der eigenen Tätigkeit überzeugen kann.

Der Job erfordert Zeit: Ungewöhnliche Einsätze in Clubs, bei "schrägen" Veranstaltungen etc. sind durchaus üblich. Schließlich suchen die Auftraggeber Informationen über kommende Bestseller und Trends entstehen fast immer in der Subkultur.

Scheuen Sie sich also nicht vor dem Besuch zweifelhafter Veranstaltungen oder Orte, wo die Tradition zwischenmenschlicher Beziehungen durcheinander gerät. "Es gibt nichts, was es nicht gibt", sollte immer ihr Spruch sein. Manchmal muss man auch mit den Wölfen heulen, d.h. sich mit Dingen beschäftigen, die einen vielleicht komisch vorkommen oder schlichtweg nicht interessieren, aber das ist nun einmal auch Bestandteil einer Arbeit. Nicht jeder Einsatz kann Spaß machen. Als Kreativ-Agenten eignen sich Frauen sehr gut, denn sie interessieren sich mehr für Mode, Trends aus diesem Bereich. Dies soll jedoch nicht heißen, dass Männer nicht mithalten können. Im Gegenteil: Die erfolgreichsten Agenten sind Männer mit Erfahrung im geschäftlichen Bereich. Diese sortieren nämlich schon vorher wirtschaftlich verwertbare Ideen aus und berichten nur über die wirklich interessanten Gedanken.

Wie starte ich?

Wie bei anderen Agentur Konzepten auch brauchen Kandidaten vor allem die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung ihrer Tätigkeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen. Sie können PCs mit günstigen AMD- (Advanced Micro Devices) Prozessor zurückgreifen. Diese CPUs sind

genauso leistungsfähig wie vom großen Bruder Intel, kosten aber oft nur die Hälfte. Deshalb erhalten Sie AMD-PCs mit gleicher Leistung wesentlich günstiger als Intel-PCs.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Da Sie viel im Internet zu tun haben werden, sollten Sie sich einen schnelleren Rechner leisten. Tests in einem führenden Fachmagazin haben bestätigt, dass schnelle Prozessoren komplexe Internetseiten wesentlich rascher aufbauen können. Für etwa 500-600 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie ein Modem bzw. ISDN Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares E-Mail Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office enthalten (Download oder CD ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.). Dann folgt das Herstellen von Verbindungen zu verschiedenen freien Mitarbeitern in aller Welt, eine Datenbanken für zukünftige Einträge von Interessenten sowie Kunden. Anschließend muss man sich um die Werbung kümmern, so dass potentielle Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Starkapital

Beim Start einer Kreativ-Agentur brauchen Sie ca. 2.500 bis 5.000 Euro Startkapital.

Der Markt

Es gibt in Deutschland noch kaum Kreativ-Agenturen. Eine der bekanntesten Agenturen dieser Art befindet sich in der Schweiz. Die Brainstore AG in Biel konnte z.B. auch schon auf der letzten Expo für Aussteller tätig werden. Zu den bedeutendsten Kunden zählen vor allem Industriekonzerne (u.a. Coca Cola, Nestle, Migros etc.) sowie Banken (z.B. UBS).

International sind Kreativ-Agenturen oft an Werbeagenturen angeschlossen. Gründer haben ein reichhaltiges Betätigungsfeld vor sich. Die Entwicklungsmöglichkeiten werden nicht durch zu viel Konkurrenz gestört. Obwohl sich einige Werbeagenturen dem Thema auch angenommen haben, fristet die Kreativ-Agenturen eher ein Schattendasein in solchen Firmen. Spezielle Agenturen für kreative Aufgaben aller Art findet man in unseren Breiten kaum.

Potentielle Gründer müssen also vor allem Überzeugungsarbeit leisten, um ihren Service zu etablieren. Der Markt ist offen für neue Agenturen! Es gilt, diese Chance auch zu nutzen. Unterschätzen Sie jedoch den zeitlichen und finanziellen Aufwand nicht, um Kunden zu überzeugen. Zuerst müssen Sie zahlreiche Termine vereinbaren und die Verantwortlichen mit Ihren Kapazitäten und möglichen

Leistungen bekannt machen. Dies erfordert Sicherheit und Selbstbewusstsein bei Präsentationen. Lassen Sie sich von Rückschlägen nicht entmutigen. Alle haben einmal klein angefangen.

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Anzeigen in Magazinen, der örtlichen Presse gehören zu den traditionellen Werbeformen. Bei Inseraten haben Sie zudem den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Schalten Sie in Urlaubszeiten keine Inserate! Niemand wird diese zur Kenntnis nehmen, weil fast alle Entscheidungsträger zu dieser Zeit im Ausland verweilen. Anzeigen müssen durch eine einprägsame Schlagzeile wirken.
- Besorgen Sie sich so viele Magazine für Unternehmer wie möglich. Dann erkunden Sie im Impressum, wer für welches Ressort zuständig ist. Diesen Personen senden Sie einen kleinen Text über Ihre Firma und deren Ziele, Nutzen für Kunden etc.. Am Anfang Ihrer Tätigkeit müssen Sie für Presse und Fachmagazine einen sogenannten Public Relation Beitrag verfassen. Dieser sollte kurz ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Interessante Berichte über neue Firmen und Dienstleistungen füllen die Publikationen und ziehen auch weitere Anzeigenkunden an. Solche Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Natürlich werden nicht alle angeschriebenen Magazine den Text veröffentlichen, aber Sie sollten es trotzdem bei allen probieren. Versuchen Sie auch in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare bzw. Nachdrucke in ausreichender Anzahl anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können. Es ist empfehlenswert, gleich beim Start ein besonders Angebot für Interessenten zu präsentieren, um möglichst viele Kunden anzulocken (z.B. Trendsuche weltweit zum halben Preis, Gratis-Aktionen etc.).
- Natürlich eignen sich auch gezielte Anschreiben (Mailings). Diese Methode eignet sich vor allem für die Werbung bei Firmen der geeigneten Branchen (Konsumgüter, Mode, Sportartikel, Textil) mit über 50 Mitarbeitern. Der erste Kontakt wird mit einem Werbebrief hergestellt. Solche Briefe richten Sie möglichst an Entscheidungsträger im jeweiligen Unternehmen. Benötigt werden also die Adressen von Unternehmen in der näheren Umgebung plus die Namen der betreffenden Personen. Ein Anruf bei der Zentrale führt in der Regel weiter, d.h. die Telefonistin bzw. Mitarbeiterin im Büro nennt Ihnen gewöhnlich Ihren Ansprechpartner. Vorteil: Mit einem persönlichen Anschreiben sind Sie sicher, dass sich relevante Personen mit dem Angebot beschäftigen. Es landet auf dem Schreibtisch der Zielperson, und wird zumindest kurz überflogen.

Verdienstmöglichkeiten

Der mögliche Verdienst hängt natürlich völlig vom Umfang der Aufträge und der Zahlungsbereitschaft der Kundschaft ab. Für einzelne Recherchen werden je nach Aufwand schon 2.500 bis zu 12.000 Euro bezahlt.

Beispiel:

Ein Hersteller von Textilien möchte wissen, was in Tokio bei den jüngeren Leuten gerade in ist. Der Auftrag soll so schnell wie möglich erledigt werden. Die Agentur schickt ihren freien Mitarbeiter in Japan los, um zwei Tage durch die Straßen Tokios zu gehen und in diversen angesagten Shops nachzuforschen. Das Resultat wird per E-Mail inklusive Fotos übertragen und dem Auftraggeber mit Bericht zur Verfügung gestellt.

Kosten: US\$ 300 plus Spesen pro Tag für den Mitarbeiter plus Aufwandsentschädigung für die Agentur. Berechnet werden für 2 Tage Arbeit rund 2.300 Euro.

Je nach Betätigungsfeld gibt es also recht unterschiedliche Möglichkeiten, Einnahmen zu erzielen. Der Erfolg hängt von der Spezialisierung der Agentur und den Fachkenntnissen des Initiators ab. Generelle Verdienstchancen lassen sich nur schwer prognostizieren, da individuelle Chancen in diesem Bereich sehr unterschiedlich sind und der Auftritt im Markt sowie die Erfahrung des Betreibers eine große Rolle spielt. Ebenso wichtig sind die Verbindungen des Betreibers zur Industrie. Von dort kommen nämlich die wirklich lukrativen Aufträge.

Nebenberufliche Möglichkeiten

In der Regel sind Agenturkonzepte für den nebenberuflichen Einstieg geeignet. Bei einer Kreativ-Agentur ist dies kaum der Fall, denn es wird ständige Einsatzbereitschaft gefordert. Produktmanager der Kunden müssen also Tag und möglichst auch Nachts anrufen und ihre Wünsche vermitteln können.

Die Geschäftspartner erwarten für die geleisteten Summen vollen Einsatz. Dies ist nur verständlich, denn je nach Fall geht es um eine Menge Geld. Mit nebenberuflich tätigen Akteuren gibt man sich in der Industrie eigentlich kaum ab. Profis haben ohne Zweifel entscheidend bessere Chancen, von den Entscheidungsträgern überhaupt ernst genommen zu werden. Wenn Sie also einsteigen möchten, sollten Sie gleich in die Vollen gehen, sonst brauchen Sie gar nicht erst zu beginnen. Ein stetiger Aufbau von Geschäftsbeziehungen über eine längere Frist muss angestrebt werden, um sich eine möglichst breite Grundlage für weitere Aufträge zu schaffen. Die Agentur kann rasch aufgebaut werden. Es gibt kein größeren Risiken, wenn die Sache komplett schief gehen sollte, ist praktisch nichts verloren, denn es sind keine größeren Investitionen nötig.

Erweiterung

Stellen Sie zumindest in der Anfangsphase keine Mitarbeiter ein. Dies ist mit Ärger und vielen Kosten verbunden. Arbeiten Sie daher lieber mit anderen Selbstständigen (freien Agenten) zusammen, falls dies notwendig sein sollte. Vor allem bei einer ohnehin nötigen Ausdehnung der Aktivitäten auf das Ausland ist eine Zusammenarbeit mit Kollegen in anderen Ländern zu empfehlen. Man kann in solchen Fällen mehrere Aufträge in verschiedenen Nationen vermitteln und sich die Einnahmen mit den jeweiligen Agenturen teilen. Gleichzeitig sind Ersparnisse sowie rationelles Handeln durch Arbeitsteilung möglich.

Chancen und Risiken

Alle selbstständige Tätigkeiten bergen Risiken in sich. Auftraggeber können abspringen, in Konkurs gehen oder andere Dienstleister vorziehen. Deshalb ist es auch sehr wichtig, das eigene Geschäft auf mehrere Beine zu stellen, indem man für möglichst viele Kunden arbeitet. Es ist unwahrscheinlich, dass plötzlich alle Vertragspartner z.B. zahlungsunfähig werden. Bei guten Beziehungen zu mehreren Geschäftspartnern kann das eigene Risiko daher wesentlich vermindert werden. Je mehr verschiedene Kunden den Service der Auftragsvermittlung nutzen, desto sicherer wird die eigene Basis. Leistungen sollten also vielen Interessenten zur Verfügung gestellt werden.

Da jedoch keine großen Investitionen nötig sind, hält sich das gesamte Risiko in Grenzen. Was kann denn im schlimmsten Fall passieren?

Der maximale Verlust beschränkt sich auf das eingebrachte Startkapital, wenn absolut kein Geschäft zu machen ist. Dem stehen jedoch gute Chancen gegenüber. Es besteht kein Zweifel, dass die Dienstleistungsgesellschaft aus den angelsächsischen Ländern auf den europäischen Kontinent übergreift. Mit einer solchen Agentur können Sie mit relativ wenig Einsatz von Kapital, aber sicher viel Arbeit eine selbstständige Existenz etablieren und diese bei Bedarf ausbauen. Besondere Chancen entstehen natürlich bei guten Verbindungen zu größeren Firmen. Kontakte zu wichtigen Persönlichkeiten in den jeweiligen Branchen sind Gold wert. Warum? Nun, diese Personen entscheiden in vielen Fällen über Aufträge von großer Tragweite.

Bei Partys, auf besonderen Messen und bei Modeschauen und Produktpräsentationen weltweit trifft man Produktmanager verschiedener Firmen und kann diese Leute für den eigenen Service begeistern.

Der Erfolg einer Kreativ-Agentur hängt stark von der Persönlichkeit des Gründers und Betreibers ab. Es sollte sich möglichst um eine charismatische Person handeln, die ohne Probleme andere für sich gewinnen kann. Gründer müssen durch ihre Art der Präsentation und der gebotenen Qualität Aufträge hereinholen. Diese kommen nicht von selbst, es sei denn, man ist nach einigen Jahren bekannt. Am Anfang kommt jedoch ohne Zweifel die harte Tour durch viele Büros und Vorzimmer. Dabei gibt es nur zwei Möglichkeiten für die angesprochenen Firmen: Zusage oder Absage. Letztere wird öfters vorkommen, sollte aber nicht weiter beeindrucken. Entscheidend sind die wenigen Zusagen. Bei diesen Aufträgen muss dann alles perfekt laufen, dann spricht sich die Arbeit auch in der jeweiligen Branche herum und Konkurrenten der ersten Auftraggeber werden auf den Service aufmerksam.

Der Einstieg muss also über gute erste Aufträge erfolgen, die dazu beitragen, dass weitere Anfragen meistens automatisch kommen. Die eigenen Fähigkeiten, mit Worten, Präsentationen und Argumenten zu überzeugen können Gründer in diesem Bereich ständig trainieren.

Fazit:

Wichtig sind vor allem Verbindungen in die Wirtschaft. Persönliche Kontakte zu möglichst vielen Verantwortlichen schaffen eine Grundlage für das notwendige Vertrauen in den Service. Deshalb muss noch einmal betont werden, dass diese Idee zu fast 80% vom persönlichen Einsatz in diesem Bereich abhängt. Initiatoren sollten ungezwungen auf relevante Personen zugehen können, jede Gelegenheit nutzen, um den Leuten die Möglichkeiten des eigenen Service aufzuzeigen. Dabei ist natürlich Fingerspitzengefühl gefragt. Nicht immer sind die Produktmanager und anderen verantwortliche Personen in Stimmung für solche Themen. Menschenkenntnis und eine eher vorsichtige Verhandlungsstrategie sind daher auch nötig, um die aufgebaute Beziehung nicht zu schnell und zu stark zu strapazieren.

Mit etwas Feingefühl klappt die Geschichte jedoch immer. Nachteil: Dieses Feingefühl lässt sich nicht erlernen. Man muss es einfach haben! Es gibt auch immer die Möglichkeit, Menschen unbewusst zu verärgern, wenn man sie zu stark bedrängt, bzw. ihnen im Moment einfach auf die Nerven geht. Solche Stimmungen sollten Sie spüren und entsprechend reagieren. Das größte Risiko ist eine verpatzte Präsentation mit der Folge einer Ablehnung. Der erste Auftritt vor neuen Interessenten ist also extrem wichtig. Bereiten Sie solche Termine richtig vor und sorgen Sie für ein ausgeglichenes Auftreten.

Geld verdienen mit dem Management von Künstlern

Die Möglichkeiten sind hervorragend auch für Einsteiger!

Vorwort

Es gibt einen Bereich, der eigentlich immer läuft: Unterhaltung! Selbst wenn die Wirtschaft lahmt, Rezession droht und die Absatzzahlen im Handel schlecht ausfallen: Die Menschen lassen es sich nicht nehmen, Feste zu feiern, zusammen in geselliger Runde zu sitzen, um Frustrationen des Alltags abzubauen und einfach für ein paar Stunden Sorgen aller Art zu vergessen.

Immer wieder werden besondere Veranstaltungen aus der Taufe gehoben oder man begnügt sich mit einer ganz normalen „Runde“. Eines darf aber kaum fehlen: Der Unterhaltungsfaktor durch Band, Alleinunterhalter, Gaukler, Komiker.

Fast kein Fest fängt ohne einen unterhaltsamen Rahmen an, d.h. es gibt immer Arbeit für Künstler (Musiker, Schauspieler, Komiker, DJs). Das Publikum möchte sich nun einmal unterhalten lassen, ausgelassen feiern, sich eventuell auch betrinken und sich dabei wohl fühlen, unter Leute gehen, mit Personen ins Gespräch kommen, die Heiterkeit einer fröhlichen Gruppe erleben. Sind das nicht verständliche Wünsche?

Unserer Arbeitswelt ist trüb genug, so dass man einfach ab und zu Ablenkungen eine unbekümmerte Ausgelassenheit braucht, um nachher sich den Problemen wieder widmen zu können. Der Mensch benötigt regelmäßig solche Veranstaltungen, um sich auch emotional wieder erholen zu können. Wieso gehen die Leute zum Fußball? Nicht nur, weil man ein nettes Spiel sehen möchte, sondern auch um den Frust der ganzen Woche praktisch herauszuschreien, aufgestauten Ärger abzubauen und sich dann befreit mit neuen Dingen zu beschäftigen.

Der Mensch ist keine Maschine. Deshalb besteht für den Faktor Unterhaltung gleich in welcher Form immer ein Bedarf. Jeder Mensch braucht Abwechslung, geistige Erbauung und ein Glücksgefühl, das bei solchen Veranstaltungen zumindest teilweise entstehen kann.

Mit einem kleinen Künstlermanagement sorgen Sie für geeignete Unterhaltung der Festivitäten und vermitteln praktisch die richtigen Unterhalter gegen Beteiligung an den Erträgen oder auch mit festen Honoraren. Dieses Geschäft ist ein fester Bestandteil in der Unterhaltungsbranche und wird ewig weiterlaufen, wenn Sie es richtig mit Leben füllen.

Voraussetzungen

Bei einem Künstlermanagement haben Sie es vor allem mit Menschen zu tun, d.h. man muss mit den Schwächen und Stärken der einzelnen Beteiligten umgehen können. Dazu gehört eine Verhandlungstechnik, die ein Weiterkommen in der Branche ermöglicht. Das kann man sich jedoch alles im Laufe der Zeit aneignen.

Zuerst gilt es, sich auf die eigenen menschlichen Fähigkeiten zu verlassen, d.h. gut und verlässlich mit anderen Personen und Gruppen (Künstler, Veranstalter, Vereine, Firmen etc.) zusammenzuarbeiten. Neben den Konditionen spielt der menschliche Faktor eine große Rolle. Bei der Vereinbarung von Bestandteilen einer Veranstaltung geht es in vielen Fällen schon etwas lockerer zu. Somit ist die Tätigkeit nicht unbedingt mit den vergleichsweise „trockenen“ Aufgaben in einem Betrieb zu vergleichen. Man sitzt oft mit Wirtsleuten, Veranstaltern zusammen und bespricht mögliche Lösungen, schaut sich Künstler in Aktion an, um deren Fähigkeiten abschätzen zu können, ist bei Veranstaltungen vor Ort dabei, baut die Künstler auf, unterstützt sie moralisch, motiviert sie für den Auftritt etc. Kurz: Der persönliche Kontakt zu den Akteuren ist sehr wichtig.

Für diese notwendige Bindung benötigen Sie eigentlich nur Ihren gesunden Menschenverstand sowie ein Verständnis für Personen in verschiedenen Situationen. Sie müssen nachvollziehen können, dass Künstler unterschiedliche Stimmungen zeigen - und diese dann wieder in die richtige Bahn bringen können. Man kann z.B. in die Situation kommen, dass ein Musiker kurz vor seinem Auftritt nahe am Nervenzusammenbruch steht. In solchen schwierigen Situationen wirkt man dann beruhigend auf die Person ein, versucht seine Kräfte wieder zu wecken und bestätigend auf die Person einzuwirken. Ein bisschen Psychologie ist immer dabei! Natürlich darf auch das Verständnis für Zahlen nicht fehlen. Kaufmännische Grundkenntnisse sollte Sie vorweisen können.

Ausbildung

Einen Ausbildungsgang zum Künstlermanager gibt es nicht. Die gute Basis liefert eine Tätigkeit im kulturellen Bereich (etwa Theaterverwaltung, Kulturreferent in Gemeinden) oder eine Ausgangsbasis in der Musikbranche (Künstleragentur etc.). Interessierte Personen sollten evtl. bei solchen Firmen ein Praktikum anstrengen, um wertvolle Erfahrungen machen zu können. Das gibt ihnen nicht nur die Gelegenheit, den betreuten Einblick in die Branche zu erhalten, sondern auch wichtige Kontakte vor Ort aufzubauen und in ihre selbstständige Tätigkeit mitzunehmen.

Wenn Sie die Gelegenheit für eine Mitwirkung gleich welcher Art erhalten, sollten Sie diese unbedingt nutzen. „Learning by Doing“ ist die Devise!

Die eigentliche Tätigkeit

Als Künstlermanager im kleineren Rahmen kümmern Sie sich hauptsächlich um Tanzbands, Showbands, Duos, Trios, Alleinunterhalter, Kleinkünstler, Komiker, Clowns, Gaukler, die für Feste aller Art engagiert werden. Sie bauen praktisch eine eigene Agentur mit diversen Künstlern auf und vermitteln diese bei Veranstaltungen. Den Künstlern nehmen Sie dabei Verhandlungen mit den Veranstaltern ab, kümmern sich um die Verträge und sorgen für die Terminplanung, so dass diese sich nur noch mit ihrer Kunst beschäftigen müssen.

Dafür erhalten Sie 15%-25% der bezahlten Gagen, Honorare, evtl. Lizenzeinnahmen.

Wie geht man am besten vor?

Zuerst müssen Sie sich einen geeigneten Stamm an Künstlern heranziehen und Kontakte mit Veranstaltern knüpfen. Dabei helfen natürlich Verbindungen zu Firmen, Vereinen etc.. Bieten Sie diesen Leuten an, Veranstaltungen zu organisieren und für den geeigneten Rahmen zu sorgen. Bezüglich der Künstler sollten Sie behutsam vorgehen und vor allem auf einen Punkt achten: Qualität!

Achten beim Aufbau Ihrer Aktivitäten auf die Zusammenarbeit mit Leuten, die menschlich in Ordnung, verlässlich und auf dem Boden der Tatsachen geblieben sind. Unter Künstlern findet man die schrägsten Vögel! Sie sollten sich unter keinen Umständen Problemfälle einhandeln, denn mit solchen Leuten gibt es nur Stress pur. Überlegen Sie sich einmal die Folgen misslungener Abende aufgrund von Extravaganzen einzelner Künstler!

Prüfen Sie deshalb genau, ob Sie mit den Leuten auskommen und ob Ihre Künstler arbeiten können, ohne irgendwelche Zusätze gleich welcher Art „einwerfen“ zu müssen. Halten Sie sich von Drogenabhängigen, Alkoholikern fern! Diese Leute sorgen nur für weitere Probleme. Ich möchte hiermit nicht zum Ausdruck bringen, dass vor allem Künstler ein Drogenproblem haben, aber es gibt eine Reihe von Leuten, die sich für Künstler halten und mit ihrem Dasein bzw. ihren Möglichkeiten nicht einig sind. Diese Personen werden über kurz oder lang zum Problem, weil es sich nicht um gefestigte Charaktere handelt. Versuchen Sie unter allem Umständen mit vernünftigen Leuten zusammenzuarbeiten, die sich selbst einschätzen können, bzw. auch wissen, dass Starallüren in diesem Bereich völlig Fehl am Platze sind, sondern eine Dienstleistungen ohne Fehl und Tadel zu erbringen ist.

Das erwarten Veranstalter, Zuschauer, Auftraggeber! Nut mit solchen Personen ist eine gute, langfristig erfolgreiche Zusammenarbeit möglich. Die letzten Sätze sollten Sie sich noch einmal zu Gemüte führen, denn sie sind enorm wichtig für Ihre zukünftige Tätigkeit als Künstlermanager. Ich wage sogar die Prognose, dass dieser Sachverhalt erst den Grundstein für eine lohnende Aktivität legen kann. Alles andere ist leider schon kurz nach dem Beginn zum Scheitern verurteilt, wie die Realität immer wieder zeigt. Beschäftigen Sie sich also nur mit professionell orientierten, vernünftigen Leuten!

Welche Künstler brauchen Sie für ihre Tätigkeit?

- Rockbands
- Coverbands
- Tanzbands
- Showbands
- Tanzduos / Trios
- Alleinunterhalter
- Moderatoren
- Liedermacher (allein oder zu zweit mit Gitarre für den kleinen Rahmen)
- Aktionskünstler (z.B. Bildhauer, Maler)
- Gaukler (Straßenfeste)
- Clowns für Kinder
- Schauspieler (für kleine Sketche, Bühnendarstellung)
- Theaterleute (Bühnenbild etc.)
- Komiker
- Redner

Überwiegend werden Sie Musiker für Veranstaltungen vermitteln. Deshalb beschäftigen wir uns in den folgenden Zeilen mit diesen Künstlern.

Heutzutage schimpft sich schon fast jeder Alleinunterhalter, der ein Keyboard anschalten und die Software starten kann. Darum geht es aber nicht! Trotz aller Technik möchten die Zuschauer sehen und auch hören, dass der Künstler sein Handwerk beherrscht. Arbeiten Sie daher mit Vollblutmusikern - und nicht mit Amateuren zusammen. Das kostet zwar am Anfang etwas Mühe, aber langfristig vermitteln Sie Qualität, was immer zu Folgeaufträgen führt.

Es nützt Ihnen nichts, wenn Sie einen „billigen“ Musiker anbieten, der am nächsten Termin aufgrund schwacher Leistungen nicht mehr genommen wird. Konzentrieren Sie sich daher auf wirklich gute Leute, die sich langfristig am Markt durchsetzen.

Das Phänomen unserer Zeit: Technik soll es bringen! Im Rausch der Perfektion gehen viele Künstler dazu über, die modernsten Instrumente einzukaufen und dann die tollsten Klänge hervorzuzaubern. Es gibt jedoch einen entscheidenden Unterschied zwischen dem Könner und den vielen Amateuren: Es kommt immer auf den Einsatz solcher Mittel an, ob nachher ein gutes Klangbild entsteht oder nicht. Mit zunehmenden technischen Möglichkeiten steigt nämlich auch die Fehlerquote und nur wenige Kandidaten beherrschen die Technik sowie auch die Musik.

Technik ohne Musikalität klingt kalt, ist ohne Leben und jederzeit zu reproduzieren. Spezielle Firmen (etwa Hitbit) produzieren z.B. für die gängigsten Profi-Keyboards Midi-Files (Dateien der Charthits und Oldies), mit denen man solche Keyboards praktisch „füttern“ kann. Manche Instrumente der neuesten Generation haben bereits integrierte Festplatten, auf denen viele Songdateien finden. Im Grunde kann der Alleinunterhalter mit diesen Dateien einen ganzen Abend gestalten, ohne selbst auch nur einmal in die Tasten zu greifen. So ist es auch nicht verwunderlich, dass immer mehr „Musiker“ ihre Dienste anbieten.

Die Instrumente produzieren dank integrierter Samples (digital aufgenommene Klangdaten) von alleine einen guten Sound. Ein Schlagzeug klingt wirklich wie ein richtiges Drumset und das Klavier kommt auch wie ein Original aus den Speicherchips des Instrumentes.

Sie können sich bestimmt vorstellen, dass solche „Musiker“ immer gleich klingen. Sie sind einfach austauschbar, bringen spontan nichts zustande und sind ohne Datenträger praktisch verloren.

Diese Leute sind keine wirklichen Künstler. Sie sind nicht originell, haben keine individuelle Note, sind nicht einzigartig. Deshalb sollten Sie solche Leute nicht vermitteln, sonst leidet ihr „Image“ darunter. Ein von Ihnen vermittelter Künstler sollte ein einmaliges Erlebnis bieten können, das von anderen nicht wiederholbar ist.

Ein Abend mit einem Künstler soll die Leute begeistern. Dies gelingt jedoch nur, wenn die Zuschauer Intentionen, Fähigkeiten und das Engagement des Künstlers erkennen. Das funktioniert mit Maschinen nicht! Der Mensch spielt mit seinen Eigenschaften und Schwächen die bedeutende Rolle. Nur auf diese Weise kann der langfristige Erfolg eintreten, von dem Sie auch durch immer neue Engagements profitieren können.

Hierzu ein Hinweis:

Gerade bei Musikern spielt mittlerweile die Technik eine große Rolle, doch Sie erkennen geeignete Talente, indem Sie wie folgt vorgehen:

- I. Hören Sie den Leuten aufmerksam zu und lassen Sie sich auch ein Musikstück ohne Technik vorführen. Wenn die Musiker auch ohne Begleitautomaten und Sequenzer dann einen guten Sound zustandebringen,

der von Hand gemacht ist, können Sie eine Zusammenarbeit in Erwägung ziehen.

- II. Musiker werden auf Festen oft angesprochen. Auch der Veranstalter möchte mal das eine oder andere Stück aus Jugendzeiten hören und ist dann total happy. Genauso geht es Besuchern! Aus eigener Erfahrung weiß ich, dass man als Musiker in fünf Minuten schnell 50 Euro verdienen kann, wenn man den richtigen Titel parat hat. Begeisterte Zuschauer kommen auf die Akteure zu und lassen in angeheitertem Zustand schon ein paar Scheine springen, wenn z.B. „Proud Mary“ von CCR zu Besten gegeben wird. Das muss einfach drin sein! Es darf dann keine Ausreden geben wie etwa: „Diese Diskette haben wir für unser Instrument nicht dabei.“ Arbeiten Sie auf keinen Fall mit „Diskettenschiebern“ zusammen! Diese Leute nutzen die moderne Technik und füttern moderne Keyboards mit vorproduzierten Midi-Daten. Folge: alle klingen gleich, weil alle eben die selben Midi-Daten aus dem Handel verwenden. Das führt nur zu Frustrationen bei den Zuschauern, denn niemand interessiert sich für „Plastik Musik“. Dann können Sie gleich einen DJ beauftragen oder Kassetten laufen lassen. Nein, die Leute wollen Menschen in Aktion sehen, auch wenn diese den einen oder anderen Fehler machen. Es ist live, spontan und ein Original! Das begeistert Menschen, lässt eine besondere Atmosphäre entstehen, die für Veranstaltungen so wichtig ist.
- III. Genauso verhält es sich mit Komikern: Die Künstler müssen spontan auf Einwürfe aus dem Publikum reagieren können, Witze über anwesende Personen machen können. Man nennt dies auch den „Gottschalk-Effekt“. Der bekannte Moderator improvisiert trotz vorgegebener Liste immer wieder und besticht durch seine spontanen komischen Einwürfe. Das bringt Leben in eine Sendung, sorgt für Heiterkeit und bringt den Zuschauern zum Schmunzeln. Arbeiten sie auch hier nicht mit Leuten zusammen, die sich nur stur an ihr Programm halten können. Flexibilität ist sehr wichtig!

Falls Sie selbst Schwierigkeiten mit der Beurteilung von Qualität im künstlerischen Bereich haben, sollten Sie eine fachkundige Person zu den jeweiligen Terminen mitnehmen. Machen Sie nicht den Fehler, sich mit ungeeigneten Leuten einzulassen.

Der nächste Schritt

Wenn Sie „Ihre“ Künstler gefunden haben und diese zu einer langjährigen Zusammenarbeit bereit sind, sollten Sie Verträge mit den Leuten machen. Inhalt:

- Vereinbarung über die Zusammenarbeit mit Aufgabenteilung, Pflichten für beide Seiten.
- Regelung der Honorare, prozentualen Beteiligungen.
- Quellenschutz
- Ev. Schadensersatzvereinbarungen bei Nichterfüllung

Muster:

Beratervertrag / Management

zwischen Künstlermanagement und Künstler

1. Der Berater verpflichtet sich, in den Bereichen Produktion, Auftritte, Engagements und Öffentlichkeitsarbeit den zu Beratenden durch seine Geschäftsbeziehungen und sein Wissen Unterstützung zu leisten und in seinem Rahmen administrative Arbeiten im Zusammenhang mit dem Künstler zu erledigen. Der Berater vermittelt Engagements und sorgt für die stetige Weiterentwicklung der wirtschaftlichen Verwertung der Erzeugnisse des Künstlers.
2. Die beratende Tätigkeit erstreckt sich nur auf Produkte des Künstlers.
3. Der Berater gibt keine Garantie für Geschäftsabschlüsse.
4. Der Berater ist berechtigt, im Auftrag des Künstlers Verträge für die Produktion, Engagements und den Vertrieb abzuschließen. Der Künstler ermächtigt den Berater hierbei, in Sinne des Künstlers vorzugehen und selbstständig Geschäfte abzuschließen. Nur bei besonderen, außergewöhnlichen Engagements ist eine vorherige Absprache nötig.
5. Der Berater vertritt die Belange des Künstlers gegenüber Tonträgerfirmen, Medienunternehmen, Musikverlagen, TV-Sendern, Rundfunksendern, Veranstaltern national sowie international.
6. Der Künstler zahlt dem Berater eine Vergütung von 20 % seiner gesamten Bruttoeinnahmen exklusiv der Mehrwertsteuer.
7. Für Einnahmen durch Sponsoren zahlt der Künstler 35 % der Summe vor Steuer an den Berater als Vergütung.
8. Kosten, die dem Berater im Rahmen seiner abgesprochenen Tätigkeit für den Künstler entstehen, sind neben der Vergütung zu erstatten.
9. Die Vergütung wird jeweils sofort nach Erhalt der Zahlungen durch Verwerter fällig.
10. Die Dauer dieses Vertrags beträgt 10 Jahre.
11. Bei Auflösung des Vertrages erhält der Berater seine Vergütung für die von ihm getätigten Geschäfte bis zum Ablauf des fünften Jahres nach Vertragsauflösung.
12. Nach Ablauf der 10 Jahre verlängert sich Vertrag stillschweigend um weitere 10 Jahre.
13. Alle Werke des Künstlers werden im gegenseitigen Einvernehmen an ein vom Berater zu benennendes Medienunternehmen zur Auswertung zu üblichen Konditionen gegeben, falls Interesse an einer Verwertung besteht.

14. Umgehung des Beraters bei Geschäften sind untersagt. Bei Zuwiderhandlungen kann der Berater Schadensersatz in Höhe der verloren gegangenen Beteiligung verlangen.

15 Der Künstler verpflichtet sich, Geschäftskontakte und Verbindungen zu Repräsentanten von Medienunternehmen nur in Zusammenarbeit mit dem Berater zu nutzen. Solche Kontakte dürfen nicht für andere Zwecke verwendet - oder Dritten zur Verfügung gestellt werden.

Ort, Datum

Künstler Berater

Was braucht man als Künstlermanager?

Telefon

Das wichtigste Arbeitsgerät ist Ihr Telefon zuhause. Sie sprechen mit vielen Personen, bahnen Kontakte an, vereinbaren Engagements für Ihre Schützlinge und erledigen einen großen Teil der administrativen Arbeit am Telefon.

Ich gehe einmal davon aus, dass Sie in Ihrem Haushalt ein Telefon zur Verfügung haben. Achten Sie auch darauf, ein ruhiges Plätzchen für Gespräche einzurichten.

Auto

Sie müssen ab und zu Veranstaltungen besuchen, Künstler anhören, Kunden besuchen, persönlich vor Ort Gespräche führen. Ohne einen Wagen ist dies nicht zu schaffen. Falls Sie noch kein Auto haben, sollten Sie sich ein zuverlässiges Modell besorgen, das jederzeit einsatzbereit ist. Das kann selbstverständlich auch ein Gebrauchtwagen sein.

Im eigenen Interesse sollten Sie jedoch nicht gerade in der verrosteten „Beule“ vorfahren, sonst nimmt Sie auf keinen Fall ernst. Gleichzeitig sollten Sie aber auch nicht zu dick auftragen. Den Daimler Benz 500 nimmt Ihnen zu Anfang Ihrer Tätigkeit niemand ab. Am besten geeignet ist ein unauffälliger, gepflegter Mittelklassewagen, der Ihre Seriosität unterstreicht (z.B. VW Passat, Opel Omega, BMW 3er Reihe, Daimler Benz C 180, Renault Laguna, Peugeot 405/6 etc.). Hier gilt: Nicht zu klein und nicht zu groß!

Wenn Sie mit einem zu „protzigen“ Wagen vorfahren, hält man Sie in dieser Branche schnell für einen Blender, was auf keinen Fall vorkommen darf. Bemühen Sie sich, stets bescheiden, korrekt, menschlich aufzutreten und die Wünsche Ihrer Geschäftspartner ernst zu nehmen. Genau das führt langfristig zum Erfolg und unterscheidet den Luftikus vom seriösen Geschäftsmann. Unter „Spinnern“ leidet die ganze Branche schon genug. Realistische Personen sind dagegen sehr geschätzt und erhalten auch die meisten Aufträge.

EDV

Sie brauchen einen PC plus Zubehör (Drucker, Modem / ISDN, Scanner). Es gibt eine Menge Schriftverkehr zu erledigen (Verträge erstellen, Engagementverträge,

Vereinbarungen, Angebote usw.). Ein Kalkulationsprogramm schadet ebenfalls nicht. Weiterhin sollten Sie sich eine Datenbank aufbauen, in der alle nützlichen Kontakte gespeichert werden. Das macht zwar Arbeit, bringt jedoch langfristig neue Chancen. Auch Künstler sollten hierin vertreten sein.

Beispiel:

Eine Band ruft vier Tage vor einem wichtigen Auftritt bei Ihnen an und teilt Ihnen mit, dass sich der Schlagzeuger leider am Fuß verletzt hat. Sie sollten in einer solchen Situation sofort in Ihrer Datenbank nachschauen – und den passenden Ersatzkandidaten finden können, der zur Not einspringt.

Solche Vorfälle werden mit Sicherheit vorkommen. Es gilt also, so früh wie möglich Kontakte aufzubauen und systematisch zu sammeln. Ihre Datenbank wird zu Ihrem wichtigen Instrument, um das Geschäft zu sichern und stetig voran zu treiben. In dieser Branche basieren 50% des Erfolgs auf den richtigen Kontakten.

Die gesamte EDV muss nicht viel Geld kosten. Nutzen Sie Möglichkeiten, eventuell gebraucht an einen guten PC zu kommen oder von günstigen Anbietern geeignete Geräte einzukaufen. Immer wieder bietet die Firma Brand X GmbH gute „Deals“:

Brand X Computer GmbH

Tel. 0211-563-4970

Internet: www.brand-x.de

Software

Für den ganz günstigen Start, besorgen Sie sich einfach die komplette Office Suite von Sun Microsystems, die immer wieder bei verschiedenen PC Magazinen auf der beiliegenden Heft CD ROM enthalten ist (Star Office 5.2 , 6.0 oder Open Office). Das Programm ist in einer Linux Version und der obligatorischen Windows Version erhältlich. Kosten: Euro 0,00.

Diese Software reicht für die üblichen Büroarbeiten völlig aus und hat den angenehmen Nebeneffekt, dass Ihr Budget nicht belastet wird. Es gibt also immer noch gute Leistung praktisch umsonst. Kaufen nicht die teuren Programme der bekannten Konkurrenz. Es lohnt sich nicht. Kontakt:

www.sun.com

www.sun.de

Weiterhin brauchen Sie für Ihre Buchhaltung noch eine geeignete Software z.B. von der inzwischen bekannten Firma Lexware aus Freiburg. Dieses Unternehmen hat an die vielen Kleinunternehmer gedacht und ein Programm mit Quick Books ein Programm erstellt, das Buchungen ohne nähere Kenntnisse der Buchhaltung ermöglicht. Sie geben nur Geschäftsvorfälle ein und die Software führt dann Buchungen selbstständig richtig durch. Hervorragend für Gründer, kleine Gewerbetreibende! Kontakt:

Lexware GmbH & Co. KG

Postfach 112

79001 Freiburg

www.lexware.de

Alternative

Vom Künstlermanager zum Veranstalter ist es eigentlich ein kleiner Schritt, doch sind die Übergänge in vielen Fällen fließend. Sie könnten z.B. auch als

Veranstaltungsagentur auftreten, die für Auftraggeber (Firmen, Gemeinden, private Institutionen) komplette Veranstaltungen auf die Beine stellt.

Mit einem vernünftigen Budget kann man schon besondere Events in Wege leiten. Dieser Schritt sollte aber nur später folgen, wenn die entsprechenden Kontakte bereits vorhanden sind. Als interessante Perspektive bleibt diese Geschichte jedoch im Hinterkopf einiger Gründer aus diesem Bereich, denn die finanziellen Anreize sind auf jeden Fall eine ausreichende Motivation, selbst in das Lager der Veranstalter zu wechseln. Natürlich muss man sich auch der Risiken bewusst sein. Es gibt allerdings Modelle, die immer funktionieren. Hierzu wird später bestimmt noch ein Beitrag über das Thema „Agentur für Veranstaltungen“ zu lesen sein.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Wie sich jeder vielleicht denken kann, ist die Tätigkeit des Künstlermanagers ideal für den nebenberuflichen Start. Man kann wunderbar abends in Aktion treten, Gespräche führen, am Wochenende Veranstaltungen besuchen, Kontakte knüpfen, Verbindungen aufbauen.

Vorteile:

- Das Geschäft können Sie ohne finanziellen Druck aufbauen
- In aller Ruhe ist ein Test der Perspektiven möglich
- Falls das Business nicht für eine hauptberufliche Tätigkeiten geeignet erscheint, können Sie munter auf diese Weise weitermachen
- Eventuelle Umsatzeinbrüche entziehen Ihnen nicht die Lebensgrundlage

Mein Tipp daher: Starten Sie auf jeden Fall erst einmal nebenberuflich. Somit bestehen die besten Entwicklungsmöglichkeiten und Sie können sich in Ruhe orientieren, bevor der Schritt ins wirkliche „Profilager“ erfolgt.

Starkapital

Bei fast keinem anderen Geschäft brauchen Sie so wenig Startkapital. Warum? Nun, alles was Sie wirklich am Anfang haben müssen, ist ein Telefon. Das reicht für den Beginn!

Sie müssen also nicht bei Banken vorsprechen und um Kredite betteln. Das Geschäft wird hauptsächlich über persönliche Kontakte gemacht. Diese können Sie nicht kaufen, sondern müssen Sie sich erarbeiten. Es nützt also nichts, mit viel Geld in Werbung oder andere Maßnahmen einzusteigen. Gehen Sie lieber wie oben beschrieben vor und bauen Sie sich auf clevere Art und Weise Ihr Business auf.

Verdienstmöglichkeiten

Spielen wir doch einmal einen konkreten Fall durch:

Am Beispiel einer gut gebuchten Band mit ca. 80 Auftritten im Jahr können Sie erkennen, dass ein beachtliche Einnahmen durchaus möglich sind. Die Band hat vier Mitglieder und bringt die gesamte Technik zu den Veranstaltungen mit. Die durchschnittliche Gage liegt etwa bei 2.000 Euro pro Auftritt. Die Band lässt sich vom Künstlermanager betreuen, Auftritte vermitteln etc. und zahlt dafür 20% der Einnahmen an den Berater.

80 Auftritte x 2.000 Euro ergibt einen Umsatz von 160.000 Euro.

Der Künstlermanager erhält für seine Leistungen 32.000 Euro pro Jahr. Unterschätzen Sie aber den dafür notwendigen Arbeitsaufwand nicht.

Wenn wir nun berücksichtigen, dass man in der Regel auch noch andere Künstler (Alleinunterhalter, Duos Trios, Komiker etc.) vermittelt, können Sie sich vorstellen, dass auch bei kleineren Gagen noch der eine oder andere Euro hinzukommt. Jahreseinnahmen von 50.000 Euro dürften bei diesem Modell in kurzer Zeit zu erreichen sein. Selbstverständlich mindert die Umsatzsteuer noch Ihren Verdienst, aber fleißige Organisatoren werden auch mit entsprechenden Zahlen belohnt. Bis man soweit ist, kann es eine Weile dauern, doch das ist bekanntlich bei jedem Geschäft der Fall.

Spezielle Kontakte:

Ausbildung, Technik

Genossenschaft deutscher Bühnen-Angehöriger

Postfach 120270
20102 Hamburg
Tel. 040-445185
Fax 040-459352

Europäischer Verband der Veranstaltungs Zentren e.V.

Messedamm 22
14055 Berlin
Tel. 030-30385800
Fax 030-30385802
www.evvc.de

IG Medien

Postfach 10 24 51
70020 Stuttgart
Tel. 0711-20180
Fax 0711-2018300
www.igmedien.de

Deutsche Theatertechnische Gesellschaft

Gruberstr. 76
85586 Poing / München
Tel. 08121-76531
Fax 08121-76581
Internet: www.dthg.de

Verband für professionelle Licht- und Tontechnik

Walsroderstr. 159
30853 Langenhagen
Tel. 0511-9666889
Fax 0511-9666890
www.vplt.org

Der Makler für Ferienimmobilien

Ein Traum

Für viele Deutsche und natürlich auch unsere europäischen Nachbarn ist die eigene Immobilie im Süden immer noch ein Traum, obwohl nicht alle mit eigenem Besitz in fremden Ländern gut zurecht kommen. Trotzdem erliegen diesem Traum immer mehr Menschen, die sich ein Leben abseits des grauen Alltags wünschen. Wenn in unseren Breiten der Regen und die Kälte kommt, setzen sich Lebenskünstler ab und frönen dem süßen Leben in ihrer Wohnung oder ihrem Haus in südlichen Gefilden.

Urlaub ist Lebensfreude pur! Das verbinden die Leute mit dolce vita, Wein, gutem Essen, einer wunderbaren Umgebung, schönem Wetter, gut gelaunten Menschen und dem eigenen Balkon, auf dem man sich am besten noch die Wellen des Meeres anschauen – und dem Rauschen des Wassers lauschen kann.

Ist das Kitsch? Nein, es handelt sich um die Wünsche gestresster Arbeitskräfte jeglicher Art. Den Traum vom eigenen Domizil können sich zwar nur ein Bruchteil erfüllen, aber gerade mit diesen Leuten können Sie als Spezialmakler für Ferienimmobilien wunderbar Geld verdienen. Das heißt übrigens nicht, dass man die Leute übervorteilen muss. Nein, es macht einfach Spaß, seinen Kunden eine nette Immobilie zu verkaufen und in ihre strahlende Gesichter zu blicken. Dieses Geschäft ist geprägt von guter Laune, netten Menschen und Spaß an der Sache. Selbstverständlich gibt es auch Probleme, wenn z.B. einheimische Handwerker nicht sauber gearbeitet haben, aber mit einem ordentlichen Kundendienst und viel Verständnis für die Belange der Kunden kann man es in dieser Branche weit bringen.

Die Zielgruppe

Wer ist überhaupt an Ferienimmobilien interessiert? Nun, zunächst sollte die Klientel über genügend Geld verfügen, sich für Urlaub im Süden begeistern können und das Leben an sich genießen wollen. In Frage kommen etwa:

- Handwerker
- Ärzte, Zahnärzte
- Anwälte
- Steuerberater, Wirtschaftsberater, Vermögensberater
- Gastwirte
- Angestellte mit gut bezahlten Berufen
- Erben (sehr wichtige Zielgruppe!)
- Witwen (besonders Beamtenwitwen mit ordentlichen Pensionen im Rücken)
- Unternehmer

Hier sollen nur ein paar mögliche Gruppen ausgewählt werden. Sicherlich kommen Sie noch auf viele weitere interessante Zielgruppen, die Sie dann in Ruhe ausarbeiten können.

Ohne Übertreibung lässt sich sagen, dass solche Gruppen immer an Ihrem Angebot interessiert sein werden, denn diese Leute verdienen meistens gutes Geld, dass irgendwo untergebracht werden muss. Der Drang zur Immobilie im Süden nimmt stetig zu, sonst würden viele Beobachter beliebter Standorte nicht von steigenden Preisen berichten. Schon jetzt besitzen zahlreiche Deutsche Bürger in Spanien, Italien, Portugal und Frankreich Häuser und Wohnungen. Manche Zeitgenossen zieht es aus verschiedenen Gründen ganz ins Ausland (angenehme Atmosphäre, günstige Lebenshaltung, schönes Wetter, Mentalität der Leute, mögliche berufliche Entfaltungen, Anti-Stress-Programm, gesundheitliche Gründe etc.).

Alle Interessenten haben jedoch eines gemeinsam: Sie wollen mindestens für eine gewisse Zeit weg aus dem Alltag, dem tristen Arbeitsleben und den Sorgen zuhause. Dabei handelt es sich nicht um den gewöhnlichen Urlaub. Nein, die Personen möchten sich ein festes Domizil sozusagen als moderne Fluchtburg erschaffen. Dieser Wunsch ist verständlich und kann durch Sie in Zusammenarbeit mit Kollegen vor Ort befriedigt werden.

Was macht ein Makler für Ferienimmobilien?

Dieses Berufsbild unterscheidet sich vom herkömmlichen Makler ein wenig: Man vermittelt hauptsächlich Häuser und Wohnungen in anderen Regionen. Sie haben zwar mit Gewerblichen zu tun, arbeiten aber kaum mit gewerblichen Objekten. Das Ziel der Bemühungen ist, den Kunden eine Immobilie nach Wunsch zu vermitteln. Hierzu sind natürlich auch Kenntnisse über die beliebten Regionen und Länder notwendig.

Zunächst versorgt sich der Makler mit Informationen über zum Verkauf stehende Objekte bei Kollegen vor Ort. Diese arbeiten mit Kollegen gerne zusammen, denn dann steigt die Wahrscheinlichkeit, dass man Häuser schneller vermitteln kann. Die Fluktuation von Immobilienbesitzern ist in Ferienregionen recht hoch. Dies liegt an verschiedenen Gründen:

- I. Manchen Eigentümern wird die erste Immobilie zu klein. Etwas Größeres muss her!
- II. Andere haben sich das Leben im Süden doch anders vorgestellt und ziehen wieder in die alte Heimat.
- III. Einige hoffnungsvolle Eigentümer (bestimmt nicht wenige) haben sich leider finanziell übernommen und müssen ihren Besitz nun weit unter Wert verkaufen.
- IV. Viele Besitzer geraten in ein Alter, in dem Sie sich lieber in der Heimat versorgen lassen wollen und verkaufen deshalb ihr Haus.

Es werden also pro Objekt viel mehr Immobilien in einer kurzen Zeitspanne gekauft und verkauft, was natürlich den beteiligten Makler sehr entgegenkommt, denn von jedem neuen Besitzer und von Verkäufern kann für seine Dienstleistungen Geld verlangen. So manches Haus wechselt in wenigen Jahren drei mal den Besitzer.

Der Makler schaltet in geeigneten Magazinen und Zeitungen Anzeigen über spezielle Objekte. Dann folgen Zusendungen der Unterlagen über die Objekte an die Interessenten. Man stellt dann schnell fest, wer wirklich an dem Haus oder der Wohnung interessiert ist und kann einen persönlichen Termin zur Beratung vereinbaren. Sollte das Interesse sehr konkret werden, kann natürlich auch eine Besichtigung vor Ort notwendig werden. Bei hochwertigen Objekten sollten Sie selbst mitfliegen. Besichtigungen simpler Wohnungen können Sie getrost Ihren Kollegen überlassen, die dann das Geschäft perfekt machen können.

Die Provisionen teilt man sich dann mit den Anbietern (meistens ebenfalls Immobilienmakler oder Bauträgersgesellschaften).

Kümmern Sie sich vorher schon um zahlreiche Kontakte zu seriösen ortsansässigen Maklern und Bauträgern, so dass Sie dann auf einen großen Bestand an Immobilien zurückgreifen können, wenn Interessenten etwas Spezielles suchen. Ihre Auswahl an Objekten muss möglichst groß sein, damit viele Kunden Ihre individuellen Wünsche befriedigen können. Mancher Interessent möchte eher die Finca im Land haben, während andere direkt an den Strand wollen. Für alle Interessenten sollten Sie ein geeignetes Angebot parat haben. Dies gelingt nur in Zusammenarbeit mit

anderen Maklern vor Ort, weil diese Leute schon Erfahrungen besitzen und die jeweilige Region mit ihren Chancen und Risiken wie ihre Westentasche kennen.

Je nach Land und Region sind unterschiedliche Formalitäten notwendig. Auch bei diesem Thema haben Makler vor Ort Erfahrungen und können ihre Kunden entsprechend beraten. Der Makler erstellt ein Exposé (Lage, Fotos, Plan, Grundriss, Räume, Wohnfläche etc.) mit den Eigenschaften der jeweiligen Immobilie, um dem Kunden schnell einen Überblick zu geben.

Kaufverträge müssen meistens notariell beurkundet werden. Der Käufer wird dann als neuer Besitzer ins Grundbuch eingetragen. Hier kommt Arbeit auf dem Makler bzw. seinen Kollegen vor Ort zu, den es müssen Termine vereinbart werden und der Käufer erwartet zurecht, dass er nach der Kaufentscheidung nicht allein gelassen wird. Alle Formalitäten werden auch durch den Makler durchgeführt. Selbstverständlich können Mieter vermittelt werden.

Ferienimmobilien werden selten das ganze Jahr über genutzt, so dass die Besitzer froh sind, wenn man ihnen ab und zu noch Mieter vermitteln kann, die ihren Urlaub in dieser Region verbringen möchten. So erhalten die Besitzer einen Teil der Kosten der Immobilie, und der Makler profitiert noch einmal durch die Vermittlung der zahlenden Kundschaft.

Voraussetzungen für die eigentliche Tätigkeit

Ein Makler arbeitet mit Menschen, d.h. man sollte schon mit Kunden und Interessenten gut zurecht kommen, vielleicht eher ein extrovertierter Typ sein, gerne mit Menschen zu tun haben sowie Abläufe und Eigenschaften der Branche verständlich erklären können. Wenn Sie ein freundliches, offenes Wesen an den Tag legen, haben Sie mit Kunden keine Schwierigkeiten zu erwarten. Man muss mit den Leuten einfach reden können.

Noch immer können Sie sich als Immobilienmakler recht schnell selbständig machen und benötigen keinen besonderen Nachweis Ihrer Fachkenntnisse. Dies veranlasst viele Interessenten, einfach mal das Wagnis einzugehen und fast ohne Kenntnisse ihr Glück zu versuchen. Vor solchen unüberlegten Schritten kann man nur warnen. Natürlich sollten Sie sich zuerst Fachkenntnisse aneignen, bevor Sie loslegen und die Umwelt mit Ihren Angeboten beeindrucken wollen. Besonders empfehlenswert sind natürlich fachspezifische Ausbildungen wie die Lehre zum Kaufmann der Wohnungswirtschaft.

Weiterhin kann man auf diverse Seminare bei den örtlichen IHKs verweisen, die immer wieder Weiterbildungen für Makler anbieten. Auch Grundlagen werden in Veranstaltungen öfters vermittelt. Natürlich können Sie sich auch als Praktikant in einem Immobilienbüro kundig machen und Ihre Erfahrungen dann bei einer selbstständigen Tätigkeit anwenden.

Bevor Sie hierzulande als Makler aktiv werden können, brauchen Sie eine Erlaubnis nach §34c der Gewerbeordnung. In diesem Abschnitt der Gewerbeordnung werden Recht und Pflichten aller Makler dokumentiert. Es gibt verschiedene Kategorien des 34c (z.B. Erlaubnis zum Vermitteln von Kapitalanlagen (Investmentfonds etc.), Darlehen, Bausparverträge etc.

Diese Erlaubnis wird einmal im Leben erteilt und gilt dann unbegrenzt, wenn nicht andere Gründe für einen Entzug der Erlaubnis sprechen.

Voraussetzungen zur Erteilung:

- Gegen Sie darf kein Insolvenzverfahren anhängig sein
- Sie dürfen keine Einträge im Schuldnerverzeichnis haben

- Sie sollten möglichst keine Vorstrafen in Ihrem polizeilichen Führungszeugnis haben

Für den Antrag auf Erlaubnis nach §34c brauchen Sie folgende Unterlagen:

- Polizeiliches Führungszeugnis (erhalten Sie beim Ordnungsamt auf Antrag. Die Ausstellung dauert ca. 4 Wochen)
- Ein Auszug aus dem Gewerbezentralregister (erhalten Sie beim zuständigen Amtsgericht)
- Eine steuerliche Unbedenklichkeitsbescheinigung (erhalten Sie beim Finanzamt)
- Bescheinigung über keinen Eintrag in der Schuldnerliste (Amtsgericht)
- Fehlendes Insolvenzverfahren (Amtsgericht)

Wenn die Erlaubnis nach §34c vorliegt, können Sie sich offiziell als Immobilienmakler selbstständig machen. Natürlich sind die Verordnungen für Makler zu beachten. Die Pflichten für Makler bei Ausübung ihrer Tätigkeit werden in der Makler- und Bauträgerverordnung geregelt. Besorgen Sie sich diese Verordnungen im Fachbuchhandel und lesen Sie die Texte gut durch. Am besten studieren Sie Kommentare zu diesen Verordnungen.

In diesen Texten finden Sie Angaben zur Ausübung des Berufes, Pflichten bei der Information der Kunden und Auftraggeber, der Verwaltung von fremden Geldern etc. Im bürgerlichen Gesetzbuch finden Sie die rechtlichen Rahmenbedingungen für die eigentliche Tätigkeit. Auch das Wohnungsvermittlungsgesetz sollten Sie kennen. Zusätzlich spielen die allgemeinen Geschäftsbedingungen und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb eine Rolle.

Wichtig: Schließen Sie sich wenn möglich einem seriösen Verband (z.B. Ring Deutscher Makler, Verband Deutscher Makler) an, der Immobilienmakler unter gewissen Voraussetzungen aufnimmt (Fachkunde, Anerkennung der Statuten etc.). Sie können dann Ihren Kunden Ihre lauten Absichten dokumentieren und mit dem Verbandslogo in Ihren Unterlagen Vertrauen schaffen.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Zusätzlich benötigt man eine gehörige Portion Durchhaltevermögen, denn bei fast jedem Selbstständigen kommen zuerst schwierige Zeiten. "Aller Anfang ist schwer". Dieses Sprichwort sollte der Gründer durchaus ernst nehmen und sich über die Anforderungen bewusst sein. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen.

Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. In diesem Fall bedeutet es: die Kunden müssen stets korrekt bedient und informiert werden. Beschönigungen helfen keinem weiter. Bleiben Sie immer bei der Wahrheit. Es darf keine versteckten Kosten geben etc. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in

eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Räumliche Voraussetzungen

Ihr Standort spielt eigentlich weniger eine Rolle, denn die Kunden findet man sowieso im ganzen Bundesgebiet per überregionale Medien. Sie können von Ihrem Wohnort aus mit einem kleinen Büro in Ihrer Behausung loslegen.

Sorgen Sie für einen störungsfreien Raum in Ihrer Unterkunft und stellen Sie einen Schreibtisch mit passendem Sitz hinein. Mit dem Telefon und einer kleinen EDV-Anlage sind dann sofort einsatzfähig.

Zeitliche Voraussetzungen

Sie sollten sich mit dem Gedanken anfreunden, dass auch abends bis in die Nacht hinein gearbeitet wird. Kunden haben oft nur abends Zeit für Besprechungen, Vorstellungen etc.. Ebenso sind Wochenenden oft für Besichtigungen reserviert. Es gibt eigentlich keinen geregelten Arbeitsablauf. Wenn Interessenten auf der Matte stehen, muss man „ranklotzen“. In ruhigeren Zeiten kann es auch schon einmal vorkommen, dass man gemütlich im „Büro“ sitzt und nichts zu tun hat. Dann bietet es sich an, Beziehungen zu Geschäftspartnern (Maklern, Bauträgern etc.) zu pflegen.

Wie starte ich?

Im Grunde handelt es sich um ein Agentur-Konzept mit Büro und einer vermittelnden Tätigkeit, d.h. man betreibt selbst sein Geschäft von einem festen Standort aus. Der Vorteil von solchen Modellen ist der unkomplizierte Start und geringe Kapitalbedarf. Man muss nicht große Summen in Maschinen oder Betriebsmittel investieren, um Einnahmen erzielen zu können. Die Arbeit gelingt fast ohne Hilfsmittel und letztendlich verdient man Geld durch eine spezielle Dienstleistung, die von der eigenen Person erbracht wird. Der Gründer kann also praktisch ohne großen Einsatz von Kapital sofort einsteigen. Hier gehe ich davon aus, dass ein geeigneter PKW schon vorhanden ist, denn Sie müssen natürlich auch Termine bei Kunden vor Ort wahrnehmen.

Man braucht die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung und Koordination der Tätigkeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen. Gebrauchte Geräte gibt es wie Sand am Meer. Sie müssen nur einmal Anzeigenmagazine nach Angeboten durchforsten. Auch in Ihrer Umgebung dürften Sie schnell entsprechende Angebote finden. Rufen Sie Verkäufer an und drücken Sie den Preis kräftig, denn oft sind Sie der einzige Interessent.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma Brand X in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Zusätzlich brauchen Sie ein Modem bzw. eine ISDN Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares E-Mail Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office enthalten (Download oder CD ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten.

Das Programm reicht für alle vorstellbaren Aufgaben im Office- Bereich von kleinen Firmen völlig aus. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet-Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.).

Wenn die Technik im Büro steht, kümmert man sich zuerst um geeignete Verbindungen zu anderen Dienstleistern (Makler vor Ort), die man noch brauchen wird und klärt Konditionen ab. Anschließend muss man sich um die Werbung kümmern, so dass potentielle Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Wie kommt man an geeignete Kontakte zu Kollegen vor Ort?

Das ist eigentlich ganz einfach: Sie besorgen sich Literatur und Magazine über Immobilien im Ausland und schreiben die geeigneten Firmen an, oder telefonieren mit den Maklern und vereinbaren eine zukünftige Zusammenarbeit. Die meisten Unternehmen zeigen sich gegenüber neuen Kollegen aus Deutschland recht aufgeschlossen, denn die meisten Kunden kommen eben aus unserem Land. Wer also mehr Geschäfte machen möchte, ist bei einer Zusammenarbeit immer dabei: Besser 50% von einem großen Kuchen, als kein einziges Stück!

Besorgen Sie sich z.B. das Immobilien Magazin „Bellevue“ am Kiosk. In dieser Publikation inserieren zahlreiche Makler aus den Zielregionen. Sie werden viele Geschäftskontakte anbahnen können und ihren Wirkungskreis schnell ausdehnen:

www.bellevue.de

Starkapital

Für die Gründung brauchen Sie etwa 5.000-10.000 Euro Startkapital.

Spezielle Kontakte

Ring Deutscher Makler (RDM)

Emmichplatz 3
30175 Hannover
Tel. 0511-3480670
Fax 0511-3480472

Verband Deutscher Makler (VDM)

Marktstr. 21
30890 Barsinghausen
Tel. 05105-51440, 05105-65347

Preise

Fassen wir also noch einmal zusammen:

EDV Anlage (mit Monitor, Drucker neu): Euro 1.200

EDV Anlage (gebraucht): Euro 350
Modem / ISDN Karte: Euro 60
Gründungskosten (Formalitäten): Euro 2.500
Software (Datenbank gratis von Sun): Euro 100-200 für Buchhaltungsprogramm
Werbung am Start: Euro 500-5.000 je nach Maßnahmen

Der Markt

Über diesen Markt muss man eigentliche keine Worte verlieren: Der Boom hält unvermindert an und viele Interessenten sowie Verkäufer sind mittlerweile in Preisregionen angelangt, die nur noch als haarsträubend zu bezeichnen sind.

Vor allem die beliebten Standorte wie etwa die Balearen und auch das Festland in begehrten Küstenregionen Spaniens werden aufgrund der steigenden Nachfrage richtig teuer. Trotz hoher Preise kaufen die Kunden weiterhin munter Häuser und Wohnungen, lassen sich von Stararchitekten große Anwesen erstellen etc.. Mallorca ist zum Villenviertel vieler Deutscher geworden. Berühmte Showmaster, Schauspieler, Größen aus der Industrie und reiche Erben haben dort Häuser. Unter 500.000 Euro ist in Mallorca nur noch schwer etwas Schönes zu finden. Sie können sich bestimmt vorstellen, dass man als Makler gerne solche Objekte vermittelt. Ein paar Makler vor Ort wurden dadurch auch innerhalb kurzer Zeit sehr vermögend.

Bisher gibt es keine Anzeichen, dass der Boom merklich nachlässt, denn solche Immobilienkäufer haben scheinbar immer Geld. Oft kommt auch Schwarzgeld zum Einsatz. Mit solchen Geschäften sollten Sie allerdings sehr vorsichtig sein, denn die Deutschen Behörden haben mittlerweile aufgeholt und spüren immer mehr Steuersünder auf den Balearen auf – dank spanischer Hilfe.

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Inserate in der örtlichen Presse gehören zu den guten Werbeformen, die immer wieder Kunden anziehen. Bei Inseraten haben Sie zudem den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Leider kosten Anzeigen auch viel Geld. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Den Interessenten senden Sie dann nähere Informationen über Objekte etc.
- Eine weitere Möglichkeit sind gute Berichte in der Presse über gelungene Ereignisse, die vom neuen Büro organisiert worden sind. Schreiben Sie auch zur Eröffnung Ihres Büros einen PR-Text, den Sie den Redaktionen zur Verfügung stellen. Meistens sorgt solch ein Beitrag für diverse Veröffentlichungen und entsprechende Reaktionen der Interessenten. Zudem kostet die Aktion nichts, bringt aber viel Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit.
- An der eigenen Homepage im Internet führt kein Weg vorbei. Man erreicht viele Besucher der Seite und informiert gleichzeitig über die eigenen Möglichkeiten, Chancen etc.. mit geeigneten Web Editoren (z.B. MS Frontpage, Net Objects Fusion etc.) können Sie ohne HTML Kenntnisse munter loslegen und eigene Webseiten per Drag and Drop gestalten, Bilder von aktuellen Angeboten einfügen etc.

Verdienstmöglichkeiten

Der Verdienst hängt direkt von der Anzahl der vermittelten Geschäfte ab. Niemand kann Ihnen hierüber exakte Prognosen geben. Beim Verkauf von Wohnungen und Häusern sind Provisionen in Höhe von 3%-5% üblich. Natürlich teilt man sich diese Summe gewöhnlich mit dem Kollegen vor Ort. Durch den größeren Umschlag (häufigere Käufe und Verkäufe) erzielt man jedoch trotzdem ein nettes Einkommen. Es entstehen auch Kosten: Werbung, Reisen, Anfertigung von Unterlagen etc. Nach Abzug der Kosten bleibt dann Ihr Gewinn übrig.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Ein nebenberuflicher Start ist zwar möglich, aber eher selten, denn die Tätigkeit erfordert viel Zeit, die man in diesem Fall kaum zur Verfügung hat. Sie haben in diesem Fall noch einen Rückhalt durch Ihren Beruf, doch sollten derartige Aktivitäten schnell in eine hauptberufliche Tätigkeit münden. Ein langsamer aber stetiger Aufbau ist auf diese Weise natürlich möglich, ohne dass ein Erfolgsdruck entsteht. Wenn dann absehbar ist, dass sich eine hauptberufliche Existenz trägt, kann man mit gutem Gewissen wechseln.

Chancen und Risiken

Immobilienmakler treten als Dienstleister auf, d.h. Sie müssen nicht kostenintensive Herstellungen von Produkten finanzieren etc., sondern fangen einfach mit Ihrem kleinen Büro in der Wohnung an und versuchen, mit geeigneten Objekten Kunden zu finden. Der schlechteste Fall: Sie finden über eine längere Zeit keine Kunden, was eigentlich kaum vorkommt. Trotzdem wollen wir dieses „Worst Case Szenario“ beleuchten.

Wenn Sie also keine Kunden finden, ist ein Teil des Startkapitals perdu! Das ist alles, was passieren kann. In den meisten Fällen werden Sie jedoch langsam aber sicher einen Kundenstamm aufbauen und stetig Geld verdienen.

Wenn Sie selbstständig aktiv werden, nehmen Sie bewusst Risiken in Kauf. Auch als Angestellter müssen Sie übrigens Risiken tragen. Achten Sie stets auf Ihre Kosten (z.B. Werbung) und sonstige Ausgaben. Diese dürfen niemals aus dem Ruder laufen.

Wenn man immer auf dem Boden der Tatsachen bleibt, keine falschen Versprechungen abgibt, kann praktisch nichts passieren. Gleichzeitig steht Ihnen jedoch die Welt offen und Sie können sich geschäftlich entfalten, neue Kontakte knüpfen und engagiert Ihr Business voran treiben. Ihr mögliches Einkommen ist praktisch nicht limitiert. Durch gute Arbeit werden Ihre Dienste weiterempfohlen und man kann sich schnell eine eigene Existenz aufbauen, wenn die Auftraggeber mit den erbrachten Leistungen zufrieden sind. Den potenziellen Risiken stehen also auch enorme Chancen gegenüber. Es liegt an Ihnen, diese Chancen zu nutzen.

Der mobile Autopflege Service

Sie wollten schon immer mit Ihrem Hobby auch beruflich zu tun haben? Sie genießen Ihre Freiheit und haben nichts gegen ständig wechselnde Einsätze, Orte und Menschen? Prima! In diesem Fall ist diese Tätigkeit ideal für Sie.

Wer Benzin im Blut hat und sich auch in der Freizeit mit Autos beschäftigt, findet hier die Erfüllung, denn man hat mit fast allen Modellen zu tun. Mit einem guten Autopflegeservice hat man zudem beste Chancen, eine lohnendes Geschäft in kurzer Zeit etablieren zu können. Fast jeder erwachsene Bundesbürger fährt Auto. Es ist sich auch fast jeder im Klaren, dass sein Gefährt gepflegt werden muss. Dies merkt man spätestens beim Verkauf des Wagens. Wer ein sauberes, gepflegtes Fahrzeug anbieten kann, erzielt wesentlich höhere Preise und sorgt dafür, dass sich Interessenten überhaupt mit dem Angebot beschäftigen.

Ungepflegte Autos sind kaum noch verkäuflich, weil die Interessenten eben oft nicht zu Unrecht vom Zustand des Wagens auf dessen Besitzer schließen, Wartungsintensität und die vorherige Fahrweise betrifft. Solche Fahrzeuge lassen bei Käufern gleich die Alarmglocken klingeln. Man vermutet, dass auch der technische Zustand nicht gerade rosig ist und nimmt ganz schnell Abstand vom Angebot oder versucht, aufgrund des Zustands den Preis kräftig nach unten zu drücken. Wer seinen Wagen in unseren Breiten also nicht vernünftig pflegt oder pflegen lässt, riskiert beim Verkauf also ganz konkret einen finanziellen Verlust, der je nach Preisvorstellung und Wert des Fahrzeugs gleich mehrere Tausend Euro ausmachen kann.

Wenn wir ehrlich sind, ist es uns doch allen eine gepflegtes Fahrzeug angenehm, nicht wahr? Wer möchte schon in einem riechenden, schmutzigen und sichtlich dreckigen Auto umherfahren? Irgendwie fühlt man sich damit nicht so recht wohl.

Weil das Auto des Deutschen liebstes Kind ist, legen auch viele Halter Wert auf den inneren und natürlich auch den äußeren Zustand ihres Wagens. Hierzulande muss der Lack glänzen, die Polster sollten frisch duften und die Scheiben müssen regelmäßig gereinigt werden. In anderen Ländern ist das nicht unbedingt so. Mit einem mobilen Autopflegeservice hätten Sie z.B. in Frankreich kaum Chancen, weil die Franzosen eben nicht so viel Wert auf ein gepflegtes Auto legen. Das spürt man auch bei Gebrauchtwagenhandel: Schon junge Fahrzeuge befinden sich in wesentlich schlechterem Zustand als deutsche Exemplare. Dies soll keine Wertung darstellen. Nein, wir beschreiben lediglich Tatsachen. Durch die Detailverliebtheit des durchschnittlichen deutschen Halters kommen die Marktchancen für einen solchen Service hierzulande erst auf. Es handelt sich praktisch um eine Grundlage für Ihr zukünftiges Geschäft. Den Zustand kann man für sinnvoll oder weniger empfehlenswert halten. Fakt ist, dass sich Besitzer von Autos konkrete wirtschaftliche Vorteile verschaffen, wenn der Wagen regelmäßig gepflegt wird.

Die Tätigkeit

Was macht man überhaupt mit einem mobilen Autopflegeservice? Nun, dies lässt sich grob vereinfacht mit einem Satz beschreiben: Man putzt fremden Leute Ihr Auto. Natürlich unterscheidet sich dieses „Putzen“ vom gewöhnlichen Autowaschen des durchschnittlichen Halters. Die Fahrzeuge werden praktisch rundum gereinigt und erhalten dadurch einen neuen Glanz. Schließlich bezahlen die Kunden für den

Service und erwarten eine gute Leistung dafür. Die Leistung unterscheidet sich von dem, was Kunden üblicherweise selbst zustande bringen.

Für die gründliche Wagenwäsche brauchen Sie Zugang zu einer Wasserstelle. Es sollte möglichst auch ein Ölabscheider vorhanden sein (z.B. Autohof, Tankstelle, Fuhrpark etc.).

Außen:

- Zunächst wird der jeweilige Wagen von grobem Schmutz befreit (Wasser mit leicht verstärktem Druck mit Hilfe eines Druckreinigers o.ä.). Selbstverständlich wird auch der Unterboden mit Wasser gereinigt. Achtung: Reinigen Sie niemals mit zu starkem Druck ein Fahrzeug, weil dies zu Lackschäden führen kann. Sie müssen stets darauf achten, den Druck regulieren zu können.
- Dann folgt die weitere Schmutzentfernung (mechanisch) mit Hilfe von Reinigungsmitteln.
- Der Wagen wird dann nach dem weiteren Abspülen mit Wasser wieder trocken „geledert“.
- Mit Reinigungspolitur werden dann auch matte Lacke wieder frisch gemacht. Für diese Arbeit brauchen Sie eine vernünftige Poliermaschine (gibt es im Baumarkt, Werkzeughandel etc.). Damit der Glanz wieder entsteht, bearbeiten Sie den Lack noch mit einer Wachspolitur.
- Kunststoffe (z.B. ausgebleichte Teile, Stoßfänger etc.) reinigen Sie mit speziellen Pflegemittel und verschaffen den Teilen somit wieder Glanz. Kleinere Kratzer verschwinden damit auch.
- Falls der Kunde dies wünscht, können Sie auch mit der richtigen Farbe kleinere Kratzer und Schäden durch Steinschläge ausbessern. Solche kleinen Schönheitsfehler fallen schnell ins Auge und müssen beseitigt werden.
- Die Felgen werden mit Felgenreiniger eingesprüht, um den alten Bremsstaub gründlich entfernen zu können. Verchromte oder lackierte Radkappen müssen Sie aufpolieren. Verchromte Teile sollten sowieso mit einem Metallpflegemittel bearbeitet werden, damit der richtige Glanz wieder entsteht.
- Reifen können Sie mit einem speziellen Reinigungsschaum pflegen. Solche Mittel zum Sprühen erhalten Sie jederzeit im Zubehörhandel. Das Gummi wird gepflegt und die Optik erscheint jünger, neuer.

Innen:

- Fenster müssen von innen gründlich gereinigt werden. Dies funktioniert am besten mit einem Fensterputzmittel bzw. Glasreiniger. Nikotinschleier, Fingerabdrücke und Schlieren werden damit entfernt.
- Den gesamten Wagen (auch den Kofferraum) saugen Sie mit einem guten Staubsauger aus.
- Fußmatten müssen außerhalb gereinigt werden. Dazu eignen sich je nach Material Stoffreiniger bzw. Polsterreiniger.
- Mit einem Cockpitspray reinigen Sie die Instrumententafel, Kunststoffteile innen.
- Dann geht es in die Feinheiten, indem sämtliche Ecken, Kanten und Ritzen (z.B. Lüftungsschlitze) mit Hilfe von Pinsel und Wattestäbchen gereinigt werden.

Natürlich können wir hier nicht alle Details aufführen. Die würde den Rahmen dieser Publikation sprengen. Es dürfte aber klar geworden sein, dass die Tätigkeit durchaus mit körperlicher Arbeit verbunden ist. Für eine komplette Reinigung sollten Sie nicht mehr als 1,5 bis 2 Stunden Zeit brauchen, damit sich Geschichte für Sie auch lohnt.

Das Fahrzeug holen Sie mit einem Partner ab und bringen es wieder an seinen Standort, oder Sie arbeiten bereits vor Ort, wo sämtliche Voraussetzungen gegeben sind.

Die Kunden

Es gibt zahlreiche Einsatzmöglichkeiten für den Autopflege Service. Der Vorteil in diesem Geschäft ist auch, dass immer weniger Kunden überhaupt die Zeit haben, ihren Wagen selbst zu pflegen. Folgende Kunden kommen für den Service in Frage:

- I. Private Kunden: Hier sind alle Arten von Kfz-Haltern dabei. Vielbeschäftigte Arbeitnehmer, Selbstständige, die einfach nicht dazu kommen, ihren Wagen zu waschen, oder auch gar keine Lust dazu haben, nutzen den Service ebenso wie Rentner, die eventuell mit körperlichen Schwierigkeiten zu kämpfen haben und deshalb bei dieser Aufgabe externe Hilfe benötigen. Sehr wichtig kann die umfassende Reinigung bei Verkauf des Wagens werden. Automagazine haben diesbezüglich schon Tests durchgeführt, die erstaunlichen Ergebnissen geführt haben: Schlampige Gebrauchtwagen mit reichlich Schmutz wurden selbst von Experten (Dekra, TÜV etc.) in Gutachten mit sehr niedrigen Preisen bewertet, während die gleichen Autos in gereinigtem Zustand bei den selben Organisationen dann plötzlich viel mehr Geld wert waren. So wurde aus einem 1.500-Euro-Auto dann schnell nur durch richtiges Reinigen ein 3.000-Euro-Auto! Wer also den eigenen Wagen verkaufen möchte, sollte dies stets berücksichtigen. Mit solchen Geschichten kann man seine Dienstleistung gut an den Mann oder die Frau bringen. Schließlich möchte jeder Geld sparen bzw. so viel wie möglich für seinen alten Wagen Erlösen!
- II. Gewerbliche Kunden: Im Rahmen von Outsourcing Maßnahmen können Gründer auch gute Aufträge von Firmen aller Art erhalten, die ihren Wagenpark regelmäßig pflegen lassen möchten, dafür aber keine eigene Abteilung bzw. keine Angestellten einsetzen möchten.
- III. Autohändler, Autohäuser: Professionelle Verkäufer sind darauf angewiesen, dass die Fahrzeuge in sauberem Zustand auf dem Hof stehen, sonst verkauft man nichts. Oft müssen in Zahlung genommene Gebrauchtwagen erst gründlich gereinigt werden, bevor diese überhaupt in den Verkauf gehen können. Solche Aufgaben erledigen meistens nicht die Angestellten, sondern externe Dienstleister. Man bereitet praktisch die Wagen im Auftrag des jeweiligen Autohauses wieder auf, so dass bessere Verkaufspreise erzielt werden können.

Das Gewerbe

Mit einem mobilen Autopflege Service sind Sie im sogenannten Kleingewerbe tätig. Man unterhält eine eigene kleine Firma, die bestimmte Dienstleistungen anbietet. Niemand darf in Deutschland solche Tätigkeiten selbstständig ausüben, ohne ein Gewerbe anzumelden. Man arbeitet selbstständig auf eigene Rechnung und in eigener Verantwortung, d.h. man ist für Einnahmen, Ausgaben, evtl. Verbindlichkeiten, Zahlung von Abgaben, Steuern etc. selbst verantwortlich. Das Betreiben eines Gewerbes ist eine nachhaltige Tätigkeit mit der Absicht, Gewinne zu erzielen. Man nimmt am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr in diesem Fall im Bereich Dienstleistungen teil.

Gründungsvoraussetzungen

Besondere Voraussetzung für die eigentliche Gründung gibt es keine. Jeder im geschäftsfähigen Alter darf einen gewerblichen mobilen Autopflegeservice anmelden. Sie müssen nur wie oben beschrieben vorgehen. Man braucht zusätzlich für die Verwaltung eine kleine EDV-Anlage. Sie sollten sich möglichst auch im Internet bewegen, E-Mails versenden können, weil gerade moderne Kunden in der heutigen Zeit auch mit diesem Medium arbeiten. Es kann also schon sein, dass Sie Aufträge oder Mitteilungen in etablierten Geschäftsbeziehungen per E-Mail erhalten. Deshalb ist ein bisschen Erfahrung im Umgang mit der EDV und modernen Programmen äußerst nützlich. Was zusätzlich noch nützt, sind kaufmännische Kenntnisse, um den Büroalltag, Schriftverkehr, Buchhaltung etc. in den Griff zu bekommen. Dies ist jedoch kein Hexenwerk und kann erlernt werden. In der Regel übergibt man diese Arbeiten einem versierten Steuerberater, der allerdings dann auch Gebühren für seine Arbeit berechnet. Je mehr Sie gerade zu Beginn selbst erledigen können, desto weniger Geld müssen Sie ausgeben.

Sie brauchen ein bisschen handwerkliches Geschick für die Tätigkeit. Einzelne Handgriffe müssen schnell hintereinander folgen und durch die Routine bei der Arbeit erledigt man gewisse Dinge einfach viel schneller als andere. „Zwei linke Hände“ sollten Sie möglichst nicht haben, sonst kann es Probleme geben.

Noch etwas: Körperliche Fitness ist Bedingung für diese Tätigkeit! Die Arbeit kann durchaus hart sein. Wenn man Tag für Tag viele Autos reinigt, kann dies auf die Knochen gehen. Sie werden vielleicht einwenden, dass man ja „nur“ Autos putzt. Das ist schon richtig, aber wer dies 10 Stunden am Tag macht, weiß nachher, wovon man richtig müde wird.

Um keine Schäden zu erleiden, sollten Sie möglichst umfassend Muskeln aufbauen und regelmäßig Ihre Ausdauer trainieren.

Interessierte Kandidaten sollten mit den benötigten Werkzeugen, Maschinen, Reinigungsmitteln umgehen können. Sie müssen möglichst vielseitig sein, d.h. von allen Belangen am Auto eine Ahnung haben und auch kleinere Reparaturen durchführen können. Gesucht ist der Allround-Mann oder -Frau mit breiten Kenntnissen rund um die Fahrzeugtechnik.

Mit einem mobilen Autopflegeservice haben Sie es immer mit Kunden zu tun. Sie müssen darauf achten, dass die Interessen beider Beteiligten gewahrt bleiben. Im Sinne eines positiven Geschäftsabschlusses sind meistens Kompromisse nötig, die von Fall zu Fall ausgehandelt werden. Beharren Sie nicht auf Ihrer Meinung, sondern versuchen Sie, die Kunden zu überzeugen. Starrsinnigkeit hat noch nie jemand wirklich weitergebracht. Ein gewisse Portion Verbindlichkeit ist dagegen sehr nützlich.

Für den alltäglichen Umgang mit den unterschiedlichen Kunden braucht man ein wenig Verhandlungstechnik, um auch "verfahrene" Situationen wieder ins Lot bringen zu können. Zusätzliche Erfahrung in der persönlichen sowie telefonischen Gesprächsführung sind sehr nützlich.

Räumliche Voraussetzungen

Es gehört zu den Vorteilen dieser Tätigkeit, dass man keine Räumlichkeiten benötigt, d.h. es werden keinerlei Mieten fällig etc.. Man arbeitet vor Ort (beim Kunden, auf freien Autohöfen, Tankstellen etc.). Sie unterhalten keine Geschäftsräume, sondern führen Ihre Werkzeuge, Geräte und Hilfsmittel mit dem eigenen PKW mit. Diese Tatsache macht Sie relativ unabhängig von fixen Kosten, was ein wichtiger Vorteil ist. Je weniger feste Kosten Sie zu tragen haben, desto größer ist die Chance, dass

man sich langsam, aber sicher ein gutes Geschäft aufbauen kann, denn Kosten müssen erst durch entsprechende Aufträge getragen werden, Falls diese ein Zeit lang ausbleiben, was immer einmal vorkommen kann, gibt es Schwierigkeiten, wenn zu viele fixe Kosten das verfügbare Budget belasten. In den meisten Fällen ist dieses Budget ohnehin gering.

Das Büro bringen Sie gut in der eigenen Wohnung unter, wo ein Schreibtisch plus EDV-Anlage wohl noch Platz finden. Bleiben Sie hinsichtlich der Räumlichkeiten bescheiden. Das lohnt sich, weil Sie nicht viel Geld dafür ausgeben müssen. Alles was an finanziellen Mitteln „hinaus“ geht, muss erste einmal „herein“ kommen. Seien Sie also sparsam bezüglich Ihrer Ansprüche.

In den wenigsten Fällen kommen Kunden persönlich vorbei, um sich die "Firma" anzuschauen. Das Geschäft läuft nach einer gewissen Zeit der Einführung oft über den persönlichen telefonischen Kontakt zu den Kunden oder Interessenten. Niemand möchte bei Ihnen repräsentative Räume sehen oder legt auf die Form Ihres Auftretens besonderen Wert. Einen Betreiber des mobilen Autopflegeservices möchte man in Arbeitskleidung (blauer Anton) sehen und nicht im schicken Zweireiher. Verschenden Sie daher keine Gedanken an extravagante Äußerlichkeiten. Natürlich sollten Sie in Ihrem eigenen Interesse stets sauber und gepflegt auftreten.

Zeitliche Voraussetzungen

Bei gewerblichen Kunden sind die normalen Arbeitszeiten (z.B. von 8 Uhr bis 17 Uhr) üblich. Privaten Kunden rufen auch schon einmal am Wochenende oder abends an. Bezüglich der Arbeitszeiten sollten Sie auf jeden Fall flexibel sein. Es kann auch schon mal sein, dass Sie z.B. für ein Autohaus am Wochenende noch Autos für die nächste Woche aufbereiten müssen. Das sollte für Sie kein Problem darstellen. Wenn Sie jederzeit einsatzbereit sind, wird man auch öfter auf ihre Dienste zurückgreifen. Das heißt also: Keine Ansprüche stellen! Der Kunde ist König. Wenn Opa Meier seinen Wagen abends um 10 noch gewaschen haben möchte, weil er am nächsten Tag zu den Enkeln fahren möchte, bekommt er kurze Zeit später ein blitzblankes Auto! Das ist Dienst am Kunden.

Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Ein funktionierendes Handy gehört zur Standardausrüstung.

Nützlich ist ein Einsatzplan, der im Büro (zu Hause) an der Wand hängt und in kleiner Ausführung immer dabei ist, in dem sämtliche Aufträge und deren Standorte eingetragen werden müssen. So verliert man die gestellten Aufgaben nicht aus dem Auge und kann gleichzeitig wichtige Aufträge einschieben etc.

Wie starte ich?

Sie brauchen ein Fahrzeug, das zuverlässig funktioniert. Ein PKW mit kleiner Lademöglichkeit reicht hierfür völlig aus. Das muss kein Neufahrzeug sein. Ein gebrauchtes Auto auch mit vielen Kilometern auf dem Buckel tut seinen Dienst auch noch. Die gibt es jedoch meistens auch gebraucht in gutem Zustand. Kosten: ca. 2.000 Euro.

Schauen Sie sich ruhig auf dem Markt für Gebrauchtwagen um. Für geringe Summen sind z.B. Wagen von Ford (z.B. Ford Sierra, Mondeo, Scorpio) und Opel (z.B. Opel Omega, Vectra) verfügbar. Mit diesen Autos fahren Sie vor allem im Stadtgebiet bzw. in Ihrer Region zu den Einsatzorten. Im Kofferraum haben Sie Ihre Werkzeuge, Maschinen, Reinigungsmittel Schwämme, Putztücher usw. sauber

verstaubt. Das Fahrzeug muss zuverlässig sein und Ersatzteile sollten auch nicht zuviel Geld kosten. Vor allem im Winter spielt das eine große Rolle. Ausfälle oder Startschwierigkeiten sollten Sie im eigenen Interesse vermeiden.

Dann brauchen Sie noch eine EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung Ihrer Tätigkeit und den Schriftverkehr. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen.

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.). Dann folgt das Erstellen geeigneter Schriftstücke, Tabellenkalkulationen oder Datenbanken für die Kundenverwaltung, so dass Sie im alltäglichen Geschäft nur noch entsprechende Dokumente bzw. Dateien öffnen müssen, um Aktualisierungen zu erledigen oder Datenbestände zu ergänzen.

Anschließend muss man sich um die Werbung kümmern, so dass potentielle Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Starkapital

Beim Start Ihrer Tätigkeit brauchen Sie ca. 4.000 Euro Startkapital.

Bezugsquellen

Pflegemittel, Maschinen: Baumärkte, Gebrauchtmart, Versandhandel. Kontakt:
www.heimwerker.de

Autozubehör, Pflegemittel, Maschinen:

A.T.U. Handels GmbH & Co. KG

Tel. 0180-5272727

www.atu.de

(alle Arten von Pflegemittel, Autoreiniger und benötigte Maschinen sind verfügbar, Sie können in der Filiale in Ihrer Nähe einkaufen)

Westfalia Werkzeugco. GmbH

Werkzeugstr. 1

58082 Hagen

Tel. 0180-5303132

Fax 0180-5303130

www.westfalia.de

(Hier erhalten Sie per Versand Reinigungsmittel, Hilfsmittel und alle Werkzeuge bzw. Maschinen in guter Qualität zu günstigen Preisen)

Fahrzeuge: Gebrauchtwagenmarkt, Private Verkäufer, Autohäuser.

PCs, Monitore, Drucker, Komplett Systeme, Software. Kontakt:

BrandX

Tel. 0211-5634970

Fax-Abruf 0211-56349719

Internet: www.brand-x.de

www.superschnaepchen.com

Der Markt

Natürlich sind bereits einige Firmen dieser Art auf dem Markt und kümmern sich vor allem bei Autohäusern um die Pflege der zu verkaufenden Wagen. Das heißt jedoch nicht, dass man keine Chancen auf Entfaltung haben kann. Vor allem der private Markt ist völlig unterentwickelt, weil viele Bundesbürger immer noch alles selbst erledigen möchten, obwohl dies von Fall zu Fall kaum mehr möglich ist. In den USA ist es z.B. völlig normal, dass man sich den Wagen zum Reinigen abholen lässt. Solch ein Angebot muss auch hierzulande auf fruchtbaren Boden stoßen, denn die Voraussetzungen gleichen sich: Kunden sind über dem großen Teich vor allem Leute mit anspruchsvollen Jobs, die kaum Zeit übrig haben. Die Freizeit wollen diese Leute dann mit ihrer Familien verbringen und nicht den Wagen waschen etc.. Solche Kunden schauen auch nicht unbedingt auf das notwendige Geld.

Die Geschichte hat natürlich einen beachtlichen Vorteil: Das Auto wird immer wieder schmutzig, wenn man es regelmäßig benutzt. Deshalb bestehen beste Chancen, sich mit guter Arbeit und super Service einen Kundenstamm aufzubauen, der dann immer wieder für Umsatz sorgt. Sie müssen Ihren individuellen Markt praktisch neu schaffen. Es besteht Bedarf an neuen Dienstleistungen dieser Art. Die Leute müssen aber mit Hilfe von besonderen Angeboten oft noch überzeugt werden.

Werbung

- Inserate, Anzeigen in besonderen Magazinen (Fachmagazinen der Automobilwirtschaft und für Autofahrer) gehören zu den traditionellen Werbeformen. Bei Inseraten haben Sie zudem den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Wichtig sind hier spezielle Publikationen, die von Kunden gelesen werden. Untersuchen Sie im guten Zeitschriftenhandel das Angebot. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Weiterhin sind Anzeigen in der lokalen Presse eventuell gut geeignet, um sich einen Stamm an privaten Kunden aufzubauen. Schalten Sie in Urlaubszeiten keine Inserate! Niemand wird diese zur Kenntnis nehmen, weil fast alle Entscheidungsträger zu dieser Zeit im Ausland verweilen.
- Interessante Berichte über neue Firmen und Dienstleistungen sind vor allem für die lokale Presse immer wieder interessant, füllen die eigenen Publikationen und ziehen auch weitere Anzeigenkunden an. Solche Beiträge sollte der Gründer selbst erstellen und den zuständigen Redakteuren zur Verfügung stellen. Derartige Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Natürlich werden nicht alle angeschriebenen Zeitungen den Text veröffentlichen, aber Sie sollten es trotzdem bei allen probieren. Versuchen Sie auch in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich

wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare bzw. Nachdrucke in ausreichender Anzahl anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können. Kostenlose Werbepublikationen sind besonders wichtig, weil diese in jeden Haushalt kommen, ohne dass eine Bestellung vorliegen muss. Nehmen Sie also auch hier mit den zuständigen Redakteuren Kontakt auf und beschreiben Sie in einem kurzen Text Ihren Service, der ab sofort verfügbar ist. Wenn Sie gleichzeitig noch eine Anzeige schalten, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass der Bericht bald erscheint. Achten Sie hierbei auf eine richtige Reihenfolge: Nicht alles auf einmal in die Wege leiten, sonst kann es sein, dass bei Ihnen das Telefon nicht stillsteht und Sie aufgrund der vielen Anfragen Aufträge ablehnen müssen. Gehen Sie lieber Schritt für Schritt vor und sorgen Sie dafür, dass Berichte über Ihren Service zeitlich versetzt publiziert werden. So bleibt man immer im Gespräch!

- Besondere Werbeschreiben (Mailings) sind eine gute Methode, um vor allem gewerbliche Kunden in der näheren Umgebung zu finden. Sie sollten sich allerdings an die richtige Zielgruppe wenden. Schreiben Sie wenige Adressen an, aber dafür sollten Sie sich bei der Auswahl Mühe geben. Interessiert sind Autohäuser, Kfz-Händler, evtl. Werkstätten. Geeignete Adressen erhalten Sie kostenlos aus den jeweiligen gelben Seiten der Post AG. Bemühen Sie sich bei Ihrem Schreiben, einen professionellen Eindruck zu hinterlassen. Am besten sollten fachkundige Personen Ihren Brief korrigieren.
- Weiterhin sollten Sie auch mit sogenannten „Hand Outs“ arbeiten. Dies sind Werbezettel, welche sich günstig produzieren lassen. Machen Sie mit solchen Zetteln regelmäßig Spaziergänge in Ihrer Region und klemmen Sie Ihre Werbung hinter Autoscheiben. Viel Werbung können Sie auf Firmenparkplätzen, vor Einkaufszentren etc. unter die Leute bringen. Bieten Sie in diesem Rahmen Sonderpreise zum Einstieg an oder integrieren Sie ein Gewinnspiel, so dass einige interessierte Leute motiviert sind zu reagieren.
- Eine weitere gute Möglichkeit, zu potenziellen Kunden Kontakt herzustellen, ist natürlich das persönliche Gespräch mit Verantwortlichen von Autohäusern, Händlern etc.. Machen Sie also Gesprächstermine aus und erscheinen Sie pünktlich vor Ort. Nichts geht eben über persönliche Kontakte zu Personen aus der Branche. Diese Leute müssen Ihre Telefonnummer kennen und bei Bedarf anrufen. Bauen Sie deshalb langsam aber zielgerichtet Beziehungen zu den Kunden auf. Stellen Sie Ihre Tätigkeit dar und versuchen Sie, Aufträge zu erhalten oder den eigenen Service zumindest ins Gespräch zu bringen. Dabei muss klar werden, dass bei Ihnen eine ständige Einsatzbereitschaft möglich ist. Auch wenn die ersten Versuche fehlschlagen, darf Sie das nicht weiter beeindrucken.

Verdienstmöglichkeiten

Es ist selbstverständlich, dass ein Verdienst auf selbstständiger Basis immer vom Auftragsvolumen und Anzahl der Einsätze (Aufträge) abhängt. Als versierter Betreiber eines mobilen Autopflegeservices können Sie ca. 20-40 Euro pro Stunde je nach Tätigkeit und Erfordernissen (Einsatz von Werkzeug und Geräten etc.) berechnen. Damit wird man kaum sofort reich, aber es ist doch ein ordentlicher Verdienst möglich. Erwarten Sie am Anfang nicht zuviel, sonst ist die Enttäuschung groß. Das Geschäft muss langsam in die Gänge kommen. Lassen Sie sich Zeit, bis größere Umsätze zustande kommen. „Rom wurde auch nicht an einem Tag erbaut!“

Wenn man sich zu stark unter Druck setzt, können leicht Versagensängste aufkommen. Selbst ein gutes Geschäft braucht seine Zeit, bis alles „rund“ läuft.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Diese Tätigkeit ist ideal für einen nebenberuflichen Start. Sie eignet sich hervorragend, um auch nach Feierabend noch schnell ein paar Autos zu reinigen.

Vorteile des nebenberuflichen Aufbaus:

- I. Geringer Kapitalbedarf
- II. Sicherheit beim Start: Man kann in Ruhe seine Aktivitäten starten ohne Existenzangst haben zu müssen. Der übliche Job läuft ja weiter
- III. Ohne Druck sind stetig mehr Engagements möglich, bis die Entwicklung zeigt, dass zu einem gewissen Zeitpunkt der Schritt in die Selbständigkeit angesagt ist und sich auch lohnt
- IV. Falls sich weniger Aufträge ergeben, belässt man es eben bei der nebenberuflichen Tätigkeit und verdient Geld dazu

Erweiterung

Betreiber eines solchen Services können bei Bedarf z.B. Subunternehmer auf gleicher Basis mit der Reinigung von Autos beauftragen. In solchen Fällen beteiligen Sie die untergeordneten kleinen Unternehmen (meistens „Ein-Mann-Betriebe“) mit etwa 60-70% der wirklichen Erlöse.

Stellen Sie auf keinen Fall Mitarbeiter ein. Das Geschäft kann höchst wechselhaft verlaufen. Binden Sie deshalb keine festen Kapazitäten, die in schlechten Zeiten „durchgefüttert“ werden müssen.

Arbeiten Sie lieber mit anderen Selbstständigen zusammen, falls dies notwendig sein sollte. Allerdings sollten Sie aufpassen, dass die Leute offiziell nicht nur für Sie tätig werden, sonst entsteht schnell eine Scheinselbstständigkeit, welche unbedingt zu vermeiden ist. Achten Sie daher darauf, dass Ihre Partner auch noch andere Auftraggeber vorweisen können.

Kümmern Sie sich frühzeitig um geeignete Kräfte, die Ihre Bemühungen ergänzen können. Solche Leute sollten in ähnlichen Bereichen schon Erfahrungen gesammelt haben.

Wenn das Geschäft gut läuft, können Sie auch an Erweiterungen bezüglich der angebotenen Leistungen denken (z.B. mit einem Kfz-Meister, der Autos auch gleich untersucht, wartet, Teile schnell ersetzt, Lackierer zum Umspritzen von Fahrzeugen oder für Effektlackierungen (z.B. Airbrush) etc.). Natürlich müssen sämtliche externe Einheiten selbstständig arbeiten. Angestelltenverhältnisse sollten Sie nicht aufbauen. Da man in der Regel oft bei Autohäusern zu tun hat, spricht man auch ab und zu mit Verkäufern aus der Branche. Falls ein Wagen aufgrund eigener Bemühungen verkauft wird, sind diese evtl. bereit, einen Anteil der Provision „springen“ zu lassen. Kfz-Verkäufer sind angehalten, die Fahrzeuge möglichst schnell von Hof zu bringen: Wer dabei hilft, ist immer willkommen. So nebenbei sind auf diese Weise immer ein paar Euro zusätzlich möglich. Für Bekannte, Freunde, Kollegen, Verwandte, Vereinskollegen etc. kann man hier vermittelnd tätig sein. Motto: „Du suchst doch gerade ein Fahrzeug Modell XY. Ich hätte da vielleicht etwas...“

Chancen und Risiken

In diesem Geschäft bewegen Sie sich zum Teil auf schmalen Grad, da die Tätigkeit keine besondere Ausbildung erfordert und somit auch schnell von anderen ausgeführt werden kann. Die Konkurrenz versucht dann oft über den Preis an neue Aufträge zu kommen und ähnliche Firmen aus dem Markt zu drängen. Wer dann finanziell lang durchhalten kann, ohne schwarze Zahlen zu schreiben, gewinnt den Kampf. Versuchen Sie daher, Ihre Kunden an Ihr Unternehmen zu binden. Nicht nur der Preis sollte eine Rolle spielen, sondern auch die Qualität der Leistung, die Zuverlässigkeit, Verfügbarkeit etc.. Sie werden schnell erkennen, dass Auftraggeber kaum die Geschäftsbeziehung beenden, wenn sie mit der Leistung rundum zufrieden sind. Sorgen Sie daher immer dafür, dass niemand Grund zur Klage hat.

Sie sollten mit ihrem Service in der Lage sein, durch ein komplettes Paket (Leistungen, Konditionen, Bereitschaft usw.) zu überzeugen. Man muss sich schon von der eintönigen Konkurrenz unterscheiden, um langfristig in diesem Markt bestehen zu können. Die Leistung kann man dabei nicht oft genug betonen. Wenn Autoverkäufer XY am Donnerstag anruft und bis nächsten Montag 10 Wagen frisch gereinigt haben möchte, muss dies bis zum vorhergesehenen Termin geschehen, so dass der Mann evtl. am Montag schon einen - oder mehrere Wagen verkaufen kann. Jegliches Zögern kostet Vertrauen und damit evtl. zukünftigen Umsatz.

Wenn Sie sich in Ihrer Region durchsetzen, bestehen durchaus gute Chancen, mit Hilfe von ein paar Subunternehmern den Markt zumindest teilweise zu bestimmen. Mit den Preisen sollten Sie allerdings weiterhin vorsichtig bleiben. Es darf sich für Konkurrenten nicht lohnen, in Ihren Bereich vorzudringen. Halten Sie also Ihre Gier zurück, obwohl diese verständlich ist. Wenn diese nämlich zu groß wird, wird man von Konkurrenten kräftig unterboten, so dass mancher Kunde in Versuchung kommt, den Anbieter zu wechseln.

Das Risiko des Scheiterns bei dieser Tätigkeit ist nicht groß, weil nicht viel Geld beim Start eingesetzt wird und die Betriebsmittel jederzeit wieder verkauft werden können. Das Werkzeug behält bis auf die Geräte (Maschinen, Druckluftreiniger etc.) weitgehend seinen Wert. Ein Fahrzeug brauchen Sie heutzutage sowieso und der PC samt Zubehör kann anderweitig benutzt werden. Es gibt also nicht viel zu verlieren!

Agentur für Neuheiten

Die Lage

Wovon lebt der Handel? Es müssen immer wieder neue Produkte aller Art verkauft werden. Zu jeder Zeit kommen neue Waren in die Lager und die angestellten Verkäufer sollten die Bestände möglichst komplett abverkaufen, was selten gelingt. Genauso ist die Situation beim Versandhandel: Mit neuen Katalogen samt brandneuem Inhalt versucht man dort, den Kunden zu überzeugen.

Immer wieder braucht man besondere Waren, um die Aufmerksamkeit der Kunden für sich zu gewinnen. Mit diesen „Top Sellern“, die gerade neu – und „in“ sind, locken Handelsfirmen ihre Kunden in die Geschäfte, so dass die Leute im Shop auch evtl. andere Güter noch einkaufen. Oft macht man mit den speziellen Lockmitteln kein gutes Geschäft, aber der sonstige Verkauf bringt die Gewinne.

Beispiel: Einführung der Inline Skater oder die beliebten Scooter (zusammenklappbare kleine Roller). Die waren Produkte mit enormer Tragweite.

Kein Geschäft konnte es sich in der „Boomphase“ leisten, solche Güter nicht anzubieten.

Dieses Spiel wird dann von Zeit zu Zeit wiederholt und der Kunde lässt sich stets wegen weniger brandneuer Waren mit einem aktuellen, sehr guten Image in die Geschäfte bewegen. Wenn man dann erst einmal drin ist, kauft man auch noch weitere Produkte. Es entsteht natürlich die Frage, wie der Handel an diese neuen Güter überhaupt herankommt. Zum einen kommen verschiedene Hersteller auf die Firmen selbst zu oder man sucht selbst nach geeigneten Gütern.

Hier kommt die Agentur für Neuheiten ins Spiel: Spezialisten suchen systematisch weltweit nach solchen Waren und Trends, die im eigenen Land auch für viele Kunden interessant sein könnten. Die gewonnenen Informationen über eventuelle Handelspartner, Hersteller und Produkte werden dann dem Auftraggeber zur Verfügung gestellt. Dieser entscheidet über die weitere Vorgehensweise. Falls das Produkt als aussichtsreich bewertet wird, folgen die baldige Kontaktaufnahme und Verhandlungen über Absatzmengen, Preise, Qualität etc.

Die eigentliche Tätigkeit

Als Inhaber einer solchen Agentur forschen Sie gezielt nach Neuheiten in sämtlichen Bereichen. Je nach Auftraggeber und Branche sind ausführliche Ausflüge im Internet und Telefongespräche mit den Anbietern nötig. Man sitzt während der Arbeit die meiste Zeit im eigenen Büro und bewegt sich immer auf der Suche nach interessanten Neuheiten virtuell durch die ganze Welt. Zusätzlich beschäftigt man sich mit allerlei Katalogen und anderen Unterlagen (auch Zeitungen, Handelsmagazine etc.) aus sämtlichen Regionen der Welt. Oft entdeckt man in kleinen Anzeigen zukünftige „Topseller“ von morgen.

Dabei kommt es auch Ihr Gespür an, Güter zu finden, die für den heimischen Markt geeignet sind und auch wirtschaftlich verwertet werden können. Preise spielen am Anfang keine große Rolle, denn im Falle eines neuen Handelskontaktes sind Preise immer ein Teil der Verhandlungen und größtenteils variabel, wenn potente Firmen ihr Interesse anmelden.

Entscheidend für den Erfolg ist das Aufspüren neuer Waren, die es auf dem heimischen Markt in dieser Form noch nicht gibt. Sie sollten immer bedenken, dass mit solchen Gütern der Bedarf geweckt wird. Das funktioniert meistens nur mit Massenprodukten, es sei denn, Sie sind für eine Firma tätig, die eine Nische bedient und dafür noch geeignete Produkte sucht. In den meisten Fällen werden Sie sich jedoch um Produkte kümmern müssen, die für einen breiten Markt interessant sind.

Wenn diese Waren dann gefunden sind, stellen Sie den Einkäufern des Auftraggebers die Produkte vor und informieren die Leute über alle Einzelheiten. Den Rest erledigen diese Leute dann selbst. Es wird lediglich eine Assistenz bei der Suche benötigt.

Das Gewerbe

Eine Agentur für Neuheiten ist eine kleine Firma (Ein-Mann- bzw. -Frau-Betrieb), welche bestimmte Dienstleistungen anbietet. Man arbeitet selbstständig auf eigene Rechnung und in eigener Verantwortung, d.h. man ist für Einnahmen, Ausgaben, evtl. Verbindlichkeiten, Zahlung von Abgaben, Steuern etc. selbst verantwortlich. Das Betreiben eines Gewerbes ist eine nachhaltige Tätigkeit mit der Absicht, Gewinne zu erzielen. Man nimmt am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr in diesem Fall im Bereich Dienstleistungen teil.

Das Gewerbe sollte auf jedem Fall beim zuständigen Ordnungsamt angemeldet werden. Dort müssen Sie den Zweck des Gewerbes angeben, wobei eine ziemlich weit gefasste Formulierung angebracht ist, denn Sie dürfen nur die beschriebenen Tätigkeiten ausüben. Je präziser diese Formulierungen sind, desto enger wird Ihr Tätigkeitsbereich. Gleichzeitig müssen Sie aber auch aufpassen, nicht Tätigkeitsbereiche anzugeben, für die besondere Prüfungen oder Vorschriften verlangt werden. Bezüglich einer passenden Formulierung hilft Ihnen ein guter Unternehmensberater jederzeit weiter. Wichtig: Man erledigt nur Aufträge, die mit dem Zweck des Gewerbes übereinstimmen!

Mit der Anmeldung auf dem Ordnungsamt geht ein Durchschlag des Formulars an das zuständige Finanzamt. Sie erhalten dann eine Steuernummer, falls in der Vergangenheit noch keine zugeteilt wurde. Betriebe (Gewerbe) unterliegen der Gewerbesteuer.

Mit einem Gewerbe werden Sie automatisch Mitglied in der IHK (Industrie und Handelskammer) und müssen Beiträge entrichten. Deren Höhe richtet sich nach Umsatz, Größe des Betriebes, Rechtsform etc.

Gründungsvoraussetzungen

Sie brauchen ein Gespür dafür, was sich verkaufen lässt. Ideal wäre es, wenn Erfahrungen aus dem Einzelhandel vorliegen oder Sie schon als Einkäufer gearbeitet haben. Selbstverständlich haben auch Quereinsteiger eine Chance. Formale Voraussetzungen gibt es keine, aber ein wenig Erfahrung im Handel schadet auf keinen Fall, zumal man mit Repräsentanten von Handelsunternehmen Geschäfte macht. Ideale Ausbildungsgänge sind z.B. Außenhandelskaufmann, Einzelhandelskaufmann, Industriekaufmann etc.

Da Sie in erster Linie Informationen für die Unternehmen suchen, sollten Sie sich mit der modernen EDV auskennen. Hier spielt das Internet eine sehr große Rolle. Stetige Weiterbildung über Suchmaschinen, Techniken zum Finden von Infos etc. sollte in Ihrem Stundenplan verzeichnet sein.

Weiterhin ist eine ausgeprägte Überzeugungskraft nötig, um den Auftraggebern die Notwendigkeit des eigenen Services klar machen zu können. Initiatoren sollten mindestens 20 Minuten frei sprechen können, ohne dass man ins Stottern gerät. Schließlich müssen Sie Ihre Ergebnisse auch vor einem Gremium von Einkäufern und anderen Personen vortragen können. Man erwartet oft eine komplette Darstellung aller Vor- und Nachteile sowie zusätzliche Informationen zum Hersteller, dessen Kapazitäten etc.

Sie brauchen den nötigen „Biss“, um eigene Resultate gegenüber Ihren Auftraggebern gut vertreten zu können. Wer hier überzeugend auftritt, hat schon gewonnen, wenn die Produkte interessant sind. Sollten Sie jedoch eher halbherzig die Waren beschreiben, ist kein Vertrauen zu gewinnen. Wenn Sie also etwas Interessantes gefunden haben, müssen Sie komplett hinter Ihrer Arbeit stehen. Dann können Sie diese Dinge auch glaubhaft vertreten.

Räumliche Voraussetzungen

Der ideale Standort ist Ihre Wohnung bzw. Ihr Haus, denn hier arbeiten Sie in gewohnter Umgebung und können auch ohne Probleme länger tätig sein. Ohne Zweifel wäre auch ein gesondertes Büro geeignet, aber um Kosten zu sparen, sollten Sie sich erst einmal zuhause ein kleines Büro einrichten, dass eigentlich auch völlig

genügt. Benutzen Sie dafür ein Zimmer, in dem sonst nichts anderes passiert, denn Sie sollten evtl. auch Besuch empfangen können. Vertreter von Handelsunternehmen möchten manchmal auch sehen, mit wem Sie es zu tun haben. Wenn engere geschäftliche Beziehungen geplant sind, kann es auch vorkommen, dass Repräsentanten des Unternehmens bei Ihnen vor der Tür stehen. In solchen Fällen sollten Sie den Leuten an einem netten Bürotisch eine Sitzgelegenheit anbieten - und Ihre Tätigkeit vor Ort demonstrieren können. Es versteht sich von selbst, dass hier absolute Professionalität angesagt ist. Schaffen Sie also eine Arbeitsatmosphäre in diesem Zimmer und entfernen Sie alles, was ablenken könnte.

Zeitliche Voraussetzungen

Vorteil: Sie sind selbst Herr über Ihre Zeit. Ihre Arbeit ist weitgehend unabhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man kann seine Arbeitszeit selbst bestimmen. Lediglich bei Terminen vor Ort sind die üblichen Bürozeiten einzuhalten. Selbstverständlich können in den Abendstunden auch noch Gespräche mit Kunden etc. anfallen. Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Handys und das Notebook gehören zur Standardausrüstung, wenn Sie Ihre Agentur etabliert haben.

Zu welcher Zeit Sie bestimmte Arbeiten erledigen, bleibt völlig Ihnen überlassen. Dies erfordert ein gewisses Organisationstalent und eine gehörige Portion Disziplin. Da Sie jedoch für sich selbst und Ihren Erfolg arbeiten, fällt die zusätzliche Arbeit nicht so schwer. Machen Sie sich eines klar: Sie werden viel arbeiten müssen. Sehr wahrscheinlich müssen Sie mehr und länger arbeiten, als Angestellte dies gewöhnlich tun. Wenn Ihnen Ihre Tätigkeit jedoch Spaß macht, vergessen Sie oft Raum und Zeit. Gerade bei der Suche kann sich eine regelrechte „Sucht“ entwickeln, für den Auftraggeber die beste Lösung zu erhalten. Dann sind Sie in Ihrem Element und auch auf dem besten Weg, Ihre Tätigkeit erfolgreich auszuüben. Leistung ist gefragt! Dabei spielt es keine Rolle, wie lange Sie dafür arbeiten. Das Resultat muss stimmen!

Alternative

Bei der Suche nach Produkten für den Handel fällt praktisch immer ein zusätzliches Nebenprodukt ab: Sie erhalten viele Informationen über Firmen, Trends im Handel, weltweite Entwicklungen bei Unternehmen, Absatzmärkte, Handelskontakte etc.

Solche Informationen lassen sich gewinnbringend verwerten. Die neue Agentur für Neuheiten könnte z.B. auch über Trends berichten (in der Mode, bei der Jugend, bei verschiedenen Bevölkerungsgruppen etc.) und diese Berichte an Interessenten gegen Honorar weitergeben. Initiatoren könnten auch publizistisch tätig werden und z.B. einen internationalen Handels-Newsletter herausgeben. Auf diese Weise erhält man auch Zugang zu Firmen, die vorerst keine Aufträge vergeben, aber trotzdem an solchen Infos interessiert sind. Später können sich dann immer noch geschäftliche Kontakte ergeben, wenn man von den Leistungen der Agentur überzeugt ist.

Versuchen Sie jedoch nicht, sich mit allen Informationen auseinander zu setzen, Das geht mit Sicherheit schief, weil der Umfang der Infos einfach zu groß ist. Konzentrieren Sie sich lieber auf Ihren Bereich (Handel) und produzieren Sie hier Informationen für Ihre Kundschaft, die Ihre Kernkompetenz schätzt. Möglich sind z.B. auch CD-ROMs über Handelspartner, Datenbanken etc.. Im Rahmen Ihrer weltweiten Suche geht dies z.B. einfach, indem Sie einfach die gefundenen

Webseiten auf der Festplatte abspeichern und sammeln. Wenn sich dann eine Menge interessanter Webseiten angesammelt haben, brennen Sie einfach eine CD für Ihre Interessenten, die dann nicht mehr mühsam selbst im Web suchen müssen. Dies ist nur ein Vorschlag, wie man seine Arbeit auf einem zweiten Weg noch einmal wirtschaftlich verwerten könnte. Ihrer Phantasie sind keine Grenzen gesetzt!

Wie starte ich?

Sie brauchen vor allem eine gute EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem, ISDN) für die Verwaltung Ihrer Tätigkeit und Ihre eigentliche Arbeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen. Sie können auch auf PCs mit günstigen AMD- (Advanced Micro Devices) oder Cyrix-Prozessor (IBM) zurückgreifen. Diese CPUs sind nahezu so leistungsfähig wie vom großen Bruder Intel, kosten aber oft nur die Hälfte. Deshalb erhalten Sie AMD-PCs mit gleicher Leistung wesentlich günstiger als Intel-PCs.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Die großen Handelsketten (z.B. Media Markt, Saturn etc.) bieten mittlerweile auch günstige Angebote mit hochwertigen Markencomputern (Fujitsu-Siemens, Compac, HP etc.).

Einen neuen PC können Sie bei Discount Versendern schon für etwa 350 Euro erstehen. Für etwa 500-800 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie ein Modem bzw. eine ISDN Karte für Internet-Verbindungen. Da Sie verstärkt im Internet zu tun haben werden, sollten Sie sich eine schnelle Verbindung zulegen und möglichst eine Flatrate (Zugang ohne zeitliche Begrenzung zu festen Konditionen) beantragen. So können Sie ohne Einschränkungen tagelang im Internet surfen und dabei Ihre Suche optimieren.

Gleichzeitig können Sie brauchbare Software downloaden (z.B. Star Office von Sun Microsystems als ideale Alternative zu sonst teuren Office Programmen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten und es kostet Sie nichts. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Die Software erhalten Sie bei jedem gut sortieren Händler bzw. direkt bei:

www.lexware.de

Selbstverständlich brauchen Sie auch einen vernünftigen Schreibtisch, an dem auch zwei weitere Personen Platz finden können. Diesbezüglich gibt es immer wieder Sonderangebote bei speziellen Büroartikelversendern wie z.B.:

Viking Direkt

Tel. 0800-8181821

Fax 0800-8148481

www.viking.de

Printus Fachvertrieb für Bürobedarf GmbH & Co.

Carl-Zeiss-Str. 1

77646 Offenburg

Tel. 0781-607100

Fax 0781-607295

www.printus.de

Büro Plus GmbH & Co.
Neumann-Reichhardt-Str. 27
22041 Hamburg
Tel. 0800-4446663
Fax 0800-4446664
www.bueroplus.de

Otto Büro & Technik Handelsgesellschaft mbH & Co. KG
20088 Hamburg
Tel. 01805-202020
Fax 01805-202022
www.otto-office.com

Diese Firmen verkaufen ihre Waren nur an Gewerbetreibende, Freiberufler und bieten Preisvorteile gegenüber anderen Anbietern.

Starkapital

Wenn Sie sich mit einer Agentur für Neuheiten selbstständig machen, brauchen Sie ca. 2.500 bis 5.000 Euro Startkapital.

Preise

Fassen wir also noch einmal zusammen:

EDV Anlage (mit Monitor, Drucker neu): Euro 1.000
EDV Anlage (gebraucht): Euro 500
Notebook: Euro 1.200 (am Anfang nicht unbedingt nötig)
Modem / ISDN Karte: Euro 50
Gründungskosten (Formalitäten): Euro 80
Software (Datenbank gratis von Sun): ca. Euro 100-200 für Buchhaltungsprogramm
Werbung am Start: ca. Euro 800-2.500 je nach Maßnahmen
Möbel: Euro 400

Der Markt

Für den Einsteiger sieht die Situation gut aus, denn bisher gibt es auch hierzulande kaum Agenturen für Neuheiten aller Art. Sie können also munter loslegen und Kontakte zu Handelsunternehmen aufbauen, bzw. bei Versendern Ihre Dienstleistung vorstellen. Mit der neuen Agentur dürften Sie auch ziemlich gute Chancen haben, weil immer mehr Unternehmen dazu übergehen, für solche Aufgaben keine eigenen Mitarbeiter zu beschäftigen, sondern externe Anbieter engagieren. Daher sind die Voraussetzungen für Ihre Tätigkeit eher positiv. Nutzen Sie diesen Umstand für Ihre Arbeit!

Die Kunden:

- Handelsunternehmen aller Größenordnungen
- Handelsketten
- Import-Exportfirmen
- Versandhandel
- Einzelhandel

- Großhandel
- Discountmärkte bzw. Ketten mit eigenen Einkaufsabteilungen

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Ideal sind Inserate in speziellen Handelsmagazinen. Bei solchen Inseraten haben Sie den zudem Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind Anzeigen nicht gerade die günstigste Methode, neue Kunden auf den eigenen Service aufmerksam zu machen. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Schalten Sie in Urlaubszeiten keine Inserate! Niemand wird diese zur Kenntnis nehmen, weil fast alle Entscheidungsträger zu dieser Zeit im Ausland verweilen. Anzeigen müssen durch eine einprägsame Schlagzeile wirken.
- Als zweite Möglichkeit eignen sich PR-Beiträge, um Firmen einen Einblick in die eigene Tätigkeit zu gewähren. Kaufen Sie sich so viele Handelsmagazine wie möglich. Dann erkunden Sie im Impressum, wer für welches Ressort zuständig ist. Diesen Personen senden Sie einen kleinen Text über Ihre Firma und deren Ziele, Nutzen für Kunden etc.. Am Anfang Ihrer Tätigkeit müssen Sie für die Fachmagazine einen sogenannten Public Relation Beitrag verfassen. Dieser Text sollte kurz Ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Interessante Berichte über neue Firmen und Dienstleistungen füllen die Publikationen und ziehen auch weitere Anzeigenkunden an. Solche Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Natürlich werden nicht alle angeschriebenen Magazine den Text veröffentlichen, aber Sie sollten es trotzdem bei allen probieren. Versuchen Sie auch, in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich wahrscheinlich einige Interessenten melden und eventuell nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare bzw. Nachdrucke in ausreichender Anzahl anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können.
- Drittens kommen gezielte Anschreiben (Mailings) in Frage. Schreiben Sie geeignete Unternehmen an und stellen Sie Ihren Service dar. Der erste Kontakt wird stets mit einem Werbefrieder hergestellt. Solche Briefe richten Sie möglichst an Entscheidungsträger im jeweiligen Unternehmen. Benötigt werden also die Adressen von Handelsunternehmen in ganz Deutschland plus die Namen der betreffenden Personen. Ein Anruf bei der Zentrale führt in der Regel weiter, d.h. die Telefonistin bzw. Mitarbeiterin im Büro nennt Ihnen gewöhnlich Ihren Ansprechpartner. Vorteil: Mit einem persönlichen Anschreiben sind Sie sicher, dass sich relevante Personen mit dem Angebot beschäftigen. Es landet auf dem Schreibtisch der Zielperson und wird zumindest kurz überflogen. Sollte in absehbarer Zeit keine Reaktion erfolgen, telefonieren Sie mit den angeschriebenen Personen und versuchen, die Leute persönlich zu überzeugen. In der Regel zeigt man sich für ein Gespräch offen.
- Das Internet ist natürlich auch eine weitere Möglichkeit für Ihre Werbung. Zuerst sollten Sie mit Hilfe von geeigneten Editoren eine eigene Homepage erstellen. Das funktioniert z.B. mit dem Programm Net Objects Fusion, dass Sie bei

verschiedenen Providern (u.a. Strato, 1 & 1) umsonst erhalten, wenn Sie 1 oder 2 Euro im Monat für eine kleine Präsenz im Netz investieren. Mit dieser Software können Sie völlig ohne HTML Kenntnisse relativ schnell eine ansehnliche Webseite erstellen. Dann sollten Sie in Handelsforen, auf Plattformen des Handels für Ihren Service werben, d.h. kleine Beiträge einstellen, möglichst Links auf Ihre Homepage setzen etc.

Verdienstmöglichkeiten

Die Verdienstmöglichkeiten sind sehr unterschiedlich. Sie hängen natürlich direkt von der Anzahl der Aufträge und den Auftraggebern ab. Sie können je nach Möglichkeiten mit wenigen Auftraggebern intensiv zusammenarbeiten oder aber für viele Firmen von Zeit zu Zeit tätig werden. Klären Sie jeweils mit allen Unternehmen deren Bedürfnisse ab. In manchen Fällen gelingen auch Verträge über regelmäßige Arbeiten und Zahlungen, so dass man zumindest ein paar feste Standbeine aufbauen kann und nicht nur von Auftrag zu Auftrag „hangeln“ muss. Versuchen Sie, solche Verträge auszuhandeln, die Ihnen ein weitgehend gesichertes Einkommen verschaffen.

Der Erfolg hängt auch von der Spezialisierung der Agentur und den Fachkenntnissen des Initiators ab. Generelle Verdienstchancen lassen sich nur schwer prognostizieren, da individuelle Chancen in diesem Bereich sehr unterschiedlich sind und der Auftritt im Markt sowie die Erfahrung des Betreibers eine große Rolle spielen. Ebenso wichtig sind die Verbindungen des Betreibers zum Handel.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Eine nebenberufliche Tätigkeit ist allenfalls kurz nach dem Start möglich. Sonst verlangt die Intensität der Arbeit und der Kundenbeziehungen den vollen Einsatz des Gründers. Sie sollten eine solche Agentur also nur ins Leben rufen, wenn Sie sich vorstellen können, sofort ins kalte Wasser zu springen und kräftig zu arbeiten. Die Geschäftspartner erwarten für die Zahlungen natürlich vollen Einsatz und vertrauen auf die Leistungen des Gründers. Das ist (realistisch betrachtet) nebenberuflich kaum möglich.

Erweiterung

Einstellungen von weiteren Mitarbeitern sollten Sie möglichst vermeiden. Dies ist mit Ärger und vielen Kosten verbunden. Mit den richtigen Verträgen können Sie mit anderen Agenturen (z.B. Infobrokern), die ebenfalls selbstständig sind zusammenarbeiten, falls dies notwendig sein sollte.

Achten Sie aber unbedingt darauf, dass solche Agenturen Ihnen dann nicht die Kunden wegnehmen! Dies geschieht nämlich schnell und ohne Vorwarnung, wenn man sich vertraglich nicht entsprechend absichert.

Chancen und Risiken

Es gibt kein interessantes Leben ohne Risiko. Genauso risikoreich sind selbstständige Tätigkeiten. Prinzipiell kann alles schief gehen, aber dann dürften Sie auch keinen Schritt mehr vor die Haustür setzen, denn Sie könnten ja vom Blitz oder gar von Kriminellen erschlagen werden!

Selbstständige Tätigkeiten bergen natürlich Risiken in sich. Auftraggeber können abspringen, in Konkurs gehen oder andere Dienstleister vorziehen. Sie sollten daher immer möglichst viele Kontakte zu interessierten Auftraggebern unterhalten. Pflegen Sie diese Kontakte regelmäßig, um stets in guter Erinnerung zu bleiben. Es ist aber wenig wahrscheinlich, dass plötzlich alle Vertragspartner z.B. zahlungsunfähig werden. Bei guten Beziehungen zu mehreren Geschäftspartnern kann das eigene Risiko daher wesentlich vermindert werden. Je mehr verschiedene Kunden Ihren neuen Service nutzen, desto sicherer wird die eigene Basis. Ihre Leistungen sollten also vielen – oder auf jeden Fall mehreren großen Firmen zur Verfügung gestellt werden.

Der große Vorteil einer Agentur ist, dass keine großen Investitionen nötig sind. Somit können Sie kaum große Verluste erzielen, weil Sie sich (hoffentlich!) nicht verschulden. Der maximale Verlust beschränkt sich auf das eingebrachte Startkapital, wenn absolut kein Geschäft zu machen ist. Dem stehen jedoch gute Chancen gegenüber. Sie bringen ein zukunftsträchtiges Business im Bereich der Dienstleistung zum Laufen und können sich damit eine Existenz aufbauen. Machen Sie vor allem nicht den Fehler, am Anfang zu „groß“ zu denken und Kapital zu verwenden, das Sie nicht zur Verfügung haben. Bleiben Sie stattdessen auf dem Boden der Tatsachen. Seriöse Geschäftspartner werden es verstehen und diese Eigenschaft an Ihnen schätzen. Bauen Sie stetig Verbindungen zu Handelsfirmen aller Art auf.

Das kann Ihnen nur nützen, denn sobald man sich an Ihr Angebot erinnert, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass Einkäufer sich zumindest einmal mit Ihnen unterhalten und weitere Möglichkeiten einer Zusammenarbeit ausloten. Dabei sollten Sie auf Ihre Leistungsfähigkeit hinweisen und evtl. auch beim ersten Kontakt und bestehender Skepsis einmalige Sonderleistungen anbieten (z.B. Produktsuche auf Provisionsbasis. Nur wenn Sie erfolgreich agieren, erhalten Sie eine Zahlung!). Bei solchen Modellen dürfte dann selbst die letzten Zweifel fallen und man probiert Ihre Dienstleistung einmal aus. Selbstverständlich müssen Sie sich dann richtig anstrengen und ein gutes Resultat präsentieren, so dass die Wahrscheinlichkeit auf eine weitere Zusammenarbeit groß ist. Wenn Sie dann noch Ihre eigenen Fähigkeiten stets optimieren und den Service professionell darstellen, bestehen besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Tätigkeit mit Ihrer eigenen Agentur für Neuheiten. Der Bedarf ist ohne Zweifel vorhanden. Sie sollten ihn identifizieren und die Firmen entsprechend bedienen.

Mit dem fertigen Shop und bekannten Partnern im Internet Geld verdienen

Ein Modell für schnelle Umsätze

Zahlreiche Händler versuchen inzwischen im Internet Geld zu verdienen, doch dies ist gar nicht so einfach. Es gibt nämlich einige Hindernisse beim virtuellen Handel. Trotzdem beweisen kleine erfolgreiche Firmen immer wieder, dass es doch möglich ist, dank geringer Kosten und effizienter Werbung, die Zielgruppe zu erreichen und entsprechende Umsätze zu realisieren. Selbstverständlich muss man hierzu äußerst clever vorgehen. Wenn die Aufgabenverteilung stimmt und der Gründer eine etablierte Organisation hinter sich hat, kann er/sie selbst mit geringen Mitteln erfolgreich agieren.

Immer wieder betonen Berater, dass kleine Internetfirmen nur in kleinen Nischen arbeiten könnten. Dies ist nur zum Teil zutreffend. Ohne Zweifel hat es keinen Sinn, gegen große Portale mit entsprechendem Hintergrund anzutreten. Ganz anders sieht es jedoch aus, wenn man mit solchen Firmen zusammenarbeitet, um gemeinsam neue Ziele zu erreichen.

Die typische kleine Internetfirma arbeitet in einem beschränkten Markt mit nur wenigen möglichen Kunden und spezialisiert sich auf die Befriedigung deren Wünsche. Das kann durchaus erfolgreich sein, wenn eine vernünftige Rendite erwirtschaftet wird.

Nachteil: Oft sind die Märkte einfach zu klein, d.h. die Absatzmöglichkeiten sind nicht zu steigern, stagnieren auf einem bestimmten Niveau, dass dann kaum zu halten ist. Dies kann für Spezialisten mit entsprechendem Hintergrund ein Vorteil darstellen, aber der gewöhnliche Händler hat früher oder später damit seine Schwierigkeiten. Folge: Mit der Zeit erkennen die Gründer, dass sich Investitionen nicht gelohnt haben und sie geben auf.

Ganz anders sieht dies in unserem Modell aus:

Hier wird ein sehr großer Markt bedient. Eigentlich alle Menschen kommen als Kunden in Frage, sofern ein Internetanschluss vorhanden ist. Doch auch Gelegenheitssurfer mit Zugang zu einem Terminal (Internet Café, Betrieb, Verwandtschaft, Freunde) können sich registrieren lassen, Bestellungen absenden.

Voraussetzungen

Der Gründer sollte sich schon ein bisschen im Internet auskennen, mit dem Browser, mit E-Mail arbeiten können und vielleicht auch mit Editoren eine Homepage „zusammenbasteln“. Keine Angst: Auch wenn Sie dahingehend bisher keine Erfahrungen haben, ist der Einstieg eigentlich leicht. Durch die benutzergeführten Programme ist die EDV heutzutage eher zu erlernen als in früheren Zeiten, als man sich noch mit komplizierten Befehlen auseinandersetzen musste. Mit logischem Denken, dem richtigen Werkzeug und Motivation kommen Sie heute sehr weit!

Eines ist allerdings notwendig: Arbeit darf für Sie kein Fremdwort sein. Sie werden Tage und Nächte vor dem Bildschirm verbringen, rote Augen bekommen und Ihre Frau (oder Ihr Mann) dürfte vielleicht eine Zeit lang sauer reagieren, wenn Sie wieder im Büro verschwinden, doch leider ist Erfolg nun einmal mit Arbeit verbunden. Ohne eigene Anstrengungen gibt es kein positives Resultat.

Weiterhin brauchen Sie Durchhaltevermögen, denn am Anfang dürfte sich alles sehr „zäh“ entwickeln. Bis erste Erfolge zu erkennen sind, vergehen bestimmt 4 Monate, denn diese Zeit benötigen schon Suchmaschinen, bis Ihre Seite richtig gelistet ist. Werfen Sie also nicht gleich die Flinte ins Korn, wenn Schwierigkeiten auftauchen. Es gilt, diese zu meistern! Niemand behauptet, dass die Aufgabe leicht wäre.

Ausbildung

Ideal sind Ausbildungen zum Webmaster, Programmierer, Internet Administrator, EDV Kaufmann, EDV Berater, Informatiker, Netzwerkadministrator doch auch Autodidakten können erfolgreich arbeiten. Mit dem Computer müssen Sie umgehen können. Der Rechner darf keinen Argwohn erzeugen.

Die Tätigkeit

Gründer arbeiten mit einem Unternehmen zusammen, das dank seiner einzigartigen Idee eine Möglichkeit geschaffen hat, Händler an ein System anzuschließen, so dass man selbst als kleiner Gründer ohne viel Eigenkapital sofort über ein sehr umfangreiches Sortiment verfügen kann. Sie verkaufen gleich an alle möglichen Zielgruppen und können praktisch jeden Haushalt ansprechen. Es liegt dann an Ihnen, wie Sie das tun und welche Methoden Sie einsetzen möchten, um möglichst viele Kunden zu gewinnen.

Sie agieren als virtueller Händler / Handelsvermittler und erhalten dafür Provisionen pro verkauften Einheiten.

Vorteile:

- Gründer brauchen zur Umsetzung der Idee kein Starkapital!
- Sie sind jederzeit rund um die Uhr handlungsfähig.
- Ihr Shop ist jederzeit geöffnet, wird gepflegt.
- Sie haben mit der Webseite (Programmierung) keinen Aufwand. Das erledigen Spezialisten für Sie.
- Sie bestimmen, ob ein nebenberuflicher Einsatz oder gleich der hauptberufliche Start ansteht.
- Sie arbeiten, wann Sie möchten, wie viel Sie möchten.
- Sie arbeiten in Ihrer Umgebung (zu Hause, im Büro, wo immer Sie auch möchten).
- Kein Vorgesetzter verursacht schlechte Laune.
- Es gibt kein Limit bei Ihrer Verdienstgrenze. Im Web können Sie riesige Umsätze machen, wenn geeignete Werbetechniken angewandt werden.
- Engagement wird belohnt.
- Sie müssen Ihre Arbeitsstelle oder Ihre sonstige Tätigkeit nicht aufgeben, solange keine entsprechenden Umsätze vorliegen. Das Geschäft funktioniert 24 Stunden pro Tag.
- Niemand drängt Sie, beeinflusst Sie. Sie müssen nicht zu Seminaren anreisen oder sich mit peinlichen Motivationsveranstaltungen herumärgern. Sie allein bestimmen durch Ihren Einsatz Ihren Erfolg, Ihren Verdienst.
- Durch ständig wachsende Anzahl von Internetanschlüssen, Zugang über Terminals (Firmen, Banken etc.) steigen Ihre Chancen, viele Menschen als Kunden zu gewinnen.

Nachteile:

- Sie arbeiten relativ allein, müssen sich immer wieder selbst kontrollieren und motivieren.
- Sie müssen eine große Portion Disziplin an den Tag legen, um nicht abzuschweifen.
- Sie müssen hart gegen sich selbst sein können.
- Während der Einarbeitung ist eine „Durststrecke“ hinter sich zu bringen.
- Niemand kann Ihnen garantieren, dass Sie auch Erfolg haben.

Die Technik

Was braucht der Gründer? Zunächst sollten Sie Zugang zu einem PC haben. Besser wäre natürlich der eigene Rechner mit Zubehör, mit dem Sie dann sofort starten könnten. Zur Realisierung der unten näher beschriebenen Geschäftsidee benötigen weiterhin einen Internet-Anschluss, einen aktuellen Browser (MS, Netscape, Opera).

Eine Office Software für die Verwaltung der Tätigkeit schadet auch nicht. Diese gibt es gratis bei Sun Microsystems (Open Office / Star Office). Kontakt:

www.sun.com

Richten Sie sich nach den Angaben des unten genannten Geschäftspartners auf dessen Webseite. Studieren Sie genau die Bedingungen.

Falls Sie keinen PC haben, schaffen Sie sich am besten ein brauchbares Office System an. Das reicht vollkommen für Ihre Bedürfnisse. Günstige Rechner und Zubehör gibt es z.B. bei der Brand X GmbH, Avitos oder auch in den Filialen des Metro Konzerns (Media Markt). Kontakte:

www.brand-x.de

www.avitos.com

www.mediamarkt.de

Selbstverständlich können Sie auch mit gebrauchten Systemen arbeiten, aber vielfach lohnt sich solch ein Kauf nicht mehr, da mittlerweile die Neupreise für Office Rechner drastisch gefallen sind. Neue Computer erhalten Sie schon für nur 270 Euro, brauchbare Monitore ab 140 Euro.

Der Einstieg kostet also nicht viel Geld. In den meisten Haushalten steht ohnehin ein PC, den Sie selbstverständlich für Ihre Geschäfte nutzen können. Sie brauchen nicht den neusten PC mit Multimedia Fähigkeiten, Super Grafikkarte etc.

Wichtig: Richten Sie eine Firewall ein, die Sie gegen Angriffe von Hackern und dem Eindringen von fremden Rechnern in Ihr System weitgehend schützt. Vollkommener Schutz ist leider nicht möglich, aber mit der Firewall sind Sie bereits gut gerüstet. Auch hier gibt es kostenlose Programme, die auch für den professionellen Einsatz gut geeignet sind.

Benutzen Sie z.B. die Software „Zone Alarm“. Aktuelle Versionen finden immer wieder auf Heft CD ROMs von PC Magazinen (PC Shopping, PC Go, PC Direkt, PC Professionell, Chip etc.).

Formalitäten

Achtung! Finanzbehörden stöbern systematisch nach Online Händlern, die Ihre Aktivitäten nicht angemeldet haben. Gehen Sie also zum Ordnungsamt und holen Sie sich einen Gewerbeschein (Handel mit Waren aller Art).

Eine Kopie davon wird automatisch ans Finanzamt geschickt. Melden Sie sich aber trotzdem beim Finanzamt selbst und geben Sie als zukünftigen Umsatz erst einmal 0 Euro an. Warum? Sie müssen dann keine Vorauszahlungen leisten. Als Händler müssen Sie auch Umsatzsteuer zahlen, wenn der Umsatz über etwa 16.000 Euro liegt. Darunter gelten Sie als Kleinunternehmer.

Gehen Sie zu einem versierten Steuerberater und lassen Sie sich in einem Beratungsgespräch wichtige Sachverhalte erklären.

Buchhaltung

Die Buchhaltung können Sie selbst übernehmen. Mit einer geeigneten Software müssen Sie selbst nicht buchen, sondern das Programm übernimmt diese Aufgabe (mit Plausibilitätsprüfungen). Holen Sie sich z.B. die Software „Quickbooks“ von Lexware. Damit sind Sie in kurzer Zeit Ihr eigener Buchhalter.

Ihr Partner

Die Firma Zanox bietet angeschlossenen Webmastern eine ideale Plattform für E-Commerce-Aktivitäten ohne große Investitionen. Sie erhalten eine professionelle Webseite mit bekannten Partnern, täglich aktuellen Angeboten, die Sie nicht pflegen müssen. Die ganze Arbeit wird den Verkäufern abgenommen. Deren Aufgabe ist nur die Werbung für die Seite, so dass Besucher zu Kunden werden, indem über Ihre Seite bestellt wird.

Die große Frage bei Web Shops ist immer: Wie attraktiv ist das Angebot?

Hier können Sie durchaus mit anderen bekannten Shopping Malls mithalten, denn die Partner lassen sich sehen. Folgende Firmen machen mit:

Tschibo, Discount 24 (Otto Versand), Obi (Baumarkt), My Toys (Spielzeuge), Conrad (Elektronik), Vodafone (Mobilfunk), Mex, Getgo, Travel Channel (Reisen), Esprit (Kleidung), Klingel Versand, Eventim, Deichmann (Schuhe), Rossmann, Wenz (Versand), Yves Rocher (Kosmetik), Primus Online, Aral, Strato AG (Provider)...

Dies ist nur ein Auszug der Partner, d.h. Sie können sofort über viele Produkte bekannter Firmen verfügen, Ihr Angebot ohne Probleme und mit gutem Gewissen einstellen.

Ihr Angebot ist riesig:

Versicherungen, Kleidung, Kosmetik, Unterhaltungselektronik, Bücher, Tonträger, Computer, Zubehör, Reisen, Eintrittskarten, Finanzdienstleistungen, Handys, Telefone, Faxgeräte etc.

Unter „normalen“ Umständen könnten Sie niemals solch ein Angebot präsentieren. Der Kunde erhält bei Ihnen praktisch alles. Sie sind in der Lage, über 1 Million Produkte anbieten zu können!

Für die Vermittlung der Kunden erhalten Sie Provisionen von 2%-25%.

Die Abrechnung mit den Kunden, die Lieferung, das Mahnwesen etc. erledigen die jeweiligen E-Commerce Anbieter. Sie haben also mit all dem nichts zu tun, sondern kassieren nur die Provisionen von den Verkäufen. Bei Ihnen entsteht keinerlei Aufwand mit den Transaktionen. Kleiner Profit ohne Kosten ist die Devise! Bestimmt werden Sie nicht gleich große Umsätze erzielen, aber Sie agieren immer kostengünstig, ohne Risiko. Das ist in der heutigen Zeit viel wert!

Die Vorteile dieses Systems:

- Es gibt keinerlei Mindestumsätze
- Die Teilnahme ist kostenlos! Keine Investition Ihrerseits notwendig!
- Sie tragen kein Risiko und haben nur wenig Aufwand
- Professioneller Shopping Content mit redaktioneller Betreuung steht Ihnen zur Verfügung
- Automatisierte Abrechnung und Pflege
- Regelmäßige Gewinnspiele, Newsletter für Ihre Kunden
- Tägliche Sonderangebote
- Shop unter Ihrer URL (eigene Webseite)
- Es ist keine Programmierung von Ihrer Seite nötig. Die Seite ist komplett zum Einsatz bereit und wird täglich gepflegt

Folgende nützliche Funktionen stehen Ihnen zusätzlich zur Verfügung:

- Ein Newsletter, der immer Links auf Ihren Shop enthält, d.h. die Kunden kommen immer auf Ihren Shop zurück.
- Mit einem übersichtlichen Homelink kommen die Kunden auf Ihre eigene Homepage
- Ein Link „zu Favoriten hinzufügen“, mit dem der Kunde immer wieder zu Ihrem Shop kommt

Dieses System hat übrigens den Internet World Award 2002 für das beste Geschäftsmodell gewonnen.

Kontakt:

Zanox

www.zanox.com

<http://lion.zanox-affiliate.de>

<http://www.zanox-affiliate.de>

Für engagierte Affiliates (Partner) ist eine intensive Werbung anzuraten. Die Seite muss bekannt gemacht werden. Dies funktioniert auch mit geringen Mitteln, ist aber mit sehr viel Arbeit verbunden:

- Suchmaschinen: Umsonst können Sie sich in viele Suchmaschinen eintragen, wobei man bei jeder einzelnen Maschine berücksichtigen sollte, welche Kriterien abgefragt werden. Suchmaschinen sind für Sie als zukünftiger Webshop-Betreiber unheimlich wichtig. Sie sollten sich daher bemühen, mehr über Suchkriterien, Anforderungen und Eigenschaften einzelner Suchmaschinen zu erfahren. Es gibt auch die Möglichkeit, mit bezahlter Suchmaschinenwerbung zu arbeiten (z.B. bei Google.com, Google.de).
- E-Mail: E-Mails eignen sich hervorragend für die eigene Werbung. Unterlassen Sie allerdings Spamming. Schreiben Sie vielmehr Ihre Bekannten, Freunde, Kollegen an. Langsam aber sicher wird Ihre Datenbank mit E-Mail Kontakten anwachsen.
- Newsletter: Der eigene Newsletter dient der Kundenbindung. Obwohl das System regelmäßig einen Newsletter versendet, können Sie zusätzlich eine Publikation erstellen auf individuell auf Chancen und Schnäppchen hinweisen.
- Werbeseiten: Nutzen Sie die Möglichkeiten, Webseiten mit Ihrer Werbung kostenlos ins Netz zu stellen. Es gibt noch diverse Anbieter, die Speicherplatz gratis zur Verfügung stellen. Auch diese Seiten müssen wieder in Suchmaschinen eingetragen werden. Je mehr Werbeseiten mit Links auf Ihren Shop erscheinen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, das sich viele Besucher bei Ihrem Shop einfinden. Natürlich sollte auch der Inhalt mit Ihren Zielen übereinstimmen (z.B. Schnäppchen, Einkaufen, Produkttips und Tricks, Produktbeschreibungen, Fotos).
- Traffic: Viel Verkehr auf Ihrer Seite ist nützlich. Allerdings sollte auch die Zielgruppe stimmen, d.h. Kaufinteressenten sind notwendig, um Umsätze zu generieren. Hier spielt auch die konventionelle Werbung eine Rolle. Die URL sollte auf allen Geschäftspapieren verzeichnet sein. Lassen Sie sich in Webverzeichnisse eintragen und senden Sie entsprechenden Verlagen einen Bericht über Ihre Seite. Diese nehmen Sie dann bei der nächsten Aktualisierung in entsprechende Publikationen auf (z.B. Bücher über Webadressen, Internetführer, Schnäppchenführer). Folgende Verlage

publizieren u.a. erfolgreiche Internet-Adressenbücher: Data Becker Verlag, Franzis Verlag (www.databecker.de, www.franzis.de)

- PR: Schreiben Sie PR-Mitteilungen und senden Sie diese an Redaktionen in Ihrer Umgebung. Ein paar Veröffentlichungen steigern das Interesse möglicher Kunden und führen zu weiteren Umsätzen. Weiterer Vorteil: Der Abdruck von eigenen PR-Beiträgen kostet Sie nichts, d.h. Sie erhalten gratis Werbung und profitieren von der Wirkung noch lange nach einer Veröffentlichung. Eine Publikation zieht meistens noch weitere Beiträge über Ihr Unternehmen nach sich. Journalisten von Lokalblättern sparen sich gerne Arbeit und schreiben öfters voneinander ab. In diesem Fall ist dies für Sie sehr positiv, da weitere Beiträge erscheinen, mehr Leser über Ihr Unternehmen informiert werden, evtl. Ihre Webseite besuchen und Güter kaufen...
- Hand Outs: Eine billige, aber wirksame Werbemethode sind immer noch Handzettel. Drucken Sie z.B. die Startseite Ihres Shops auf ein DIN A4 Blatt und fügen Sie in großen Lettern Ihre URL ein. Diese Zettel verteilen Sie dann bei abendlichen Spaziergängen systematisch an alle Haushalte in Ihrer Region. Das kostet nicht viel Geld, bringt aber weitere Kunden für Ihre Shoppingmall. Durch das reichhaltige Angebot ist für jeden etwas dabei. Sie treffen also Ihre Zielgruppe auch bei breiter Streuung Ihrer Werbung (nur in diesem Fall!). Diese Arbeit machen übrigens auch gerne Schüler, Rentner für ein paar Euro. Machen Sie sich doch einfach die Mühe, einmal früh aufzustehen und sprechen Sie mit Ihrem örtlichen Zeitungsverteiler / Austräger. Ein paar nette Worte und der eine oder andere Schein wirkt auch hier Wunder. Drücken Sie dem Mann Ihre Blätter in die Hand und er wird diese an alle Haushalte auf seiner Tour verteilen.
- Auktionen: Nutzen Sie Möglichkeiten, bei Online Auktionen (ebay.de, ricardo.de etc.) Produkte einzustellen und auf Ihre Webseite hinzuweisen. Oft kann man auf diese Art und Weise Stammkunden gewinnen und erreicht vor allem eine große Öffentlichkeit zu geringen Kosten. Weiter Vorteil: Mit geringen Mitteln ist die Aufmerksamkeit für die eigene Webseite zu erhalten. Auf der Seite von ebay tummeln sich täglich über 12 Millionen Surfer. Ein paar davon sehen bestimmt auch Ihre Angebote, Webseite.

Kontakte

Wichtige Suchmaschinen / Kataloge

www.google.de

www.altavista.de

www.yahoo.de

www.fireball.de

www.web.de

www.lycos.de

www.msn.de

www.northernlight.com

www.excite.com

www.hotbot.com

www.alltheweb.com

www.looksmart.com

www.abacho.de

www.dino.de

www.metacrawler.com
www.multimeta.com
www.dogpile.com
www.search.com
www.profusion.com

Webpromotion

Weltweit gibt es zahlreiche Service-Seiten, die für Sie geeignet sind, Ihr Wissen und Ihre Verbindungen zu optimieren. Ohne Fleiß werden Sie nicht weiterkommen, aber dank hervorragender Unterstützungsmöglichkeiten, dürfte Ihnen so manche Arbeit erspart bleiben, weil Sie dann clever agieren können, Netzwerke für sich nutzen und Ihre Seite schnell bekannt machen können. Es gibt mehrere Möglichkeiten, Promotion für die eigenen Seite zu erhalten. Empfehlenswert sind Kombinationen von Maßnahmen, die zusammen erst die volle Wirkung entfalten. Führende Internet-Tipps und Marketing-Neuheiten kommen aus den USA. Studieren Sie also US Webseiten zu diesem Thema. Die englische Sprache sollte keine Probleme bereiten.

Registrierung von Webseiten in Suchmaschinen

Folgende Firmen helfen Ihnen bei diesem Prozess:

www.worldsubmit.com
www.netcrations.com
www.mmgco.com
www.netpromote.com
www.upromote.com

Ranking

Jede Suchmaschine hat gewisse Anforderungen an Webseiten (Design), die das Ranking (Notierung in der Liste angezeigter Suchergebnisse) unmittelbar beeinflussen. Es ist natürlich besser, mit seiner Seite weit vorn zu stehen, weil man häufiger angeklickt wird. Folgende Seiten unterstützen Ihre Bemühungen, das Ranking zu optimieren mit Tipps und Tricks:

www.searchenginewatch.com
www.upromote.com

E-Mails an Ihre Zielgruppen

Es gibt eine Reihe von Anbietern, die E-Mails an speziell ausgesuchte Zielgruppen ermöglichen. Die angeschriebenen Personen und Firmen haben Ihr Einverständnis erklärt, von passenden Firmen Angebote zu erhalten. Sie verschicken also keine Spams, sondern Werbung für Ihre Zielgruppe über das Netz an interessierte User. Folgende Webseiten eignen sich für Ihre Zwecke:

www.postmasterdirect.com
www.lsoft.com
www.upromote.com
www.digitalwork.com
www.greatcircle.com

Kombinierte Webpromotion

Folgende Firmen bieten eine Kombination von Webpromotion an (Internet Marketing, E-Mail an Zielgruppen, Online-Marketing, Webseiten-Entwicklung, PR-Maßnahmen, Cross Marketing etc.)

www.netpromote.com

www.mmgco.com

www.marketingtips.com

www.webtrends.com

www.upromote.com

Bannertausch

Das Tausch von Bannern ist eine beliebte Methode, mit geringem Aufwand mehr Besucher auf Webseiten zu bekommen. Zwar ist der Bannertausch nicht mehr so wirksam wie früher, aber als zusätzliche Maßnahme schadet er bestimmt nicht. Folgende Firmen bieten Bannertausch an:

<http://webworker.com>

www.freebanners.com

www.linkexchange.com

<http://einets.com>

Die wiederholte Message zählt!

Marketingexperten erwähnen, dass wiederholte Mitteilungen im Internet ungemein wichtig sind, weil viele Interessenten auf einmalige Zuschriften, E-Mails nicht reagieren. Erst bei der dritten oder vierten E-Mail folgt die Reaktion. Geben Sie also nicht zu früh auf!

Diese Prozedur lässt sich automatisieren. Mit dem Service von aweber erhalten Ihre Interessenten automatisch mehrere E-Mails nacheinander in einem vernünftigen zeitlichen Abstand geschickt. Dies trägt zur Kundenbindung bei und erhöht Ihre Bestellraten, denn wer mehrmals mit Angeboten oder Mitteilungen „bestückt“ wird, kommt auch auf Ihre Seite.

www.aweber.com

Das Organisationsbüro für Events (Hochzeiten, Geburtstage, Jubiläen etc.)

Organisieren ist nicht jedermanns Sache. Während manche Personen mit dieser Aufgabe sozusagen in ihrem Element sind und förmlich aufblühen, fällt die Arbeit anderen doch schwer. Organisation muss bei bestimmten Ereignissen aber sein, denn man möchte z.B. Feste etc. ja zünftig feiern und dafür braucht man eben eine gute Organisation, damit alles wie gewünscht klappt. Das lassen sich viele Bürger und Firmen nur zu gerne abnehmen, weil man sich mit diesem „Kram“ nicht herumschlagen möchte.

So entsteht ein Tätigkeitsfeld, das clevere Leute dann besetzen und ihr Organisationstalent voll ausspielen. Wie man damit Geld verdient, wird später noch ausführlich beschrieben. Jeder muss in seinem Leben mehr oder weniger

organisieren. Wer es jedoch zum Meister bringen möchte, wächst gewöhnlich mit den gestellten Aufgaben. „Aber kann man damit überleben?“

Es gibt eine Reihe von Gründern, die sich diese Frage auch angenommen haben. Dabei konnte man feststellen, dass ein gutes Geschäft möglich ist, wenn die Umgebung und die Voraussetzungen stimmen. Es handelt sich um eine Dienstleistung mit mehreren Varianten. Die Perspektiven für Steigerungen der Umsätze und des Einsatzes sind sozusagen offen. Wer sich dann viel Arbeit aufhalsen kann und diese bewältigt, wird außerordentlich gute Ergebnisse erzielen. Wichtig: Von selbst läuft nichts. Alles muss (wie auch in anderen Bereichen) zuerst „angeleiert“ werden.

Die Tätigkeit

Was macht man in einem Organisationsbüro überhaupt?

Zentrale Funktion des Büros ist es, für einen reibungslosen Ablauf von verschiedenen Ereignissen zu sorgen. Je nach Wunsch des Kunden werden diverse Aufgaben von dem Gründer abverlangt. Man engagiert externe Dienstleister für bestimmte Funktionen, kümmert sich um eine passende Koordination der Termine, Einsätze, handelt möglichst günstige Konditionen mit Firmen aus etc.

Am Tag des Ereignisses überwacht man schließlich in einzelnen Fällen den Ablauf und sorgt bei aufkommenden Schwierigkeiten für sofortige Abhilfe.

Was gibt es zu organisieren?

Für folgende Ereignisse können Organisationsbüros engagiert werden:

- I. Hochzeiten
- II. Geburtstage
- III. Feste
- IV. Partys
- V. Feiern von Firmen, einzelnen Abteilungen etc.
- VI. Hochzeitstage
- VII. Namenstage
- VIII. Vereinsfeste

Hier wird nur ein kleiner Ausschnitt der möglichen Ereignisse vorgestellt. Man könnte ohne weiteres noch viele Seiten mit in Frage kommenden Events füllen, aber das ist nicht unser Ziel. Ihrer Phantasie sind keine Grenzen gesetzt. Sie werden selbst auf weitere Lösungen kommen!

Mit welchen Firmen bzw. Personen arbeitet man zusammen?

- Musiker, Bands, Alleinunterhalter
- Entertainer
- Clowns, Gaukler
- Party Service, Metzgereien, Bäckereien
- Restaurants, Catering Firmen
- Veranstaltungsagenturen
- Licht und Tonverleih bzw. Licht- und Tonfirmen mit Personal
- Redner
- Moderatoren
- Dekorateuren
- Bildenden Künstler
- evtl. Innenarchitekten, Raumausstatter

Wie sieht das konkret aus?

Beispiel: Sie organisieren eine Hochzeit. Dafür braucht man zuerst den geeignete Ort für das (zumeist) freudige Ereignis. Sie wählen also in Abstimmung mit dem Auftraggeber (in diesem Fall das Paar) ein nettes Lokal oder Hotel aus, engagieren eine passende Combo für den Termin, bestimmen die zeitliche Abfolge des Menüs und zusätzlicher Leckereien. Zusätzlich organisieren Sie mit Verwandten bzw. Bekannten des Paares die Brautentführung, sorgen noch für Abwechslung durch einen Entertainer oder Gaukler etc.. Auch die Dekoration (evtl. Blumenschmuck usw.) liegt in Ihrem Aufgabenbereich.

Selbstverständlich geschieht dies im Rahmen eines verfügbaren Budgets des Paares, das zuvor festgelegt wird. Für Ihre Bemühungen erhalten Sie je nach Höhe des Budgets eine feste Summe (z.B. 500-2.000 Euro je nach Aufwand) oder einen bestimmten Prozentsatz des Budgets (10%-25%). Das Paar kümmert sich um nichts, sondern kann beruhigt dem Tag entgegenfiebern. Sie erledigen die ganze Arbeit (Organisation, Telefonate, Koordination).

Von den externen Dienstleistern fordern Sie nach Möglichkeit eine Provision für den Auftrag, den Sie ja organisiert haben. So verdienen Sie zusätzlich ordentlich Geld, ohne dafür erneut arbeiten zu müssen. Selbstverständlich sollten Sie derartige Arrangements vorher abklären und die Konditionen festlegen. Besuchen Sie also zum Anfang Ihrer Tätigkeit Firmen und Personen, mit denen Sie evtl. zusammenarbeiten werden und stellen Sie Ihre Sicht der Dinge vor. In der Regel ist man über neue Aufträge erfreut und auch bereit, dafür Provisionen oder Vermittlungsgebühren zu zahlen.

Eine andere Alternative wäre, bei den Lieferanten in Vorleistung zu gehen, d.h. deren Rechnung zu bezahlen und dann mit eigenem Aufschlag für die komplette Dienstleistung an die Auftraggeber weiterzureichen. Dies birgt jedoch Risiken in sich, denn die Bonität der Auftraggeber muss stimmen. Wenn nur ein oder zwei Zwischenfälle mit zahlungsunfähigen Firmen oder Personen auftreten, kann dies die eigene Existenz kosten, denn eigene Aufträge muss man bezahlen und sieht dafür nichts von dem jeweiligen Auftraggeber. Eine solche Vorgehensweise ist nur bei finanzkräftigen Auftraggebern zu empfehlen, die man evtl. selbst noch kennt.

Gründungsvoraussetzungen

Es gibt eigentlich keine besonderen Voraussetzungen für die Gründung eines solchen Büros. Natürlich sollte der Initiator möglichst die persönlichen Voraussetzungen mitbringen, aber Vorschriften bezüglich des Berufes oder der Ausbildung etc. sind nicht vorhanden. Sie können also unabhängig von Ihrem derzeitigen Bildungsstand ein Organisationsbüro gründen.

Nützlich sind folgende Eigenschaften: Pünktlichkeit, Verlässlichkeit, Organisationstalent, Offenheit.

Sie müssen mit Menschen arbeiten und umgehen können. Gleichzeitig sollten Sie Ihre Kunden vom eigenen Tun überzeugen. Zusätzliche Erfahrung in der persönlichen - sowie telefonischen Gesprächsführung sind sehr nützlich. Bezüglich der beruflichen Erfordernisse sind kaufmännische Kenntnisse empfehlenswert. Kalkulationen sollten keine böhmische Dörfer für Sie sein.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen

Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Zusätzlich benötigt man eine gehörige Portion Durchhaltevermögen, denn bei fast jedem Selbstständigen kommen zuerst schwierige Zeiten. "Aller Anfang ist schwer". Dieses Sprichwort sollte der Gründer durchaus ernst nehmen und sich über die Anforderungen bewusst sein. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen. Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Räumliche Voraussetzungen

Die besten Chancen haben Sie in bevölkerungsreichen Gebieten. Warum? Nun, es finden einfach mehr Feste, Ereignisse, Events etc. statt und man hat mehr Chancen, sich mit seinem Service einzubringen. Ein Dorf mit 500 Einwohnern genügt mit Sicherheit nicht. Das Einzugsgebiet sollte schon größer sein, um eine Basis für regelmäßige Umsätze zu bieten.

Selbst agiert man von der eigenen Wohnung aus, denn spezielle Büros etc. sind nicht notwendig. Sorgen Sie für einen störungsfreien Raum in Ihrer Unterkunft und stellen Sie einen Schreibtisch mit passendem Sitz hinein. Mit dem Telefon und einer kleinen EDV Anlage sind dann sofort einsatzfähig.

Zeitliche Voraussetzungen

Sie sollten sich mit dem Gedanken anfreunden, dass auch rund um die Uhr gearbeitet wird. Manchmal stehen Sie bei größeren Events unter Stress, sind mit der Koordination mehrere Tage beschäftigt und müssen vor Ort noch anwesend sein, damit alles seinen gewohnten Gang geht. Dann ist man abends bis tief in die Nacht hinein tätig. Bei kleineren Aufgaben ist dies natürlich nicht so. Es gibt eigentlich keinen geregelten Arbeitsablauf. Wenn Aufträge anstehen, muss man „ranklotzen“. In ruhigeren Zeiten kann es auch schon einmal vorkommen, dass man gemütlich im „Büro“ sitzt und nichts zu tun hat. Dann bietet es sich an, Beziehungen zu Geschäftspartnern zu pflegen.

Alternative

Da man ohnehin mit externen Dienstleistern zu tun hat, können zusätzliche Aufgaben für diese Unternehmen und Personen anfallen. Eine Möglichkeit ist, z.B. das Management von Musikern, Bands und Alleinunterhaltern zu übernehmen. Man koordiniert dann deren Einsätze, sorgt für neue Termine, Auftritte und erweitert das Einsatzgebiet gegen prozentuale Beteiligung an den Einnahmen, wird sozusagen als Künstleragent tätig.

Den gleichen Job kann man für Moderatoren, Entertainer und Redner übernehmen. Das führt zu guten Ergänzungen in den jeweiligen Aufgabenbereichen, denn man kann mehrmals an Leistungen teilhaben.

Beispiel: Mit einem Künstler ist man vertraglich verbunden und vermittelt ihn an eine Veranstaltung, die vom eigenen Organisationsbüro im Auftrag durchgeführt wird. Das Büro erhält Provision für die Vermittlung und als Künstleragent sind Sie zusätzlich

noch an den verbleibenden Einnahmen beteiligt. Man schlägt also zwei Fliegen mit einer Klappe. Es können zwar Interessenkonflikte aufkommen, aber das ist in der Branche sowieso üblich. Mit wenig mehr Arbeit wird das finanzielle Ergebnis kräftig gesteigert. Das kann man immer brauchen!

Ähnliche Regelungen sind mit Catering Unternehmen, Partyservice, Ton- und Lichtfirmen möglich.

Wie starte ich?

In Grunde handelt es sich um ein Agentur-Konzept, d.h. man betreibt selbst sein Geschäft von einem festen Standort aus. Der Vorteil von solchen Modellen ist der unkomplizierte Start und geringe Kapitalbedarf. Man muss nicht große Summen in Maschinen oder Betriebsmittel investieren, um Einnahmen erzielen zu können. Die Arbeit gelingt fast ohne Hilfsmittel und letztendlich verdient man Geld durch eine spezielle Dienstleistung, die von der eigenen Person erbracht wird. Der Gründer kann also praktisch ohne großen Einsatz von Kapital sofort einsteigen.

Man braucht die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung und Koordination der Tätigkeit. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium-PC erledigen. Gebrauchte Geräte gibt es wie Sand am Meer. Sie müssen nur einmal Anzeigenmagazine nach Angeboten durchforsten. Auch in Ihrer Umgebung dürften Sie schnell entsprechende Angebote finden. Rufen Sie Verkäufer an und drücken Sie den Preis kräftig, denn oft sind Sie der einzige Interessent.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma Brand X in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Zusätzlich brauchen Sie ein Modem bzw. eine ISDN-Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares E-Mail-Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office enthalten (Download oder CD ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten. Das Programm reicht für alle vorstellbaren Aufgaben im Office-Bereich von kleinen Firmen völlig aus. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet-Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.).

Wenn die Technik im Büro steht, kümmert man sich zuerst um geeignete Verbindungen zu anderen Dienstleistern, die man noch brauchen wird und klärt Konditionen ab. Anschließend muss man sich um die Werbung kümmern, so dass potentielle Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Starkapital

Für die Gründung eines Organisationsbüros brauchen Sie etwa 2500 Euro Startkapital.

Der Markt

Organisationsbüros gibt es noch nicht wie Sand am Meer. Gründer können sich also noch in vielen Regionen etablieren, ohne dass man auf ernsthafte Einschränkungen bezüglich der Konkurrenz trifft. Entscheidend ist auch die eigene Vielseitigkeit. Variable Dienstleistungen führen meistens zu mehr Auftragsmöglichkeiten. Der Markt an sich ist weit offen für solche Dienstleistungen. Clevere Gründer verstehen auch, den Bedarf zu wecken, indem zum Beispiel Vorteile klar dargestellt werden. Diese Vorteile liegen auf dem Tisch:

In der heutigen Zeit haben erfolgreiche Menschen kaum noch Zeit, sich um private Belange zu kümmern. Wenn man einem arbeitsreichen Tag nach Hause kommt, reicht es gerade noch zur Couch, wo man dann meistens erst einmal erschöpft einschläft. Da bleibt dann selten die Zeit und auch die Lust, sich um die Organisation von Festen etc. noch zu kümmern. Stattdessen übergibt man diese Aufgabe an den Profi, der es sowieso besser erledigt, wie man selbst dies je könnte.

Als Zielgruppe eignet sich die Gruppe der sogenannten „Dinks“ (double Income no Kids) hervorragend. Diese Leute haben genügend Geld für den Spaß zur Verfügung und sind auch für außergewöhnliche Vorschläge recht offen.

Eine weitere Zielgruppe sind Unternehmen aus der nächsten Umgebung, die öfters Veranstaltungen oder ähnliche Ereignisse im Betrieb haben. Solche Kunden kommen aufgrund des laufenden Geschäfts kaum dazu, die Organisation selbst zu übernehmen und beauftragen dann eben das neue Organisationsbüro.

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Inserate in der örtlichen Presse gehören zu den guten Werbeformen, die immer wieder Kunden anziehen. Bei Inseraten haben Sie zudem den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Leider kosten Anzeigen auch viel Geld. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können.
- Eine weitere Möglichkeit sind gute Berichte in der Presse über gelungene Ereignisse, die vom neuen Büro organisiert worden sind. Schreiben Sie auch zur Eröffnung Ihres Büros einen PR-Text, den Sie den Redaktionen zur Verfügung stellen. Meistens sorgt solch ein Beitrag für diverse Veröffentlichungen und entsprechende Reaktionen der Interessenten. Zudem kostet die Aktion nichts, bringt aber viel Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit.
- Natürlich eignen sich auch gezielte Anschreiben (Mailings). Diese Methode eignet sich vor allem für die Werbung bei Firmen in der Umgebung. Der erste Kontakt wird mit einem Werbebrief hergestellt. Solche Briefe richten Sie möglichst an Entscheidungsträger im jeweiligen Unternehmen. Benötigt werden also die Adressen von Unternehmen in der näheren Umgebung plus die Namen der betreffenden Personen. Ein Anruf bei der Zentrale führt in der Regel weiter, d.h. die Telefonistin bzw. Mitarbeiterin im Büro nennt Ihnen gewöhnlich Ihren Ansprechpartner. Vorteil: Mit einem persönlichen Anschreiben sind Sie sicher, dass sich relevante Personen mit dem Angebot beschäftigen. Es landet auf dem Schreibtisch der Zielperson und wird zumindest kurz überflogen.
- An der eigenen Homepage im Internet führt kein Weg vorbei. Man erreicht viele Besucher der Seite und informiert gleichzeitig über die eigenen Möglichkeiten, Chancen etc.. mit geeigneten Web Editoren (z.B. MS Frontpage, Net Objects Fusion etc.) können Sie ohne HTML-Kenntnisse munter loslegen und eigene Webseiten per Drag and Drop gestalten.

Verdienstmöglichkeiten

Pro organisiertem Ereignis gleich welcher Art sollten Sie mindestens 500 Euro verdienen. Durch mehrere zusätzliche Provisionen und Beteiligungen erhöht sich dieser Betrag gewöhnlich erheblich. Selbstverständlich hängt der Verdienst immer von der Anzahl der Aufträge ab.

Generelle Verdienstmöglichkeiten lassen sich nur schwer prognostizieren, da individuelle Chancen in diesem Bereich sehr unterschiedlich sind und der Auftritt im Markt sowie die Erfahrung des Betreibers eine große Rolle spielen. Achten Sie immer auf gute Beziehungen zur den örtlichen Firmen, um möglichst einen Stamm an Aufträgen sicher zu haben.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Das Organisationsbüro lässt sich gut nebenberuflich starten. Gründer können in der verbleibenden Freizeit agieren und damit erste Erfahrungen sammeln, ohne dass die Existenz gefährdet wird. Sie haben immer noch einen Rückhalt durch Ihren Beruf. Gleichzeitig baut man sich aber das Büro auf, stellt Kundenkontakte her, organisiert erste Veranstaltungen und erhält dadurch Einnahmen, mit denen man weiterarbeiten kann. Ein langsamer, aber stetiger Aufbau ist jederzeit möglich, ohne dass ein Erfolgsdruck entsteht.

Wenn dann absehbar ist, dass sich eine hauptberufliche Existenz trägt, kann man mit gutem Gewissen wechseln.

Chancen und Risiken

Wie Sie vielleicht schon oben erkannt haben, beschränkt sich das Risiko der Tätigkeit weitgehend auf eingebrachtes Kapital, d.h. in diesem Fall haben Sie rund ein Startkapital von 2.500 Euro aufzubringen. Mit Teilen der Investition (z.B. dem Computer, Drucker, Zubehör) lässt sich ja sowieso noch etwas anfangen. In vielen Fällen sind diese Güter ohnehin vorhanden, Sie müssen nur noch einen Teil des Startkapitals wirklich selbst aufbringen. Falls alles schief gehen sollte, sind lediglich die Ausgaben für den Start, die Werbung etc. verloren. Das gehört zum allgemeinen Risiko im Geschäftsleben.

Wenn Sie selbstständig aktiv werden, nehmen Sie bewusst Risiken in Kauf. Auch als Angestellter müssen Sie übrigens Risiken tragen. Ihre Firma kann pleite gehen oder Sie werden wegen eines Missverständnisses entlassen etc.

Mit Ihrem Organisationsbüro müssen Sie lediglich darauf achten, dass keine unkalkulierbaren Risiken eingegangen werden. Wenn man immer auf dem Boden der Tatsachen bleibt, kann praktisch nichts passieren. Gleichzeitig steht Ihnen jedoch die Welt offen und Sie können sich geschäftlich entfalten, neue Kontakte knüpfen und engagiert Ihr Business voran treiben. Ihr mögliches Einkommen ist praktisch nicht limitiert. Durch gute Arbeit werden Ihre Dienste weiterempfohlen und man kann sich schnell eine eigene Existenz aufbauen, wenn die Auftraggeber mit den erbrachten Leistungen zufrieden sind. Den potenziellen Risiken stehen also auch enorme Chancen gegenüber. Es liegt an Ihnen, diese Chancen zu nutzen.

Selbstständig mit einer Urlaubszeitung

Fahren Sie gerne in den Urlaub? Welche Frage, nicht wahr? Die Deutschen sind ein Volk von Urlaubspendlern. Keine andere Nation liegt so viel Wert auf die Ferien. Selbst wenn sonst nichts mehr geht, aber den jährlichen Urlaub gibt man nicht auf. Viele Leute nehmen sogar für die schönsten Tage im Jahr extra einen Kredit auf, der dann nachher mühsam abgestottert wird.

Urlaub ist also in fast allen Familien ein beliebtes Thema. Immer wenn Leute zusammenkommen, erzählt man sich von den neuesten Erlebnissen aus den Ferien. Da kommen dann positive – und auch negative Statements zum Vorschein, die anderen Interessenten ebenso weiterhelfen könnten. Darum ist die Idee, eine neue Urlaubszeitung herauszubringen auch nicht schlecht, denn viele Bürger unseres Landes fahren regelmäßig in den Urlaub und sind an neutralen Informationen über Orte, Hotels, Pensionen, Landschaften, Service, Sauberkeit der Destinationen etc. interessiert.

Kann man sich jedoch tatsächlich gegen die vielen anderen Magazine, Erlebniszeitschriften etc. durchsetzen? Diese Frage ist nicht leicht zu beantworten, doch die neue „reine“ Urlaubszeitschrift setzt auch auf ein anderes Konzept zu dem wir später noch kommen.

Eines dürfte klar sein: Der Bedarf ist vorhanden, denn wirklich unabhängige Infos zu vielen Themen im Bereich Urlaub, Reisen etc. sind selten zu erhalten. Man beschäftigt sich zudem mit angenehmen Sachverhalten, die den Kunden gefallen. Die Leute freuen sich auf alles, was mit diesem Thema zu tun hat und stehen deshalb einer solchen Zeitung offen gegenüber. Es werden keine speziellen Beiträge mit hohen Anforderungen erwartet. Die Mehrheit möchte einfach lesen, wie es in bestimmten Gebieten zugeht und wie die Lage ist.

Gründungsvoraussetzungen

Formale Voraussetzungen sind eigentlich kaum vorhanden. Natürlich muss der Gründer geschäftsfähig sein etc.. Sie müssen aber keine spezielle Ausbildung vorweisen können oder Kurse, Bescheinigungen, Urkunden usw. vorweisen, um sich mit einem Verlag selbstständig zu machen. Natürlich sollten Sie aber einige persönliche Voraussetzungen mitbringen:

Dazu gehört z.B. eine schnelle Auffassungsgabe, Ehrgeiz, ausgeprägtes Durchhaltevermögen, sprachliche Fähigkeiten, sichere Rechtschreibung und die Motivation, den Kunden ein gutes Produkt zur Verfügung stellen zu wollen.

Zusätzlich sollten Sie mit der modernen EDV (vor allem mit der benötigten Software) umgehen können. Für die Erstellungen von Printmedien brauchen Sie heute Computer und entsprechende Kenntnisse. Sie werden täglich am Bildschirm sitzen, Texte verfassen, Layouts erstellen und in den Druck geben oder mit elektronischen Verfahren publizieren. Dies erfordert neben der Verwaltung des Betriebs höchste Konzentration und zielgerichtetes schnelles Arbeiten. Wenn Sie sich am Computer jederzeit wohl fühlen, die Technik nicht als „Spanisches Dorf“ empfinden, haben Sie gute Chancen, in diesem Bereich erfolgreich tätig sein zu können.

Sie müssen sich schnell und zielgerichtet im Internet bewegen, E-Mails versenden können. Deshalb sollten Sie schon ein bisschen Erfahrung im Umgang mit der EDV und modernen Programmen mitbringen. Weiterhin müssen Sprachkenntnisse (zumindest Englisch) vorliegen, den die neuesten Trends aus den Bereichen Urlaub,

Reisen, Freizeitvergnügen etc. kommen fast immer aus dem angelsächsischen Raum.

Weiterhin ist eine ausgeprägte Überzeugungskraft nötig, um den Kunden die Notwendigkeit der neuen Zeitschrift klar machen zu können. Initiatoren sollten ohne Vorbereitung mindestens eine halbe Stunde ohne Unterbrechung über Sinn und Zweck der eigenen Bemühungen referieren können, Umgangsformen bei geschäftlichen und privaten Meetings beherrschen. Zusätzliche Erfahrung in der persönlichen sowie telefonischen Gesprächsführung sind sehr nützlich, denn oft werden Kunden anrufen, evtl. reklamieren oder sich für andere Produkte interessieren, Beratung in verschiedenen Fragen benötigen etc.

Selbstverständlich müssen Sie mit der Situation eines Selbstständigen zurecht kommen. Dies bedeutet eine verstärkte Integration von Verantwortung im Leben. Man ist für die eigene Tätigkeit, das eigene Geschäft selbst verantwortlich und kann eventuell misslungene Aktionen nicht anderen in die Schuhe schieben oder sich hinter einem Vorgesetzten verstecken. Weiterhin muss man mit unregelmäßigen Einnahmen rechnen können. Es ist nicht so, dass jeden Monat immer bestimmte Summen auf das eigene Konto überwiesen werden. Zusätzlich benötigt man eine gehörige Portion Durchhaltevermögen, denn bei fast jedem Selbstständigen kommen zuerst schwierige Zeiten. "Aller Anfang ist schwer". Dieses Sprichwort sollte der Gründer durchaus ernst nehmen und sich über die Anforderungen bewusst sein. Man muss über längere Zeit kämpfen können, um sich im Markt durchzusetzen.

Wer Einnahmen erzielen möchte, muss ein gesuchtes Produkt oder eine Dienstleistung ohne Fehl und Tadel abliefern. Dies reicht jedoch nicht immer. Vielmehr sollte man sich bemühen, stets ein besseres Produkt, d.h. in diesem Fall bessere und schnellere Inhalte die Themen Urlaub, Reisen, Unterkunft, Fahrt, Preise, Leistungen usw. als die Konkurrenz anzubieten.

Ohne stetige Leistung verliert man Kunden und hat langfristig keine Chance, als Selbstständiger zu überleben. Was vielleicht als selbstverständlich angesehen wird, soll in diesem Rahmen noch einmal betont werden, denn die Realität zeigt immer wieder, dass sich viele Gründer die Selbstständigkeit nicht so hart vorgestellt hatten. Der Schritt in eigenverantwortliches Arbeiten ist vor allem mit viel Durchhaltevermögen, Leistungsbereitschaft und Verzicht auf Freizeit verbunden.

Räumliche Voraussetzungen

Hier haben Sie einen eindeutigen Vorteil gegenüber anderen Tätigkeiten: Sie können zuhause in Ihrem kleinen Büro arbeiten. Der PC plus Zubehör und Telefon, Fax findet auf einem geräumigen Schreibtisch Platz. Vor allem am Anfang muss man auf das meistens äußerst schmale Budget achten. Sie können also ohne Probleme von der heimischen Wohnung aus loslegen. In den wenigsten Fällen kommen Kunden persönlich vorbei, um sich Ihren neuen Verlag näher anzuschauen. Sie gewinnen vielmehr über andere Medien Kunden und stellen auf diese Weise Ihre Aktivitäten dar. Das Geschäft läuft fast ausschließlich über Werbung in geeigneten Printmedien, Online-Werbung und den persönlichen telefonischen Kontakt zu den Kunden oder Interessenten.

Zeitliche Voraussetzungen

Die Tätigkeit ist unabhängig von den zeitlichen Erfordernissen in Betrieben, d.h. man kann seine Arbeitszeit selbst bestimmen. Lediglich bei Terminen vor Ort sind die üblichen Bürozeiten einzuhalten. Selbstverständlich können in den Abendstunden

auch noch Gespräche mit Kunden am Telefon etc. anfallen. Achten Sie auf eine permanente Erreichbarkeit (telefonisch, per E-Mail). Ein Handy und das Notebook gehören zur Standardausrüstung.

Zu welcher Zeit Sie bestimmte Arbeiten erledigen, bleibt Ihnen überlassen. Dies erfordert ein gewisses Organisationstalent und Disziplin. Die eigene Einteilung der Tätigkeit ist nicht mit "nichts tun" gleichzusetzen. Im Gegenteil: Es fällt mehr Arbeit an, als bei Angestellten.

Da Sie jedoch für sich selbst und Ihren Erfolg arbeiten, fällt die zusätzliche Arbeit nicht so schwer.

Alternative

Die Produktion einer eigenen Zeitschrift erfordert in der Regel eine Menge Kapital: Die Zeitungen müssen in einer bestimmten Auflage erst gedruckt werden. Werbung verschlingt zusätzlich Geld und der Vertrieb ist auch kostspielig. In seltenen Fällen ist dieses Kapital vorhanden. Zumal der Markt für neue Zeitschriften sehr eng ist bzw. hauptsächlich von etablierten Verlagen beherrscht wird, sind andere Vorgehensweisen zu bevorzugen. Große Verlage können es sich leisten, ein Projekt als „Versuchsobjekt“ zu starten und damit rote Zahlen einzufahren. Ein Neuling kann dies auf keinen Fall, denn er/sie muss sobald wie möglich schwarze Zahlen erreichen, um langfristig überleben zu können.

Sie können also nicht erst einmal kostspielige Versuche starten, um den Markt zu testen, sondern müssen sofort anhand Ihres verfügbaren Budgets positive Ergebnisse erzielen. Dies funktioniert am besten mit einem Aufbau des Geschäftes Schritt für Schritt.

Sie starten also mit einer Publikation, die Sie komplett selbst herstellen oder bei günstigen externen Firmen in Auftrag geben. Der zweite Weg ist realistischer, da Sie ohnehin mit dem Erstellen und der Verwaltung genug zu tun haben werden. Auf jeden Fall müssen Sie die Kosten immer im Auge haben. Es bieten sich Abonnements an, d.h. der Kunde bezahlt die komplette Auslieferung des Produktes für eine gewisse Periode (in der Regel ein Jahr). Somit gewinnt man Planungssicherheit und kann mit dem eingenommenen Geld arbeiten.

Als erster Schritt bietet sich die Publikation eines Infobriefes an, der verhältnismäßig leicht zu erstellen – und zu produzieren ist. Solche Exemplare können Sie mit einem guten Laserdrucker sogar selbst produzieren und jeweils auf Bestellung ausliefern. Wenn diese Alternative gut funktioniert, folgt der Gang zum Drucker und eine Kooperation zugunsten beider Seiten.

Zusätzlich können Sie in elektronischer Form einen Infobrief herausgeben, der den Kunden per E-Mail zugestellt wird. Diese Form der Verbreitung hat wesentliche Vorteile:

- Es fallen fast keine Kosten für den Versand an!
- Sie können die Verbreitung von zuhause aus organisieren und brauchen keine externe Helfer, die natürlich immer in ungünstigen Zeitpunkten ausfallen.
- Sie haben den ganzen Prozess (Erstellung, Produktion, Versand) in der Hand. Wenn etwas schief geht, sind nur Sie verantwortlich und niemand sonst.

Nachteil:

- Bisher sind nur wenige Kunden bereit, für solche Formen der Publikation Geld zu bezahlen, weil so viele Newsletter per E-Mail kostenlos verschickt

werden. Diese Bereitschaft wächst jedoch kontinuierlich, dass Qualität immer bezahlt werden muss. Wer arbeitet schon umsonst?

Wie starte ich?

Der neue Verlag braucht zuerst die obligatorische EDV-Anlage (PC, Monitor, Drucker, Modem) für die Verwaltung der Tätigkeit und die Produktion von Inhalten, die sich verkaufen lassen. Oft ist beim Kauf bereits eine brauchbare Office Software enthalten. Dabei können Sie ruhig auf günstige Alternativen zurückgreifen, denn die üblichen Arbeiten lassen sich mit fast jedem Pentium PC erledigen. Sie können PCs mit günstigen AMD- (Advanced Micro Devices) oder Cyrix-Prozessor (IBM) zurückgreifen. Diese CPUs sind fast leistungsfähig wie vom großen Bruder Intel, kosten aber oft nur die Hälfte. Deshalb erhalten Sie AMD-PCs mit gleicher Leistung wesentlich günstiger als Intel-PCs.

PCs plus Monitor und Drucker zu günstigen Konditionen erhalten Sie z.B. von der Firma BrandX in Düsseldorf. Einen neuen PC können Sie schon für etwa 350 Euro erstehen.

Da Sie viel im Internet zu tun haben werden, sollten Sie sich einen schnelleren Rechner leisten. Tests in einem führenden Fachmagazin haben bestätigt, dass schnelle Prozessoren komplexe Internetseiten wesentlich rascher aufbauen können. Für etwa 500-600 Euro bekommen Sie wirklich schnelle Modelle, die selbst mit großen Datenbeständen spielend fertig werden.

Weiterhin brauchen Sie ein Modem bzw. eine ISDN-Karte für Internet-Verbindungen. Ein brauchbares E-Mail Programm ist im Gratis Office Paket von Star Office enthalten (Download oder CD ROM (verfügbar bei diversen PC Magazinen). Mit dieser Software können Sie unter dem Betriebssystem Windows oder Linux arbeiten. Kontakt:

www.sun.com

Zusätzlich brauchen Sie ein Programm für die Buchhaltung (z.B. von Lexware oder KHK). Selbstverständlich sollten noch Telefon / Fax und ein vernünftiger Schreibtisch mit Stuhl vorhanden sein. Ich gehe davon aus, das letztgenannte Möbel eigentlich in jeder Behausung stehen. Mit den oben genannten Utensilien können Sie dann munter loslegen. Als erstes sollten Sie sich mit dem Rechner, der Software und dem Internet Anschluss vertraut machen (Installationen erledigen, Handbücher lesen etc.). Dann folgt das Herstellen von Verbindungen zu verschiedenen Newsgroups im Internet, um möglichst viele freiwillige Mitarbeiter für Ihre Publikation zu erhalten. Anschließend muss man sich um die Werbung kümmern, so dass potentielle Interessenten auf das eigene Angebot aufmerksam werden. Geeignete Werbemaßnahmen werden unten noch näher beschrieben.

Wie komme ich an brauchbare Inhalte?

Genau dieser Faktor ist wesentlich für den Erfolg einer neuen Zeitschrift bzw. eines neuen Infobriefes. Ihre Kunden legen größten Wert auf eine neutrale Information. Machen Sie also nicht Fehler, Anzeigen von Reiseunternehmen etc. zu platzieren, denn in diesem Fall kommt sofort der Verdacht auf, dass der Inhalt zur Freude der werbenden Wirtschaft „schön“ gefärbt wird. Ihre Publikation muss total frei von Inseraten solcher Firmen sein. Nehmens Sie höchstens private Anzeigen der Kunden auf (Gesuche, Verkäufe, Tausch etc.).

Oben haben wir auf die Newsgroups im Internet hingewiesen. Stellen Sie Ihr Projekt dort vor und laden Sie interessierte Personen zur Mitarbeit ein. Dabei handelt es sich

um einen Erfahrungsaustausch zugunsten aller Interessenten und Kunden. Jeder war im Urlaub, kann über Land und Leute, die Unterkunft, den Strand, die Landschaft, Sehenswürdigkeiten berichten. Alle haben also etwas davon. Sollte jemand schlechte Erfahrungen gemacht haben, wird dies natürlich auch veröffentlicht. Achten Sie dabei auf den Inhalt und die Formulierungen Ihrer Leser. Beleidigungen etc. dürfen Sie unter keinen Umständen publizieren. Es geht hier nur um die Sache! Auch müssen Beiträge von Kunden als solche gekennzeichnet werden.

Die Kunden gestalten die Publikation also zum großen Teil mit Ihren Erfahrungen, Beiträgen, Berichten über Reisen, Urlaubsorte, Hotels, Aktivitäten etc.. Durch diese Form der „Ehrlichkeit“ gewinnen Sie immer wieder neue Kunden, die an einer wahrheitsgemäßen Berichterstattung interessiert sind. Urlaubskataloge hat jeder zuhause. Deren Inhalt stimmt jedoch gewöhnlich nicht immer mit der Realität überein.

Wenn man nun berücksichtigt, wie viel den deutschen Bürgern der Urlaub wert ist, kann man zu den Erfolgsaussichten der Publikation nur positive Worte finden. Niemand möchte sich einen total verunglückten Urlaub vorstellen, obwohl dies öfters passiert, als wir uns es vielleicht vorstellen können. Sozusagen als „Prävention“ dient die neue Zeitschrift bzw. der Infobrief über wirkliche Urlaubsfreuden. Sie haben damit auch immer brauchbare Werbeargumente in der Hand:

- Wahrheit
- Realistische Berichterstattung
- Erlebnisse von Kunden aus erster Hand
- Beurteilung und Bewertung vieler Urlaubsdestinationen direkt von Kunden
- Verbesserungsvorschläge von Kunden
- Reklamationen und deren Bearbeitung
- Freundlichkeit und Umgangsformen der Mitarbeiter werden begutachtet etc.

Kunden

Wir haben oben schon über die vielen interessierten Bürger berichtet, die sich eine solche Zeitschrift zulegen würden. Ohne Zweifel gibt es aber noch eine Gruppe, auf die man zuerst gar nicht kommt: Reisebüros, Reiseveranstalter, Vermittler, Fluglinien, Chartergesellschaften etc.. Solche Unternehmen sind immer an Berichten aus erster Hand interessiert. Die Firmen möchten wissen, wie der Kunde über Angebote urteilt, ob der Service ankommt oder Fehler beseitigt werden müssen etc.. Der neue Verlag kann also damit rechnen, von Unternehmern aus der Branche einige Bestellungen zu erhalten.

Selbstverständlich müssen für die üblichen (privaten) Kunden noch Anreize geschaffen werden, sich zu engagieren und Berichte einzusenden. Hier sind zum Beispiel bestimmte Preise, Sachleistungen bzw. die Teilnahme an Preisausschreiben zu empfehlen.

Wichtig

Falls Sie Bücher, Zeitschriften herausbringen möchten, sollten Sie sich immer um eine ISBN-Nummer (ISSN-Nummer für Zeitschriften) für jede Veröffentlichung kümmern. Anhand dieser Nummer können Buchhändler nämlich Bestellungen bei ihrem Verlag tätigen. Die ISBN- bzw. ISSN-Nummern vergibt die Buchhändlervereinigung. Weiterhin sollten die Bücher im Verzeichnis lieferbarer

Bücher beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels aufgenommen werden. Aufgrund der Einträge bei dieser Organisation ordern zum Teil auch Buchhandlungen Werke. Zusätzlich sollten Sie Ihre Bücher bei der Verwertungsgemeinschaft Wort anmelden und diversen Bibliotheken zur Verfügung stellen. Dann erhalten Sie nämlich regelmäßige Ausschüttungen von der VG Wort, weil die Bücher ausgeliehen werden. Kontakt:

Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V.

Am Hirschgraben 17-21
60311 Frankfurt
Tel. 069-13060

Buchhändler Vereinigung GmbH, ISBN Agentur

Großer Hirschgraben 17-21
60311 Frankfurt
Tel. 069-1306387

Verwertungsgemeinschaft Wort (VG Wort)

Goethestr. 49
80336 München

Starkapital

Beim Start des neuen Verlages (kleine Variante) brauchen Sie ca. 2.500 bis 5.000 Euro Startkapital. Verzichten Sie am Anfang auf eigene Büros o.ä.. Zuerst sollten entsprechende Abo-Aufträge vorliegen. Agieren Sie statt dessen von den gewohnten Räumlichkeiten aus.

Preise

Fassen wir also noch einmal zusammen:

EDV Anlage (mit Monitor, Drucker neu): ca. Euro 800

EDV Anlage (gebraucht): ca. Euro 350

Notebook: ca. Euro 1700

Modem / ISDN-Karte: ca. Euro 60

Gründungskosten (Formalitäten): ca. Euro 100

Software (Datenbank gratis von Sun): ca. Euro 120 - 220 für Buchhaltungsprogramm

Werbung am Start: ca. 800 – 3.500 Euro je nach Maßnahmen

Der Markt

Der Markt für Zeitschriften ist gut besetzt. Im Grunde teilen sich diesen Markt wenige große Verlagshäuser, gegen die Sie natürlich nie konkurrieren können. Deren Marktmacht ist einfach zu groß. Ihr Vorteil ist das Konzept des Projekts und die gnadenlose „Ehrlichkeit“ des Inhaltes, der unbeeinflusst von anderen Interessen präsentiert wird. Solche Modelle gibt es in diesem Bereich kaum, da auflagenstarke Zeitschriften fast immer von den Inserenten abhängig sind, die einen großen Teil der Kosten übernehmen. Wenn diese Anzeigenkunden ausfallen oder mit dem Entzug von Aufträgen drohen, knickt die Redaktion auf Anweisung der Verlagses ein und berichtet plötzlich freundlich über gewisse Firmen oder Sachverhalte.

Sie können in Ihrer Nische frei von Interessen Dritter wahrheitsgemäß berichten und damit bei vielen Kunden Vertrauen gewinnen. Deshalb sind die Chancen für eine

erfolgreiche Tätigkeit auch gut, denn niemand möchte eine fünfte Kopie eines mit Werbung überladenen Magazins haben. Gefragt ist vielmehr ehrliche Information über Fakten.

Werbung

Welche Werbeformen sind möglich?

- Anzeigen in geeigneten Magazinen gehören zu den traditionellen Werbeformen. Bei Inseraten haben Sie den Vorteil, dass man viele Leser mit relativ wenig Aufwand erreichen kann. Allerdings sind solche Anzeigen nicht die günstigste Methode. Achten Sie deshalb auf möglichst kurze Texte und wenige Zeilen, damit sich die Kosten in Grenzen halten, um mehrmals inserieren zu können. Schalten Sie in Urlaubszeiten keine Inserate! Niemand wird diese zur Kenntnis nehmen, weil fast alle Entscheidungsträger zu dieser Zeit im Ausland verweilen. Anzeigen müssen durch eine einprägsame Schlagzeile wirken.
- Besorgen Sie sich so viele Magazine über das Thema Reisen, Urlaub, Ferien, Ferienwohnungen, Hotels etc. wie möglich. Dann erkunden Sie im Impressum, wer für welches Ressort zuständig ist. Diesen Personen senden Sie einen kleinen Text über Ihre Firma und deren Ziele, Nutzen für Kunden etc.. Am Anfang Ihrer Tätigkeit müssen Sie für Presse und Fachmagazine einen sogenannten Public Relation Beitrag verfassen. Dieser Text sollte kurz Ihre Tätigkeiten, Ziele beschreiben und die Vorteile für Kunden aufzeigen. Legen Sie auch ein gutes Foto von Ihnen bei. Viele Redakteure sind dankbar, wenn derartige Texte komplett übernommen werden können. Interessante Berichte über neue Verlage und Produkte, die nicht in direkter Konkurrenz zu der eigenen Tätigkeit stehen, füllen die Publikationen und ziehen auch weitere Anzeigenkunden an. Solche Beiträge sind für den Gründer kostenlose Werbung und können gleich zu Anfang Interesse bei zukünftigen Kunden wecken. Natürlich werden nicht alle angeschriebenen Magazine den Text veröffentlichen, aber Sie sollten es trotzdem bei allen probieren. Versuchen Sie auch in dem Text Kontaktmöglichkeiten (z.B. Telefonnummer, Internetadresse) unterzubringen. Wenn der Artikel dann erscheint, müssen Sie natürlich erreichbar sein, denn es werden sich wahrscheinlich einige Interessenten melden und nähere Auskünfte verlangen. Gleichzeitig sollten Sie Belegexemplare bzw. Nachdrucke in ausreichender Anzahl anfordern, die Sie dann wieder in Ihre Werbung einbauen können.
- Natürlich sind auch gezielte Anschreiben (Mailings) empfehlenswert. Diese Methode eignet sich vor allem für die Werbung bei Unternehmen der geeigneten Branchen (Reisebüros, Vermittler, Reiseveranstalter, Busunternehmen etc.). Entwerfen Sie also ein nettes Werbeschreiben, dass an die Firmen verschickt wird. Betonen Sie auch die Vorteile Ihrer neuen Zeitschrift und die Mitarbeit der Kunden.
- Das Internet ist eine zusätzliche Säule für Ihre Werbung. Mit einer kleinen Homepage können Sie weitere Kunden gewinnen und auf Ihr neues Produkt aufmerksam machen. Anziehungspunkte sind hier z.B. Gewinnspiele, Gratisbeigaben, Service etc..

Verdienstmöglichkeiten

Ihr Verdienst hängt direkt von der erzielten Auflage und den Kosten des Projektes ab. Versuchen Sie langfristig eine Rendite von 20% zu erzielen. Am Anfang werden Sie wahrscheinlich eine Zeit lang rote Zahlen schreiben. Das ist auch völlig normal.

Nebenberufliche Möglichkeiten

Obwohl ein nebenberuflicher Einstieg wünschenswert erscheint, ist die Wahrscheinlichkeit, dass dies auch klappt nicht sehr hoch, denn das Projekt erfordert Zeit und den vollen Einsatz der Initiatoren. Wenn Sie also einsteigen möchten, sollten Sie gleich in die Vollen gehen, sonst brauchen Sie gar nicht erst zu beginnen. Unterschätzen Sie den Aufwand der regelmäßigen Erstellung von guten Inhalten nicht. Diese Arbeit wird Sie von Anfang an fordern!

Erweiterung

Wie oben schon erwähnt, kann es vom Infobrief über die Zeitschrift bis zu weiteren Möglichkeiten (z.B. Infotelefon, Service per 0190 / 0900 Nummern) gehen. Es ist jedoch wichtig, einen Schritt nach dem anderen zu machen und sich nicht zu schnell voran zu bewegen. Im Bereich kostenpflichtige Servicelines (0190, 0900 „Urlaubsansage“, „Ferieninfo“, „Mallorca Partyline“ etc.) sind jedoch Dienste schnell zu etablieren, die z.B. per SMS beworben werden können. Vorteil: SMS müssen zumindest angesehen werden. Wenn das Mobiltelefon läutet, nimmt man den Anruf oder die Textnachricht auch entgegen. Selbst beim sofortigen Löschen der Nachricht, hat man doch Einzelheiten wahrgenommen.

Entsprechende Anbieter von Dienstleistungen dieser Art finden Sie in der Wirtschaftspresse.

Chancen und Risiken

Natürlich spielt sich das hauptsächliche Risiko direkt am Markt ab, d.h. es ist immer noch ein Experiment, ob die Kunden die Produkte des Verlages annehmen oder eben nicht. Wer sich redlich bemüht, wird aber langfristig Erfolg haben, wenn sein Produkt dem Kunden konkreten Nutzen bringt, was bei Informationen aus erster Hand eigentlich immer der Fall ist.

Alle selbstständige Tätigkeiten bergen Risiken in sich. Der maximale Verlust beschränkt sich auf das eingebrachte Startkapital, wenn absolut kein Geschäft zu machen ist. Dem stehen jedoch gute Chancen gegenüber:

Urlaub ist unstrittig ein wichtiges Thema, an dem nahezu alle Bürger interessiert sind. Die schönsten Tage des Jahres möchte sich niemand vermiesen lassen. Aus diesem Grund interessieren sich viele Menschen für Informationen über bevorzugte Destinationen (auch im eigenen Land!) etc.. Gründer müssen lediglich den maximalen Preis herausfinden, zu dem solchen Leuten eine Publikation dieser Art verkauft werden kann. Naturgemäß liegt dieser Preis bei einem Massenprodukt nicht sehr hoch.

In der Regel kann dies aber wieder durch hohe Auflagen ausgeglichen werden. Eine vernünftige Planung ist hier das A und O!