

Konkret. Denn Blabla bringt überhaupt nichts (RR 06.06.04)

Rotenburger Rundschau vom 06.06.04

Konkret. Denn Blabla bringt überhaupt nichts

Bernhard Flucke baute mehrere Betriebe auf. Inzwischen hat der 64-jährige Ingenieur aus Sittensen den letzten an seine Söhne übertragen. Jetzt gibt er seine Erfahrung an Existenzgründer weiter. Ehrenamtlich, als einer von 18 Unternehmern und Ex-Managern im Wirtschaftssenioren-Netzwerk des Landkreises. Damit junge Menschen möglichst viele Fehler vermeiden.

Rundschau: Herr Flucke, was ist das Wichtigste für jemanden, der ein Unternehmen gründen will?

Bernhard Flucke: Eine klare Vorstellung von dem, was er anbieten möchte. Das ist viel entscheidender, als die Frage der Finanzierung. Denn die staatliche Unterstützung für Existenzgründer ist ausreichend. Denken Sie an Überbrückungs- und Übergangsgeld. Insgesamt wird man etwa ein Jahr lang unterstützt. Das reicht beim richtigen Konzept. Wer ständig am Tropf hängt, ist kein Unternehmer.

Die Finanzierung ist kein Problem? Häufig wird doch beklagt, dass Unternehmen deshalb scheitern, weil Banken das Risiko scheuen.

Da ist auch etwas dran. Zwischen Sagen und Tun der Geldinstitute klafft eine große Lücke. In Wirklichkeit haben

sie kaum Interesse an Existenzgründern und Jungunternehmern.

Ein Beispiel, bitte.

Jemand führt eine Firma. Dazu hat er viel Werkzeug angeschafft und eine Halle gemietet. Plötzlich steht eine bessere zum Verkauf. Noch dazu an einem Standort, der mehr Entwicklungsmöglichkeiten bietet. Unser Mann ist bereit, den von der Bank selbst geschätzten Preis zu bezahlen. Die monatliche Belastungen wären nicht höher gewesen als die jetzige Miete. Aber: Das Institut gewährt den Kredit nicht.

Weil der geforderte Eigenanteil nicht aufgebracht wird?

Richtig. Denn die Rücklagen des jungen Mannes sind ja für die Anschaffung des Maschinenparks draufgegangen. Und der Bank reicht als Sicherheit leider die Immobilie nicht, deren Wert sie doch selbst ermittelt hat. So etwas macht mich sauer.

Häufiger als an solchen Problemen scheitern junge Firmen aber am Konzept, sagen Sie.

Ja. Mein Tipp: auf ein ganz enges Feld konzentrieren. Und dort der Beste werden. Der wird man dann übrigens meistens ganz automatisch, weil man über die richtigen Geräte und Übung verfügt. Nur der Spezialist hat eine Chance. Wenn ich mich auf zehn Feldern tummle, bin ich überall namenlos. Nehmen wir einen Innenausstatter, der neu auf den Markt möchte. Nicht ganz einfach in dieser Branche. Statt sich wie die meisten einen teuren Laden mit Schaufenster in der Stadt zu mieten, habe ich empfohlen, von zuhause aus zu arbeiten. Meinetwegen können die Gardinen in einem Container im Garten gelagert und zugeschnitten werden. Das senkt schon mal die Kosten.

Ist aber noch kein Konzept.

Nein. Dafür muss man konsequent von der Kundenseite her denken: Welche Probleme haben die Leute? Um im Beispiel zu bleiben: In vielen Arztpraxen, Rechtsanwaltskanzleien oder Bürotrakten in Firmen ist der Teppich abgetreten. Das macht einen schlechten Eindruck. Also soll er raus. Aber wann? Tagsüber werden die Räume ja gebraucht.

Nachts?

Ja. Oder am Wochenende. Wer so etwas anbietet, wird sicherlich im Umkreis von 30 Kilometern genug Kunden finden. Außerdem wird Nacharbeit auch besser bezahlt. Und man kann das Ganze ja später so steuern, dass man nicht jeden Abend unterwegs ist. Erst mal aber muss man sich etablieren.

Stichwort Ich-AG: Die hohe Arbeitslosigkeit drängt viele Menschen in die Selbstständigkeit. Auch solche, die dazu nicht geeignet sind. Teilen Sie diese Einschätzung?

Da ist sicher was dran. Wer sich von uns beraten lässt, wird ehrlich beraten. Und konkret. Blabla bringt nichts. Wenn ich jemandes Konzept für wenig aussichtsreich halte und es sich nicht gemeinsam verbessern lässt, dann sage ich: Lass die Finger davon! Ob er den Rat annimmt, ist seine Sache.

Angenommen, eine Firmenidee ist gut. Welche Gefahren lauern dann?

Am wichtigsten ist es, die Kennzahlen seines Unternehmens ständig im Blick zu haben. Das wird leider häufig vernachlässigt. Dabei braucht es nicht mal viel Zeit.

Was sind Kennzahlen?

Zum einen natürlich die Konto- und Darlehensstände. Und dann müssen die Forderungen an Kunden die Verbindlichkeiten bei Lieferanten übersteigen. Sonst läuft etwas schief. Ich rate dazu, diese paar Daten Woche für Woche aufzuschreiben. Dann kann man Entwicklungen abschätzen und notfalls rechtzeitig gegensteuern.

Durch Abändern des Konzepts?

Häufig muss man sich nur wieder auf den ursprünglichen Plan konzentrieren. Manche Jungunternehmer verzetteln sich in Randgeschäfte, die nur wenig einbringen. Ein Unternehmer inuss mit seiner Zeit haushalten.

Wo wird Zeit verspielt?

Es lohnt zum Beispiel nicht, zwei Banken zu haben. Zwar könnte man die gegeneinander ausspielen, aber das bringt nur Peanuts. Und ständig zu zwei Banken zu rennen, macht keinen Sinn. Viel besser ist es, ein Vertrauensverhältnis mit einem Haus herzustellen. Gegenseitig. Und wie soll das funktionieren, wenn die Bank nicht weiß, wie viel Schulden ich noch anderswo habe? Beispiel zwei: Ein Kunde zieht zu viel Skonto ab. Soll ich da hinterher rennen? Das lohnt höchstens bei Dauerkunden. Und vielleicht ist es einfacher, beim nächsten Mal einfach den Preis um ein Prozent zu erhöhen. Der Effekt ist der gleiche. Der Aufwand nicht.

Wann lohnt erhöhter Aufwand?

Wenn er dem Kunden dient. Neulich habe ich mit einem Parkettleger gesprochen. Der hatte einen Flur fertiggestellt. Ich habe ihn gefragt: Und wie geht's nun weiter mit dieser Baustelle? Antwort: Ich werde ein Rechnung schicken.

Falsch?

Es geht besser: Er kann auch einen kleinen Blumenstrauß nehmen und die Rechnung persönlich vorbeibringen. Bei der Gelegenheit könnte er fragen, ob alle Arbeiten zur Zufriedenheit ausgeführt wurden. Und ganz nebenbei darum bitten, dass die Rechnung schnell beglichen wird, da man als Anfänger darauf angewiesen ist, Das ist keine Schande. Außerdem: Die Blumen sind bestimmt Thema beim nächsten Kaffeeklatsch und eine prima Werbung.

Ist die Zahlungsmoral ein Problem?

Bei Privatkunden weniger. Bei Firmen schon häufiger. Ich rate dann, nicht zu zimperlich zu sein. Sofort mahnen. Außerdem sollte möglichst der telefonische Kontakt gesucht werden. Dabei kann man den säumigen Kunden auf einen Termin festnageln: Übermorgen wird überwiesen. Und wenn er das versprochen hat und nicht macht, hat er gelogen und bekommt beim nächsten Nachfragen einen roten Kopf.

Und den hat niemand gern.

Ehrlich währt schließlich am längsten. Das sollen meine "Klienten" auch gegenüber ihren Kunden beherzigen. Lieber eine Schwierigkeit offen ansprechen, als sich in Ausreden verzetteln. Das zahlt sich aus.

Welchen Anteil nimmt Büroarbeit ein?

Viele Anfänger vernachlässigen das. Und in der Folge verlieren sie den Überblick. Dann geht es schnell drunter und drüber. Gerade jetzt habe ich einem Handwerker geraten, eine Halbtagskraft dafür einzustellen.

Die kostet Geld.

Davor hatte der Mann auch Angst. Aber er hat Arbeit satt und kann sich nun wieder darauf konzentrieren. Da liegt seine Stärke. Und der Lohn für die Büroangestellte ist ja erst nach vier Wochen fällig. Es gibt also einen Vorlauf, in dem das Geld verdient werden kann. Im Idealfall geht es mit Umsatz und Mitarbeitern so Schritt für Schritt nach oben.

Roland Meyer

