

Welcher Mitarbeiter träumt nicht davon sein eigener Chef/seine eigene Chefin zu sein; unabhängig Entscheidungen zu treffen, sich nicht dauernd was sagen lassen zu müssen, es besser zu machen als der eigene Vorgesetzte. Doch vor dieser Entscheidung sollten einige Voraussetzungen erfüllt sein, damit dieses Vorhaben auch dauerhaft gelingt.

Neben einer kaufmännischen Ausbildung, weitreichenden betriebswirtschaftlichen, buchhalterischen sowie DV-Anwenderkenntnissen gehören auch Grundkenntnisse und Fähigkeiten im Verkauf der eigenen Dienstleistungen.

Dieser Schritt ist gründlich zu planen, zu strukturieren und folgende Fragen abzuwägen:

Will ich die Selbständigkeit mit allen Konsequenzen tragen ?

Verfüge ich über ausreichende fachliche Kenntnisse in dem geplanten Bereich der Spedition ?

Bestehen Kundenkontakte oder weiß ich wie ich diese herstellen kann ?

Welches Grundkapital ist vorhanden und woher bekomme ich Kredit ?

Welche Grundausstattung benötige ich, um einen Geschäftsbetrieb einrichten zu können ?

Welchen Zeitraum kann ich ohne Erlöse überstehen ?

Besitze ich akquisitorische Fähigkeiten – kann ich auf fremde Menschen zugehen, telefonisch und persönlich ?

Wie verkrafte ich finanzielle und persönliche Rückschläge ? Wer steht mir in diesen Situationen bei ?

An welchem Standort richte ich mein Büro ein, ist dieser auch flexibel veränderbar ?

Bin ich selbstkritisch genug, mir Fehler einzugestehen und aus diesen zu lernen ?

Das Korrektiv des „besserwissenden Vorgesetzten“ ist ja nicht mehr vorhanden; Fehler kosten nur noch Geld und zwar das Eigene !

Als Unternehmensgründer bin ich gut beraten erst zu planen und danach Entscheidungen zu treffen. Diese Planungen verursachen vorerst nur Zeitaufwand.

Also:

In welchem Fachbereich der Spedition besitze ich Kenntnisse ? Alle speditionellen Fachbereiche abdecken zu wollen ist schier unmöglich und – viel wichtiger, der Unternehmensgründer macht sich bei seinen potenziellen Kunden unglaubwürdig. Bei der selbstkritischen Prüfung dieser Fachkenntnisse wird man schnell die eigenen Defizite erkennen – wer um diese weiß, kann sie auch begrenzen.

Folgende Pläne sind in jedem Fall zu erstellen:

Marketingplan - Akquisitionsplan, Investitionsplan – Kostenplan, Zahlungsplan – Liquiditätsplan

Ein wesentliches Handwerkszeug ist der PC. Können neben Standardsoftware auch die im geplanten speditionellen Fachbereich notwendigen Softwares angeschafft und bedient werden ?

Dabei ist immer abzuwägen, ob es Sinn macht die Softwareprogramme selbst zu beherrschen oder eine einmalige Dienstleistung einzukaufen, z.B.: Zur Erstellung einer eigenen Homepage kann der Unternehmensgründer einen Kurs besuchen, aber wie oft wird er diese Software nutzen, wie schnell ist dieses Wissen veraltet ?

Ebenso wichtig ist das äußere Erscheinungsbild des Unternehmens. Briefpapier, Geschäftskarten, Umschläge, Formulare und Dokumente müssen ein einheitliches Layout aufweisen.

Neben diesen Fragen ist auch die Rechtsform des Unternehmens zu klären. Nicht immer ist die GmbH die geeignete Rechtsform. Sie begrenzt zwar das finanzielle Risiko aber auch die Kreditwürdigkeit und die Liquidität.

Ebenso wichtig sind die eigenen Geschäftsbedingungen. Nur auf die ADSp zu verweisen reicht nicht aus. Sie wollen Umsatz erzielen und zwar kurzfristig, d.h.: die Zahlungsziele sind so kurz wie möglich zu halten – hier eröffnet sich ein weites Argumentationsfeld im Akquisitionsgespräch.

Der weitsichtige Spediteur spricht dieses Thema im Verkaufsgespräch an und handelt bei Nichteinhaltung der vereinbarten Regelungen.

Da Sie Ihren ersten Neukunden ggf. nicht kennen, hilft eine Bonitätsprüfung weiter, die Ihnen zwar keine Sicherheit gibt aber eine negative Abgrenzung des wirtschaftlichen Risikos liefert.

Wer im internationalen Güterverkehr mit den USA tätig sein will, sollte auch die „Länderunabhängigen Embargomaßnahmen zur Bekämpfung des Terrorismus“ beachten, um nicht ungewollt auf einer Liste zu erscheinen, die ihm das Geschäft mit den USA unmöglich machen.

Als Unternehmensgründer kommt es schon vor, daß einen das Glück trifft und der erste „Großkunde“ ins Haus steht, der für Umsatz und Ertrag sorgt. Dieser Umstand macht vorerst zufrieden und nicht selten „zu schnell satt“. Jeder neue Kunde ist willkommen, stellt aber zugleich in der Gründungsphase die Gefahr der übermäßigen Abhängigkeit dar. Die Unternehmensgründerin/ der -gründer ist gut beraten in diesem Fall die Akquisitionstätigkeit weiter voranzutreiben. Jedem Gründer und Unternehmer tut es gut beim nächsten Kundenbetreuungsgespräch mit dem Selbstbewußtsein aufzutreten, von diesem Kunden nicht abhängig zu sein.

Der Unternehmensgründer kommt damit schnell in die Situation Mitarbeiter einzustellen und diesen Aufgaben zu übertragen; d.h.: eine Organisation wird aufgebaut. Ab dem ersten Mitarbeiter ist es ratsam eindeutig zu regeln, welche Aufgaben dieser Mitarbeiter auszuführen hat und welche Verantwortlichkeiten ihm/ihr übertragen werden. Mit steigender Mitarbeiteranzahl sind dann auch Verfahrensregeln festzulegen, w i e die einzelnen Aufgaben auszuführen sind. Sie wären nicht der erste Unternehmer der ab einer bestimmten Größenordnung den Überblick im eigenen Unternehmen verloren hat. Der Kontakt zu einem Berater, der Sie und ihre Mitarbeiter kritisch begleitet, ist dabei hilfreich. Und Vorsicht gängeln Sie Ihren Mitarbeiter nicht zu sehr – sonst macht sich einer noch selbständig !