

DIE GRÜNDER-ELITE MAGAZIN

founders

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 64

MARTIN LIMBECK

Baut eure Unternehmen **klug** auf!

Birkenstock

Vom Lehrerzimmer zur **Oscar-**Verleihung

Ernst Cramer über seinen erprobten Weg zum Erfolg

»Lass dich von nichts und niemandem

BEIRREN!«

ANNA-LENA GRIMM

Warum es lohnt, Mitarbeiter gemeinsam in den **Urlaub** zu schicken

CHIARA HARTMANN

Neurokommunikation:

Die Grenze der KI in der Realität



Struktur folgt Strategie: Baut eure Unternehmen klug auf!

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

Was für eine mega Idee! Lass uns das direkt eintragen und eine Firma gründen! Ich habe es im Gespür, das wird ganz groß werden!« Solch ein Gespräch kann der Beginn einer großartigen Unternehmensgeschichte sein – oder der Anfang vom Ende. Warum du dir beim Aufbau eines neuen Unternehmens

ein paar mehr Gedanken machen solltest, warum eine zündende Idee allein nicht reicht und sich die Struktur deiner Company nach der Strategie richten sollte, beleuchtet dieser Artikel.

Einfach mal machen!

Zugegeben: Auch ich bin an das Thema Gründung jugendlich-leichtsinnig rangegangen. Als ich mich mit Mitte zwanzig

selbstständig gemacht und mein erstes Unternehmen gegründet habe, habe ich auch einfach losgelegt. Schnell zum Gewerbeamt und dann Vollgas! Rückblickend eine über 30-jährige Erfolgsgeschichte; ich habe die Company gerade für einen guten Preis verkauft. Doch an diesen Punkt gelangt bin ich auch nur, weil ich immer wieder nachgesteuert habe. Das Unternehmen, das ich Anfang der 90er-Jahre gegründet

habe, wäre längst vor die Wand gefahren, wenn ich einfach aus dem Bauch heraus weitergemacht hätte wie damals. Stattdessen habe ich mich immer wieder gefragt, ob das, was ich da tue, sinnvoll ist. Ob es auf den Zweck des Unternehmens einzahlt. Und ob es an der Zeit ist, das Angebot und den Auftritt zu verändern, um die Bedürfnisse der Zielgruppe zu treffen.

Das Entweder-Oder-Prinzip

Ich habe vor wenigen Wochen bereits eine neue Company gegründet. Im Gegensatz zum ersten Mal war das keine spontane Entscheidung, die ich schnell in die Tat umgesetzt habe. Sondern vielmehr das Ergebnis eines Prozesses, der sich über die letzten 2,5 Jahre hinweggezogen hat. Das bedeutet trotzdem nicht, dass alle Entscheidungen, die ich im Aufbau dieses Unternehmens getroffen habe, richtig sein werden, denn auch ich kann nicht in die Zukunft schauen. Und das ist auch in Ordnung so. Du kannst als Unternehmer niemals alle Risiken eliminieren.

Wichtig ist, dass du deine Entscheidungen durchdenkst – und sie dann auch triffst. Denn es ist keinem damit geholfen, wenn du so lange grübelst und überlegst, bis das Momentum vorbei ist. So etwas habe ich auch schon erlebt: Ein Bekannter von mir hatte eine spannende Idee, ist jedoch nicht aus dem Quark gekommen. Er hat sich schwer damit getan, in die Umsetzung zu kommen, das ganze Organisatorische abzuwickeln, einen Geldgeber zu gewinnen und so weiter. Das Ende vom Lied: Inzwischen gibt es jemand anderen, der diese Idee im Gegensatz zu meinem Bekannten auf die Straße gebracht hat und damit Geld verdient.

Ich kann euch daher nur dazu raten: Handelt nach dem Entweder-Oder-Prinzip! Entweder du machst etwas richtig – oder du machst es gar nicht. Wenn du versuchst, etwas halbherzig zu machen, wird es nichts werden. Das ist auch einer der Gründe, warum ich meine Firma verkauft habe. Weil ich mich vollkommen auf das Thema Unternehmer-Mentoring fokussieren will. Und das kann ich nicht, wenn ich ständig irgendwo im Training bin und Verkäufern erkläre, wie sie erfolgreicher bei der Kaltakquise werden. Mein Herz brennt immer noch für den Vertrieb, keine Sorge. Nur halt auf anderer Ebene.

Welchen Zweck hat dein Unternehmen?

Viele Unternehmer gründen ein Unternehmen, um loszulegen. Andere leiten eine Company, weil sie beispielsweise eine Nachfolge angetreten sind. Doch was ist der Zweck dahinter? Manche wollen nur gründen, am besten ein Unternehmen nach dem nächsten, um die Firmen nach

und nach wieder abzustoßen. Ihr Ziel ist es nicht, langfristig und nachhaltig Geld zu verdienen, mit einem System, das auf Dauer und Nachhaltigkeit angelegt ist. Es geht auch nicht darum, Menschen mit dem Produkt oder der Dienstleistung zu helfen, essenzielle Herausforderungen zu lösen, sondern einzig und allein darum, den Unternehmenswert hochzujazzen und dann zu verkaufen.

Wenn jemand ehrlich dazu steht, habe ich damit absolut kein Problem. Wichtig ist jedoch, wenn der Verkauf dein Zweck ist, dass du dann auch alles genau planst – und das Unternehmen möglichst schon von Anfang an so aufbaust, dass es später gut verkäuflich ist. Ich habe schon das genaue Gegenteil dessen erlebt: Ein flüchtiger Bekannter von mir hat seine Trainingscompany wie Sauerbier

Der Autor



Martin Limbeck ist Inhaber der Gipfelstürmer Mentoring GmbH, Mehrfachunternehmer, Experte für Sales und Sales Leadership sowie fünffacher Bestsellerautor.

angeboten und ist sie einfach nicht losgeworden. Warum? Weil das Thema auf dem Papier zwar gut aussah, doch je ▶

Ich kann euch daher nur dazu raten:
Handelt nach dem Entweder-oder-Prinzip!
Entweder du machst etwas richtig –
oder du machst es gar nicht.





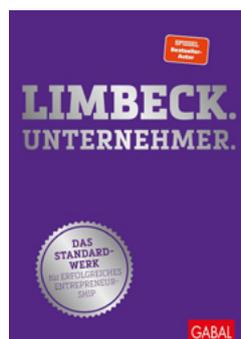
genauer du hingesehen hast, umso mehr rote Fahnen sind aufgetaucht.

Zur Firma gehörte eine entsprechende Immobilie mit Trainingsräumen. Dieses Gebäude hatte er zur Wende günstig im Osten bekommen und auch viel Geld hineingesteckt, um alles schick zu machen

und auf dem neuesten Stand zu halten. Der Haken an der Sache: Das Ding stand im Nirgendwo. Nicht per Bus oder S-Bahn zu erreichen, für eine Taxifahrt vom Bahnhof viel zu weit, geschweige denn vom Flughafen. Nichts in der Nähe, keine Hotels, Restaurants oder sonst was, wo Trainings- teilnehmer übernachten oder essen gehen

Auch wenn es verlockend ist – schaut nicht zu viel auf das, was andere machen. Jedes Unternehmen braucht seine eigene Struktur. Entscheidet euch für euren Zweck und euren Weg.

»Limbeck. Unternehmer.«
 von Martin Limbeck
 352 Seiten
 Erschienen: November 2023
 GABAL Verlag
 ISBN: 978-3-96739-153-4



könnten. Und Mitarbeiter finden, die dort arbeiten wollen? Herausfordernd, um es mal nett zu formulieren. Mit so etwas schießt du dir selbst ins Knie, weil der Unternehmenszweck im doppelten Sinne verfehlt wurde. Blöder Standort, deswegen zu wenig Kunden – und erst recht kein Käufer.

Erst den Fahrplan aufstellen, dann Gas geben

Auch wenn es erst mal langweilig klingt: Mach einen Businessplan! Du wirst später froh darüber sein. Damit meine ich keinen Plan, den du schreibst, damit deine Bank oder potenzielle Investoren dir ihr Geld geben. Diese Pläne sind häufig schöngefärbt, damit es mit der initialen Finanzierung auf jeden Fall klappt. Ich finde es enorm wichtig, einen Businessplan zu erstellen, in dem du auch dir selbst gegenüber ehrlich bist. In dem du deine Überlegungen festhältst, skizzierst, wie das Unternehmen entsteht und in welchen Schritten du es auf die Beine stellst.

Überleg dir, mit welchem MVP, also dem Minimum Viable Product, du anfängst. Wo du das Ganze machst: Gibt es für dein Business eine Ortsgebundenheit oder ist es völlig egal, wo du arbeitest? Welche Mitarbeiter brauchst du für den Start, welche Rollen müssen besetzt werden, welche sind nice-to-have und können warten? Klappt das Ganze remote? Mit welchen Prozessen geht es los? Und so weiter.

Natürlich ist ein solcher Businessplan nicht in Stein gemeißelt. Und aus eigener Erfahrung kann ich klar sagen: Kein Business verläuft jemals genau nach Plan. Dennoch ist es wichtig, dass du dir vorab diese Gedanken machst. Und den Plan dann nach der Gründung nicht in die unterste Schublade deines Schreibtisches stopfst, sondern ihn immer wieder herausholst und abgleichst. Damit du gegensteuern kannst, wenn du dich zu weit von deiner ursprünglichen Richtung entfernt hast und nicht riskierst, den Zweck irgendwann aus den Augen zu verlieren. Das ist übrigens auch eine der Aufgaben, bei denen ich Unternehmern und Selbstständigen mit meinem Gipfelstürmer Mentoring jetzt helfe. Weil ich selbst in meinen über 30 Jahren Selbstständigkeit schon so einige Pfade eingeschlagen habe und auch manchmal wieder ein paar Wegbiegungen zurückgehen musste, um wieder auf Kurs zu sein.

Noch ein Tipp zum Schluss: Auch wenn es verlockend ist – schau nicht zu viel auf das, was andere machen. Jedes Unternehmen braucht seine eigene Struktur. Entscheide dich für deinen Zweck und deinen Weg. Doch beginn ihn nicht, ohne einen exakten Plan zu machen. Ich wünsche dir dabei viel Erfolg und Glück! ♦