



## **Mythen der Unternehmensgründung, die Sie kennen sollten!**

### **Interview mit Svenja Hofert**

Dezember 2014

erschieden in der Podcast-Reihe „Führung auf den Punkt gebracht“

von Bernd Geropp

Die Shownotes zu diesem Podcast finden Sie unter

[www.mehr-fuehren.de/podcast077](http://www.mehr-fuehren.de/podcast077)

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



## Geropp

Letzte Woche war ich in Hamburg und habe mich dort mit Svenja Hofert getroffen. Mit ihr habe ich über Selbstständigkeit und Unternehmensgründungen mich unterhalten. Mit Svenja Hofert hatte ich vor einigen Monaten bereits ein Interview für meinen Podcast und zwar über das Thema New Work. Das ist die Folge 66. Dieses Mal wollte ich sie über ihr Buch interviewen das Slow-Grow-Prinzip - lieber langsam wachsen als schnell untergehen. In diesem Buch beschreibt sie neun Mythen mit denen sich, meiner Ansicht nach, jeder Selbstständige und jeder Unternehmensgründer UNBEDINGT beschäftigen sollten. Svenja Hofert ist Businesscoach, Beraterin und Gründerin verschiedener Unternehmen. Sie hat mehrere Bücher geschrieben und betreibt den bekannten Karriere Blog - Karriere und Entwicklung.de. Hier mein Gespräch mit Svenja Hofert.

Ja, Frau Hofert, ihr Buch das Slow-Grow-Prinzip hat den Untertitel: Lieber langsam wachsen als schnell untergehen. Worin sehen Sie denn das prinzipielle Problem, wenn man als Unternehmer schnell wachsen will und was bedeutet es für Sie GESUND - RICHTIG zu gründen?

## Hofert

Also ich glaube das Gesundgründen hat verschiedene Aspekte. Also auf der einen Seite geht es ja darum was will ich, was treibt mich als Unternehmer an? Also warum mache ich das, was ich mache? Und das finde ich ist halt auch ganz entscheidend und hat auch ein bisschen mit der Schnelligkeit zu tun - womit fühle ich mich wohl. Fühle ich mich wohl, wenn ich drei Millionen Kredit aufnehme, oder fühle ich mich unwohl und kann nicht mehr schlafen und kriege Ärger mit meiner Frau oder meinem Mann, oder was auch immer. Also gesund Gründen hat letztendlich auch so ein bisschen damit zu tun welche Risikobereitschaft habe ich, was will ich damit überhaupt, warum mache ich die Dinge, die ich mache? Das auf der individuellen Ebene und auf einer anderen Ebene - so ein bisschen übergeordnet - geht es natürlich auch darum, dass gesund wachsen im Grunde auch bedeutet, man kann korrigieren, man kann halt experimentieren, man kann ausprobieren, man kann Dinge

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



verfeinern, die nicht gut gelaufen sind. Wenn man so einen Businessplan macht und man denkt sofort "Think BIG." - ja? (lacht) Das ist voll in der Theorie, rechnet hoch und sagt: " Ja, wunderbar! So und so viel Beratungsstunden, acht Beratungsstunden à 200 Euro - zack, zack habe ich meinen Businessplan fertig und bin aber noch gar nicht in der Praxis. Und werde dann von der Praxis überrascht und überrollt, dass das ja gar nicht so einfach GEHT. Das sind so Dinge, die merkt man oft erst, wenn man Dinge TUT. Ob das im Beratungsgeschäft ist, oder ob das im Süßwarenhandel ist, oder ob das im Restaurant ist. Es lässt sich begrenzt planen und je höher die Komplexität ist, desto weniger lässt sich planen. Was eben noch MEHR dafür spricht, dass man es LANGSAM ausrollen sollte.

**Geropp**

Also eigentlich wie so ein agiles Vorgehen, dass man erst mal leicht //ausprobiert

**Hofert**

Ja, genau.

**Geropp**

//wie sieht das aus. Irgendwann ist es eine sehr starke persönliche Sache, wie weit bin ich selbst, WENN ich dann so agil vorgegangen bin und sage: "Nein, da ist eine riesen Chance jetzt/ ich brauche aber Kapital. Jetzt nehme ich einen Venture Capital - Geber rein, oder so." Das ist nicht für jeden und man muss sich da sehr klar drüber werden, was das bedeutet, weil man ja dann wirklich diese schöne exponentielle Kurve nachweisen muss. Und wenn man die nicht macht, hat man ein Problem. Das kam - fand ich sehr schön - aus ihrem Buch raus. Viele denken immer: DAS ist die Art zu gründen. Das ist aber eigentlich eher die Ausnahme.

**Hofert**

Das ist die Ausnahme. Ich bin ja in Hamburg. Also gucken Sie sich mal die hanseatischen Unternehmen an. Da sind halt viele familiengeführt. Warum macht man so etwas? Warum

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



gründet man - ja, ein Beerdigungsinstitut? Oder warum ein Handelsunternehmen? Oder warum mache ich Dinge auf? Dann sind das oft sehr persönlich angetriebene Aspekte und die Motive dahinter haben WENIG damit zu tun: "Ich möchte irgendwas aufbauen, hinterher verkaufen, an die Börse bringen, et cetera," sondern es geht mehr darum: "Ja, ich möchte in meinem Bereich was Gutes machen, erfolgreich sein, aber das muss jetzt nicht unbedingt nach Amerika expandieren oder nach China und so weiter. Das ist viel mehr manchmal sogar so ein Zwang, der für viele an einer gewissen Stelle auch sehr unangenehm wird. Die bewusst dann sagen: "Nö. Mir reicht das jetzt. Mit den zehn Mann eine Agentur, oder was auch immer, das ist mir genug."

## Geropp

Es muss nicht das nächste Facebook sein.

## Hofert

Also wunderbar, ich könnte Kredite aufnehmen und ja, ich würde sie auch bekommen und würde dann noch größer sein. Aber warum? Ich bin ja zufrieden.

## Geropp

Was ich interessant finde, dass nur 38 Prozent der Gründer weiblich sind. Was ist denn der Grund, warum weniger Frauen als Männer ein Unternehmen gründen? Und vielleicht auch welche Motivation gibt es denn überhaupt, was die meisten haben, wenn sie eine Selbstständigkeit anstreben - ob jetzt allein als Selbstständiger oder wirklich im Unternehmen mit Mitarbeitern?

## Hofert

Also ich glaube, dass so wenig Frauen gründen, hat vielleicht auch so ein bisschen mit dem BILD von Gründung zu tun, dass sich halt viele vorstellen sie müssten halt dann Facebook aufmachen. (lacht) Könnte ich mir vorstellen, dass das ein Aspekt ist. Dann denke ich, dass

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



Frauen tendenziell noch bisschen vorsichtiger sind, also weniger ins Risiko gehen. Was - wie gesagt - ich finde es okay eine gewisse Vorsicht zu haben, aber zu viel Vorsicht, ist dann eben AUCH kritisch. Also man kann das an ganz einfachen ZAHLEN festmachen, es gibt diesen KfW-Monitor und da ist die durchschnittliche Investition - glaube ich - irgendwas zehn-zwölftausend Euro. Und das würde ich sagen, ist etwas was man, wenn man jetzt kein geborener Programmierer ist, Webseiten, et cetera, alles selbst - das BRAUCHT man auch. Aber dann muss man immer noch viel selbst machen. Und es gibt halt unter den Frauen tendenziell mehr, die nicht bereit sind wenigstens ein bisschen auszugeben.

**Geropp**

Das heißt diese Art von Investition, die treibt mich nicht in den Bankrott, denn so viel Geld //sollte ich vielleicht wirklich gespart haben

**Hofert**

So viel Geld kann ich mir leihen.//

**Geropp**

Oder nur leihen. Also selbst, wenn es schief geht, da komme ich relativ -

**Hofert**

Ja.

**Geropp**

ohne große Bredouille wieder raus. Also so als ob ich vielleicht ein kleines Auto mal gekauft hätte und habe es verloren/ geklaut worden, weiß der Teufel was.

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



B: Genau. Also ich glaube ein bisschen was muss man riskieren, nicht überverhältnismäßig viel und ich würde auch immer sagen: Wenn man Banken umgehen kann - versuchen Sie gerne Banken zu umgehen (lachend). Was ich erlebt habe, ist einfach man muss ganz viele Versicherungen abschließen, man muss unheimlich viele Kompromisse eingehen, man ist ewig beschäftigt mit der THEORIE - nämlich den Businessplan und könnte in dieser Zeit VIEL wichtigere, PRAKTISCHE Schritte gehen, die einem am Ende ungleich mehr bringen würden. Also dann im Zweifel lieber verzichten.

## Geropp

Meine Erfahrung ist auch, es ist wichtig solche Businesspläne zu machen, aber kein einziger Businessplan geht auf. Das heißt, ich muss möglichst rasch in die Realität.

## Hofert

Ich muss möglichst rasch in die Realität. Und ich habe es im Buch, glaube ich auch, am Beispiel dieses Fahrradhandels: Wenn ich auf der Insel Usedom oder auf Rügen den x-ten Fahrradhandel aufmache, dann kann ich auch auf Marktanalysen zurückgreifen, auf Erfahrungswerte und ich kann einigermaßen solide berechnen, was mir dieser Fahrradverleih einbringen wird. Aber bei allen komplexen Unternehmungen, allen die mit Dienstleistungen und mit Wissen zu tun haben, wird das VIEL, viel schwieriger. Und bei Internetgründungen noch viel mehr. Da gibt es ja deswegen auch dieses - ich habe Slow-Grow - dieses Lean-Startup. Dass man wirklich ganz klein und schlank startet.

## Geropp

Für welche Menschen ist denn prinzipiell eine Firmengründung - also die Selbstständigkeit - geeignet? Und für welche würden Sie sagen: "Hmmm, da ist besser das Angestellten/ die sind glücklicher, wenn sie als Angestellte arbeiten."

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



B: Also ich glaube, es gibt ganz, ganz unterschiedliche Gründer und halte es eigentlich für falsch da so Kategorien auf zu machen. Weil manche sagen: "Ja, man muss halt eine Unternehmerpersönlichkeit haben." Aber WAS ist eine Unternehmerpersönlichkeit? Ich glaube, was JEDER braucht, ist halt eine gewisse Fähigkeit zur Selbststrukturierung - braucht man aber im Grunde auch im Beruf (lacht).

## Geropp

Hilft zumindest sehr.

## Hofert

Ja, also man muss halt wissen, was man mit dem Tag anfängt, wie man den aufteilt, sich selber Aufgaben geben können - das ist, glaube ich, ganz wichtig. Und was auch wichtig ist man braucht eine relativ STABILE Persönlichkeit in dem Sinne, dass man nicht sofort umfällt, wenn man eine erste Kritik oder ein erstes Feedback bekommt. Und, ich glaube, diese zwei Dinge sind ganz wichtig. Und der Rest ist individuell. Also ich kenne Gründer, die haben sich selbstständig gemacht, eine Frau mit drei Kindern, weil das einfach besser ins Leben passte, als jetzt weiter Vertriebsleitung zu machen mit vielen Reisen. Ich kenne Gründer, die gern mit anderen zusammenarbeiten und es deshalb machen. Also im Grunde so eine Team-Motivation dahinter. Und wiederum andere, die das Gegenteilige haben, also die sich selbstständig machen aus einer großen Unabhängigkeit heraus, aus Gestaltungswillen, weil sie Leute NICHT fragen wollen, oder positiv ausgedrückt, weil sie einfach eine Vorstellung haben, von dem was sie machen wollen und da einfach nicht sich von anderen reingrätchen lassen wollen. Also ganz, ganz unterschiedlich.

## Geropp

Sie unterscheiden ja zwischen Selbstständigen und Entrepreneuren. Vielleicht können Sie da mal ein bisschen drauf eingehen, was da den Unterschied ausmacht.

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



B: Also bei den Selbstständigen - oft auf freiberuflich tätigen - ist es oft auch so eine Inhaltsbezogenheit. Und die machen die Dinge auch, weil der Inhalt ihnen was gibt, weil das Thema an SICH wichtig ist, weil die einfach selber auch noch was MACHEN müssen.

## Geropp

Also das sind die Leute, die auch gerne in der Facharbeit tätig sind?

## Hofert

Ja, die auch - nehmen Sie einen Rechtsanwalt, der auch selber noch beraten möchte, oder auch ein Coach oder Berater in aller Regel sind die schon mehr - ja, da gibt denen auch das THEMA was, mit dem sie sich beschäftigen, oder der Kontakt mit MENSCHEN. Und der Entrepreneur auf der anderen Seite, dem ist DAS nicht der zentrale Motivator, sondern der möchte etwas aufbauen, weitertreiben und möglicherweise irgendwann übergeben.

## Geropp

Also der Entrepreneur ist derjenige, der wirklich zu sagt: "Ich brauche Mitarbeiter. Ich will etwas aufbauen, was größer wird oder zumindest so groß, dass ich mich mehr um die unternehmerischen Tätigkeiten kümmere. //Nicht mehr Facharbeitertätigkeiten.

## Hofert

Genau.// Damit ich mich um die unternehmerischen Aufgaben kümmern kann. Und dann habe ich viele MITarbeiter und dann WACHSE ich, und wachse immer weiter." Das ist der Entrepreneur, das ist DAS, was wir immer bei Gründer vor Augen haben. Und ich weiß, ich erinnere mich immer an einen Vortrag, den ich hatte - so ein bisschen auf dem LAND und die Teilnehmer waren ENTSETZT von dem was ich da erzählt habe, weil sie dieses Bild von den SELBSTständigen - also für sich gar nicht/ das ist kein richtiger Gründer. Das ist so eine Seife, das ist jemand, der hat es nicht kapiert. Das ist jemand, den kann man nicht richtig ernst nehmen. Und da hatte ich schon ganz schön viel Gegenwind. Wo für mich das eigentlich so



# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



ganz selbstverständlich ist und ich auch GANZ viele erlebt haben, die den Weg vom selbstständigen zum Entrepreneur nehmen KONNTEN im Laufe der Zeit. Also sprich, dass sie das Produkt oder ihre Dienstleistung skalierbar machen, dass es Mitarbeiter gegeben hat. Und es gibt durchaus auch was dazwischen.

## Geropp

Ich denke auch, dass es eine schöne Möglichkeit ist, WENN ich sage: "Das Risiko ist mir zu groß, direkt in die Selbstständigkeit zu springen oder Unternehmer zu werden". Dass man sagt: "Ich mache nebenher erst mal ein bisschen was. Baue mir da was auf, schaue ob es funktioniert". Springe dann in die Selbstständigkeit. Und nachher, so wie sie sagten, wenn ich dann bestimmte Sachen skalieren kann, oder eine neue Idee habe dann ein richtiges Unternehmen zu gründen mit Mitarbeitern. Aber es muss nicht sein. Es kommt drauf an welche Motivation ich habe. So verstehe ich das //und das finde ich sehr schön bei Ihnen beschrieben.

## Hofert

Genau. Und wie sich die// Motivation vielleicht auch im Laufe der Jahre ändert. Was am Anfang wichtig war, muss vielleicht nach fünf Jahren nicht mehr so WICHTIG sein. Und deswegen, glaube ich, kann das durchaus ein fließender Übergang sein. Und es wird ganz oft so: DAS ist das Idealmodell, das schafft Wirtschaftswachstum. DAS will der Staat. Und da haben wir hier irgendwelche Selbstständigen, die dieses Wachstum in viel zu kleinen Rahmen bringen. Wollen wir eigentlich gar nicht.

## Geropp

Das ist auch mein Eindruck, dass der Staat oder auch die Länder SEHR gerne sehen, wenn die Leute ein Unternehmen gründen, weil da ja mit Mitarbeiterplätze geschaffen werden. Und dass die Selbstständigen eigentlich gar nicht so wahrgenommen werden. Obwohl es SEHR viele davon gibt.

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



B: Obwohl es VIELE davon gibt. Und gerade im Zuge der Digitalisierung, das einfach sich auch sehr stark verändert. Man braucht ja gar nicht mehr diese RIESEN Mannschaften, um Ideen aufzubauen. Also es gibt ganz viele Internetportale oder Geschäftsideen im Internet, die gar nicht so viel Menpower brauchen. Und von daher glaube ich, ist es auch was, was da vernachlässigt wird - der Gedanke, dass die Digitalisierung auch möglicherweise ein anderes Unternehmermodell mit sich bringt.

## Geropp

Was ist denn wichtig für einen Selbstständigen und wie auch für Unternehmer - was sollte er mitbringen? Also welches WISSEN oder welche Eigenschaften sind entscheidend? Und was sollte er wirklich KÖNNEN oder wissen, und was kann er outsourcen? Welche Fähigkeiten kann man auch sagen: "Also die kannst du getrost im Laufe der Zeit aneignen?"

## Hofert

Genau. Also, wenn wir jetzt den Selbstständigen nehmen, dann ist es ja ganz oft so: der es fachlich motiviert - also intrinsische Interesse an einem Thema. Das ist gut. Das kann einen auch sehr weit bringen und das ist auch sehr wichtig. Oft kommen die nicht aus Unternehmerhaushalten, also sind nicht unternehmerisch in diesem Sinne Entrepreneur sozialisiert. Das heißt sie brauchen ein bisschen mehr Zeit sich da auch zu entwickeln und so ein bisschen auch diese unternehmerische Rolle einzunehmen. Dazu gehört so was wie delegieren können. Also den Steuerkram jemand machen zu lassen auch wenn das nun mal Geld kostet, aber das ist so der erste Schritt - raus damit.

## Geropp

Buchhaltung - solche Geschichten.

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



B: Ja. Genau. Also bestimmte Sachen einfach auch abgeben zu können, das ist ein Learning, was ganz wichtig ist. Dann ein Learning, dass die erste Phase in der Gründung einfach auch manchmal anders ist, als nach zwei, drei Jahren. Also, weil man sich auf solche Themen, wie Akquise konzentrieren muss. Das vielleicht auch nochmal neu LERNEN, wie das geht. Solche Aspekte kommen dazu.

## Geropp

Überhaupt auch auf Leute teilweise zuzugehen. Wenn ich jetzt ein toller Programmierer bin, tue ich mich vielleicht ein bisschen schwer damit wirklich dann auf Kunden zuzugehen.

## Hofert

Genau. Das ist manchmal eine längere Strecke, die die Menschen dann gehen müssen, eben weil sie nicht - sagen wir mal - sozialisiert sind in dem Bereich und das erst nochmal lernen müssen. Sonst glaube ich, braucht man von der Persönlichkeit im Grunde den WILLEN das zu //wollen und

## Geropp

Und der ist mit der Motivation stark verknüpft.

## Hofert

Ja. Und ich// habe halte immer wieder festgestellt auch bei Kollegen oder Kunden - ich sage immer: Wenn du die ERSTEN drei Jahren durchgehalten hast – irgendwie - auch mit Kompromissen, dann macht man vielleicht auch mal den ein oder anderen Auftrag, der jetzt nicht SO eigentlich das war, was man angestrebt hat im Businessplan, dass das dann weitergeht. Nur muss man dann anfangen zu sortieren. Also seinen Laden zu sortieren und darf dann nicht zu einem "Supermarkt" im Dienstleistungsbereich werden, der alles anbietet.

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



## Geropp

Also ich muss aufpassen, dass ich nach wie vor meine Positionierung klar habe. Ansonsten wird es gefährlich.

## Hofert

Ja. Sonst wird es gefährlich. Ich habe im Buch so ein Beispiel von jemand, der von esoterischer Beratung bis hin zum Fahrradverleih, bis hin Parfümverkauf - alles macht. Das ist natürlich für die weitere Entwicklung nicht gut, weil man dadurch die Umsätze einfach nicht mehr steigern kann, sondern man ist in vielen Dingen tätig, aber man wird nicht BESSER. Und das muss nach drei Jahren anfangen.

## Geropp

In ihrem Buch schreiben Sie sehr schön über neun Mythen. Und auf einige wenige würde ich gerne mal eingehen. Und zwar eine die ich sehr gut finde und sehr interessant, Sie schreiben sie müssen sich nicht spezialisieren, sie sollten ihre Idee entwickeln. Vielleicht könnten Sie auf dieses Mythos ein bisschen/ also das Mythos ist ja: "Ich muss mich spezialisieren direkt von Anfang."

## Hofert

Ja. Genau. Also ich habe da auch tatsächlich viele Zuschriften bekommen von Lesern, die gesagt haben: "Ja, genau das war es. Ich war bei einem Berater, habe unheimlich viel Geld ausgegeben. Der hat mich so zugespitzt." (lacht) Also es gibt so Berater, die machen das immer nach dem gleichen Modell. Und dann sehen am Ende auch alle gleich aus und das ist immer das gleiche System. Sprich: "Finde ein spezielles Thema, was jemand anderes noch NICHT abgedeckt. Das soll MÖGLICHST - zum Beispiel, nehmen Sie Karriereberatung - nur MBA-Beratung. NUR MBE-Beratung im amerikanischen Raum, oder im französischsprachigen Raum. Also da wäre so eine typische, einfache Denkart, oder Webdesign für Zahnarztpraxen oder solche Geschichten. Und die dann mir geschrieben haben, sie wurden dahingehend

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



beraten, haben das Buch gelesen und haben gedacht: "Hätte ich das am Anfang gelesen, hätte ich mir DREI Jahre gespart. Weil ich hatte drei Jahre im Grunde keine Aufträge." Weil das nämlich das Dilemma daran ist, dass man dadurch nicht ins Doing kommt, die Akquise dauert sehr lange und es ist oft auch falsch GEDACHT. Man kann durchaus mit BREITEREN Geschäftsideen oder Dienstleistungsangeboten erfolgreich sein. Und vor allen Dingen am ANFANG ist es halt wichtig, um Erfahrung zu machen.

## Geropp

Das ist glaube ich, der Punkt. Ich muss in den Markt raus, selbst wenn ich das als Positionierung vielleicht habe, aber ich muss erst mal schauen: funktioniert das denn überhaupt. Und wenn es dann halt ein andere Auftrag ist, dann mache ich den halt mal MIT - einfach um die Erfahrung zu haben. Vielleicht verändert sich auch meine Sichtweise dann und irgendwann später positioniere ich mich besser in dieser Art. Ja, das kann ich gut verstehen. Das passt eigentlich auch zu - ich weiß nicht - ein Punkt war das mit dem Marketing. Ich kriege es jetzt nicht mehr ganz aus dem Kopf richtig hin. Da hatten Sie gesagt, man sollte aufpassen, dass man nicht zu viel direkt im Anfang in extremes Marketing steckt. Vielleicht können Sie da noch was dazu sagen?

## Hofert

Genau. Da mache ich mich wahrscheinlich bei einigen sehr unbeliebt (beide lachen), aber ich finde, dass man besser nach der Slow-Grow-Methode gründen kann - in dem Sinne, dass man das Anfangs REDUZIERT, weil die Idee am Ende, die rauskommt so was von ANDERS SEIN WIRD. Und ich habe KEINEN einzigen Fall erlebt im komplexeren Bereich. Also wie gesagt, einfache Bereiche ist was ganz anderes, aber einen komplexeren wissensorientierten Bereich, kein EINZIGER Fall, wo nach DREI Jahren die Idee noch SEHR viel zu tun hatte mit der mit der man ursprünglich an den Markt gegangen ist. Und da das Geld jetzt in große Webseiten – zehn-, fünfzehntausend Euro Videos, et cetera reinzustecken ist FALSCH investiert. Ebenso Leute, die machen sich selbstständig, schreiben sofort ein Buch. Ganz oft verpufft das an der Stelle, weil da noch gar nicht das drin sein kann was man später macht – also man startet

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



zum Beispiel und denkt: "Okay, es gibt am Markt kein Buch für Selbstbewusstsein, also mache ich das." Und dann habe ich das Buch, meine Tätigkeit entwickelt sich aber komplett anders. Und dann gibt es dann so ein Gap. Also das habe ich auch sehr, sehr oft gesehen. Also lieber am Anfang ein bisschen ausprobieren, auch mal was machen, was NICHT auf dem Businessplan steht - natürlich nichts, was man gar nicht mag. Aber einfach um zu gucken: Was lerne ich daraus?

## Geropp

Was mir auch häufig auffällt, Leute, die eine Webseite haben, sich selbständig machen - als Berater oder sonst was, sie sprechen immer vom WIR. Weil man darstellen möchte man ist ja ein Großunternehmen. Eigentlich vollkommen falsch. Ich muss authentisch sein. Und es ist nichts schlimmes dran, wenn ich erst ein halbes Jahr dabei bin. Und das ist ganz klar. Das durchschaut jeder sehr schnell: "Ey, der kann doch gar keine zehn Mitarbeiter haben. Was soll das?"

## Hofert

Genau. Also das finde ich auch. Das ist auch immer wieder ein Fehler, den Gründer machen. Sie setzen auf WIR. Und dann steht da EIN Foto. Ich durchschaue das sofort und andere durchschauen das auch sofort. Und es wirkt auch ein bisschen unglaublich.

## Geropp

Sie schreiben auch als einen Mythos: Sie brauchen kein Geld, sie brauchen Zeit. Das geht in diese Richtung, dass ich mich erst finden muss. Vielleicht können Sie aber da auch nochmal näher drauf eingehen.

## Hofert

Also, das es auch Aspekt den ich häufig sehe, dass Gründer, zum Beispiel denken: "Ich mache einen Blog, mache einen Podcast, Video, wie auch immer. Und dann stelle ich da mal so

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



einen rein und dann kommen die Kunden." Das ist natürlich NICHT so, weil an dem Blog - egal ob man das mit Text, Video oder Podcast aufzieht - hängt einfach eine ganze Menge. Man muss das Ding auch VERMARKTEN, man muss da in die TIEFE gehen. Und es ist nicht nur das Schreiben, sondern da hängt eine Menge dran. Und das kostet einfach ZEIT. Und ich habe halt so ein Rechenbeispiel mal gemacht in einem Buch auch - ich weiß nicht, ob es ein Buch, oder Blog - weiß ich gar nicht mehr - aber auf jeden Fall gibt es ein Rechenbeispiel: Stellen Sie sich vor, Sie nehmen im Durchschnitt 80 Euro, um Texte zu schreiben, Podcasts aufzunehmen, Videos zu drehen und so weiter. Das ist jetzt nicht immens hoch, aber ein Durchschnittspreis. Wenn Sie das machen, machen das zehn Stunden am Tag -  $10 \times 80$  Euro - haben Sie im Grunde in sich SELBST investiert. Und das SEHEN viele nicht. Die sehen nur, wenn das Geld auf das Konto kommt: "DANN bin ich wertvoll, dann habe ich was gemacht." Das ist aber nicht so.

## Geropp

Es geht um eine Investitionen. //Eine Zeitinvestition. Es ist eine ander Form?

## Hofert

Es ist eine andere Form. Genau.// Es ist eine andere Form von Investition. Es ist nicht: "Ich hole mir das Geld bei der Bank und gebe es dann jemanden, der das für viel Geld realisiert" - oft für VIEL zu viel Geld, weil viele einfach nicht hinter die Kulissen gucken - was bedeutet das Suchmaschinenoptimierung, was machen die da? Also ich habe das gesehen unter 800.000 Euro im Monat kriegt man das nicht. Was dabei rauskommt, ist meiner Meinung nach vielleicht 80 Euro im Monat wert. Und das können ganz viele Gründe nicht EINSCHÄTZEN, geben das raus, geben viel Geld aus und sehen NICHT, dass wenn sie sich damit beschäftigen würden - Workshops besuchen, sich selber in das Thema einarbeiten würden, dass sie dadurch im Grunde auch einen Vorsprung bekommen, der auch wichtig am Markt ist. Um auch Blogs, was auch immer, weitervermarkten und drehen zu können.

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



## Geropp

Das gilt auch - denke ich für ein ganz normales Geschäftsfeld, nicht nur in in dem Bereich.  
Sondern //auch so, wenn ich

## Hofert

Nicht nur im Internet-Bereich auch//

## Geropp

Ich muss selbst sehr nah an den Kunden ran, ich muss viel Zeit investieren in diese Sachen,  
//um das kennenzulernen.

## Hofert

Ich muss die Resonanz// spüren. Ich muss auch merken, wo habe ich Resonanz. Wenn ich das  
alles delegiere, dann weiß ich gar nicht mehr wo meine Resonanz ist.

## Geropp

Ja. Das ist schön mit der Resonanz. Das stimmt. Noch einen Mythos würde ich gerne  
ansprechen, normalerweise sagt man: "Als Gründer müssen sie verkaufen können." Sie  
schreiben: "Sie müssen nicht verkaufen, sie müssen sich dem Kunden zeigen." Vielleicht  
könnten Sie da ein bisschen was zu sagen. Das fand ich auch sehr schön.

## Hofert

Ich glaube, Sie müssen für den Kunden attraktiv sein und der muss eine Sichtbarkeit haben.  
Also man muss für den Kunden im Blickfeld sein. Und dann braucht man gar nicht zu sagen:  
"Hier, ich habe mein super Produkt, und bitte nimm mir das ab." //Also man muss nicht/



# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



## Geropp

Also dieses aktive// Hardselling/

## Hofert

Hardselling, noch mal anrufen und noch mal fragen und noch mal eine E-Mail schreiben - also ich bin 15 Jahre sehr gut da durch gekommen indem ich NICHT verkauft habe. Wenn jemand nicht kommt, dann kommt der nicht und dann werde ich mit einer E-Mail oder noch mal zu fragen und noch mal zu nerven, werde ich vielleicht weiterkommen, aber ich werde damit nicht erfolgreich sein. Weil der Kunde ist am Ende dann auch GENERVT, der fühlt sich überrollt, der sagt Termine ab und am Ende ist es kontraproduktiv.

## Geropp

Mein Eindruck ist, es gibt Leute, die können das. Dieses Selling, aber es gibt eine Vielzahl von Leuten denen ist das persönlich zuwider und wenn die gezwungen werden das zu machen, dann kommt das auch so rüber und dann werden sie auch nicht erfolgreich sein. //Das ist mein Eindruck.

## Hofert

Genau. //Das kommt noch dazu. Also, wenn das jemand aus der Natur heraus und ohne jetzt sich vom Zettel abzulesen, oder ohne in einem Akquise-Seminar gewesen zu SEIN kann - wunderbar. Aber sich das anzulernen und anzutrainieren, wenn es einfach nicht die eigene Sache ist, ist ganz wichtig. Also ich unterscheide da Pull- und Push - Strategie. Zum Beispiel habe ich auch eine Pull -Strategie. Also Push heißt: ich gehe an den Markt, ich überzeuge die Leute, gehe auf tausend Netzwerkveranstaltung und dann bleibt was hängen - Visitenkarten raus. Und Pull heißt: ich mache halt ein Produkt, was so attraktiv ist, dass die Leute im Grunde von selber kommen.

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



## Geropp

Aber dazu muss ich schon vorher wirklich rauskriegen was die Kunden haben wollen. //Ich glaube da ist die Gefahr bei vielen.

## Hofert

Da muss ich raus/ Ja, genau.//

## Geropp

Dass sie sagen: "Oh ja, das ist eine super Strategie, das mache ich. Ich entwickle erst mal mein Produkt und dann werden die schon kommen. //Das funktioniert nicht.

## Hofert

Nein, nein. Das stimmt. Da// haben Sie recht. Also man muss natürlich auch gucken: was wollen die Kunden, was kommt am Markt an? Es gibt ganz viele Gründer, die einfach nur das machen, was SIE machen wollen. Aber diese Resonanz nicht abfragen. Also Resonanz glaube ich ist wichtig. Gibt es eine Resonanz?

## Geropp

Wie lässt sich der Erfolg eines Selbstständigen oder eines Unternehmers am besten definieren?

## Hofert

Erfolg lässt sich immer auf zweierlei Art und Weise definieren. Die eine ist die wirtschaftliche und die andere ist die soziale menschliche personale Ebene. Und DAS kann sich sehr stark unterscheiden. Also mein wirtschaftlicher Erfolg und mein persönlicher Erfolg möglicherweise sind das zwei paar Schuhe. Möglicherweise bin ich ganz zufrieden mit einem gewissen Einkommen und will gar nicht mehr haben. Also wie der Heilpraktiker in dem Buch

# Mythen der Unternehmensgründung

Interview mit Svenja Hofert

<http://www.mehr-fuehren.de/podcast077>



der vorher ein Unternehmen mit - was weiß ich - Millionen Umsätzen hatte und dann aber als Heilpraktiker zufrieden ist. Und als Heilpraktiker wird man halt keine Millionen Umsätze machen. Also insofern ist es ein individuelles Kriterium. Bin ich zufrieden mit dem was ich mache? Macht es mir Spaß, gehe ich da hin und sage: "Ja, es ist ein guter Job, den ich habe", oder nicht?

## Geropp

Okay. Frau Hofert, herzlichen Dank für das Interview. Es hat mir viel Spaß gemacht. Vor allem Ihr Buch das Slow-Grow-Prinzip finde ich sehr erfrischend: erfrischend anders zu vielen anderen Büchern, die sehr immer in dieses starke Wachsen gehen. Herzlichen Dank.

## Hofert

Dankeschön.

## Geropp

Danke.