SCENE INSIGHT - Das ist die Startup-Szene in Stuttgart!

DE 5,80€ - AT 6,70€ - CH 8,90 SFr.

Startup Valley.news

06/2017

WE THINK GLOBAL

The Founder Magazine

Startup Valley.news

Deutschland € 5,80
Österreich € 6,70
Schweiz CHF 8,90
Luxemburg € 6,90

Felix Thönnessen

Die Rakete soll doch starten, oder?

Die alte Garde kann keine Digitalisierung

Diese rechtlichen Fallstricke sollte jeder Gründer kennen

10 Fragen zum INVEST-Zuschuss für Wagniskapital

Kooperationen zwischen Start-ups und Mittelstand

Kauf bei mir

Das schönste Elektroauto der Welt

10 Turbo Tipps um schneller zu werden

Wie Gründer mit Schlagfertigkeit punkten

DIE HÖHLE DER LÖWEN

Was können wir aus dem **Silicon Valley** lernen?

Persönlichkeit verkauft Wie Sie als Gründer mit Persönlichkeit weiterkommen

Was braucht es alles, um ein Unternehmen erfolgreich zu gründen? Viele Gründer denken wahrscheinlich als Erstes an ausreichend Kapital, ein geniales Konzept oder ein perfektes Marketing. Eine entscheidende und existenzielle Komponente wird selten bedacht: die Persönlichkeit. Gründer mit Persönlichkeit kommen einfach weiter.

Persönlichkeit ist gefragt, wenn es um das Auftreten gegenüber potenziellen Kunden geht oder auch eine Präsentation vor Kapitalgebern. Als Gründer verkaufen Sie sich sozusagen selbst mit Ihrer Persönlichkeit. Persönlichkeit braucht es auch um eigene Ziele zu erreichen oder ein Team zu führen und zu motivieren.

Persönlichkeitsmerkmal Gründertyp

Man kann schon sagen, dass Gründer ganz besondere Typen von Menschen sind, insbesondere wenn sie erfolgreich sind. Wer gründet und erfolgreich sein möchte muss bestimmte Eigenschaften mitbringen und entwickeln. Wer schon mal gegründet hat, weiß wie viel Kraft so eine Gründung braucht, trotz der mitschwingenden Euphorie. Diese Kraft umfasst sowohl Belastbarkeit, als auch Durchhaltevermögen. Als Gründer schlage ich mir vielleicht gerade am An-fang so manche Nacht um die Ohren und komme möglicherweise nicht unbedingt mit einer 35-Stundenwoche aus. Um ein Unternehmen zum Laufen zu bringen, sind einfach so viele Arbeiten nötig die später wegfallen. Da müssen bürokratische Hürden genommen werden, Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden, Partner und Mitarbeiter gewonnen werden, erste Kunden akquiriert werden, Software und IT eingerichtet werden oder gar ein ganzes Firmengebäude eingerichtet werden. Über Arbeit können sich Gründer jedenfalls nicht beklagen und genau deshalb brauchen sie genügend Durchhaltevermögen. Auch was den Erfolg der Unternehmung betrifft, kann es einige Zeit dauern, bis dieser sich endlich einstellt. Eine solche Durststrecke braucht schon Kraft. Viele Gründer scheitern meines Er-

Foto: Fotolia.com - © pikselstock

Tobias Ain

Tobias Ain ist Vortragsredner und Verkaufstrainer. Er ist Autor verschiedener Bücher zum Thema Verkauf. Als Verkaufsexperte wurde er bereits einem breiten Publikum, unter anderem über Pro7, Sat1, RTL und WDR, bekannt. Über 25.000 erfolgreiche geführte Verkaufsgespräche und 25 Jahre Verkaufserfahrung haben ihn zum Praxisprofi gemacht. www.tobiasain.de

achtens nach, kurz vor der letzten "Kurve". Hätten sie noch ein bißchen länger durchgehalten, wäre ihnen der Erfolg gewiss gewesen. Womöglich liegt es am ausgeprägten Sicherheitsdenken der Deutschen, dass wir gern mal zu früh den Schwanz einziehen und den Weg nicht bis zum Ende gehen. Fragt man erfolgreiche Unternehmer, bestätigen sie, dass ihr großer Durchbruch meist nach einem außergewöhnlichen Hindernis kam.

Verkaufen ist Disziplin

Dass ein tolles Produkt oder eine geniale Idee noch lange nicht ausreichen um damit erfolgreich Umsatz zu machen, spüren Gründer, wenn es darum geht das Produkt oder die Dienstleistung letztendlich an den Mann oder an die Frau zu bringen. Ein Gründer drückte es einmal treffend aus, wenn er sagte: "Gründen wäre ja so einfach, wenn da nicht noch das Verkaufen wäre".

Es gibt einen häufig auftretenden Denkfehler bei Gründern. Sie denken Marketing ist das Gleiche wie Verkaufen. Dies ist einer der häufigsten Gründe warum Gründungen scheitern und aus guten Ideen teure Flops werden. Deshalb einmal kurz zum Unterschied zwischen Marketing und Verkauf. Auch wenn beides benötigt wird und sich beide Disziplinen ergänzen. Mit Marketing versuche ich als Unternehmer eine Marke aufzubauen und Reichweite zu generieren. Das bedeutet ich spreche mit meinen Marketingaktionen möglichst viele Menschen und möglicherweise verschiedene Zielgruppen an. Klassischerweise geschieht das mit sogenannten besonderen Verkaufsmerkmalen (USP = Unique Selling Proposition). Weil ich möglichst viele Menschen mit meinem Marketing abholen will, kommuniziere ich möglichst viel und breit. Im Verkauf aber möchte ich den einzelnen Kunden ansprechen. Statt vieler besonderer Produktmerkmale, braucht dieser eine Kunde eine ganz spezielle Ansprache. Ich muss auch herausfinden was genau dieser Kunde braucht und muss entsprechende Fragen stellen. Gemäß seinen individuellen Bedürfnissen mache ich ihm ein Angebot. Das Ganze nennt man auch Verkaufen.

Gründer müssen verkaufen können

Sobald ich aber verkaufe habe ich es mit Widerständen Seitens des Kunden zu tun. Und hier erkennt man wieder ein wichtiges Persönlichkeitsmerkmal erfolgreicher Gründer, die Disziplin. Das bedeutet an etwas festzuhalten, auch wenn es schwierig wird. Um Kunden zu überzeugen brauche ich eine Strategie und dann brauche ich Disziplin um mich daran zu halten. Als Gründer dürfen Sie nicht gleich bei der ersten Absage aufgeben. Ein guter Verkäufer muss mehr "Neins" als "Jas" verkraften. Wenn es mir als Gründer schwerfällt zu verkaufen, sollte ich unbedingt daran arbeiten. Investieren Sie in einen guten Coach und lernen Sie Verkaufen.

Als Gründer muss ich im besonderem Maße in der Lage sein, Menschen zu überzeugen. Wer gründen will muss mit Menschen können. Der Unternehmer, der seine Kunden besonders gut versteht, kann sein Angebot am besten an die Bedürfnisse seiner Kunden anpassen. Der Kunde fühlt sich verstanden, was wiederum zu mehr Vertrauen führt, eine wichtige Währung im Verkauf.