

# **Die 10 häufigsten Fehler nach der Existenzgründung**

## **Daten**

Autor: Torsten Montag

Version: 1.0

Datum: 30.09.2016

## Inhaltsverzeichnis

<i>Einleitung</i>	<u>3</u>
<i>Fehler Nr. 1: Der Terminfehler oder Lieferfehler</i>	<u>4</u>
<i>Fehler Nr. 2: Der Stück für Stück Fehler oder Lagerfehler</i>	<u>5</u>
<i>Fehler Nr. 3: Der Erreichbarkeitsfehler</i>	<u>5</u>
<i>Fehler Nr. 4: Der Rechtfertigungsfehler</i>	<u>6</u>
<i>Fehler Nr. 5: Der Kunde denkt nicht Fehler</i>	<u>6</u>
<i>Fehler Nr. 6: Der Verhandlungsfehler</i>	<u>7</u>
<i>Fehler Nr. 7: Der Kommunikationsfehler</i>	<u>7</u>
<i>Fehler Nr. 8: Der Reklamationsfehler</i>	<u>8</u>
<i>Fehler Nr. 9: Der Buchführungsfehler</i>	<u>8</u>
<i>Fehler Nr. 10: Der Werbefehler oder Visitenkartenfehler</i>	<u>9</u>

## **Einleitung**

Unter den Fehlern nach der Existenzgründung verstehen wir sämtliche Fehler des Existenzgründers nach der Beantragung von Fördermitteln, der finanziellen Planungen des neuen Geschäfts, der Gewerbeanmeldung und der Meldung beim Finanzamt. Es ist also eher der Zeitraum der Geschäftstätigkeit, des operativen Geschäfts, des Kundenkontakts sowie des Alltags des Gründers mit seinen regelmäßigen Fallstricken, Klippen und Tücken zu betrachten.

Bei der Mehrzahl der Fehler spielt der Kunde eine enorm wichtige Rolle. Der Gründer sollte sich bewusst sein, dass der Kunde das Geld ins Unternehmen bringt, man ihn also sehr sorgsam und zugleich bestimmt behandeln muss, ähnlich wie man auch ein rohes Ei behandelt.

## **Fehler Nr. 1: Der Terminfehler oder Lieferfehler**

Nichts ist schlimmer als Unpünktlichkeit oder ganz und gar unvorhergesehene und nicht angekündigte Terminabsagen bzw. geplatzte Termine. Informieren Sie Ihre Kunden auch über Verspätungen im Bereich bis zu 10 Minuten. Ein Anruf genügt und ein Handy hat heutzutage jeder. Oft reicht schon ein kurzer Satz wie: „Es dauert etwas länger, in 10 Minuten bin ich da.“ Der Kunde ist beruhigt, kann weiter planen und fühlt sich umsorgt. Dieser Terminfehler kann im Onlinehandel mit dem Lieferfehler verglichen werden. Lieferzeiten von drei bis 10 Wochen sind einfach unnormal und im heutigen Zeitalter nicht mehr zu akzeptieren. Auch wenn Hersteller oder Zulieferer mit logistischen Problemen, Fertigungsverzögerungen aufgrund von fehlenden Rohstoffen oder Materialien oder anderen Problemen argumentieren, können Sie dies nicht auf ihre Kunden abwälzen. An dieser Stelle greift auch der Rechtfertigungsfehler. Just in Time, also die Fertigung aufgrund einer Bestellung, ist zwar betriebswirtschaftlich und logistisch sehr sinnvoll und spart Lagerkosten und Zeit, kann aber eben zu enormen Lieferschwierigkeiten führen, was aus unserer Sicht einem Kunden im Zeitalter von Onlinebestellung und Globalisierung nicht mehr zuzumuten ist. Klären Sie das mit Ihren Geschäftspartnern. Sein und liefern sie pünktlich, denn das erwarten Sie von Ihren Geschäftspartnern doch auch, oder?

## **Fehler Nr. 2: Der Stück für Stück Fehler oder Lagerfehler**

Im Zusammenhang mit dem Terminfehler oder Lieferfehler steht häufig dieser Fehler, der dazu führt, dass Lieferungen oder Leistungen nicht an einem Stück erbracht werden, sondern aufgrund von Problemen bei Lieferung von Material oder Personalmangel Stück für Stück, verzögert bis zur endgültigen Fertigung oder Leistung erfolgen. Der Kunde bekommt also mehrere Pakete, der Postbote klingelt daher auch wesentlich öfter, so dass immer die Wahrscheinlichkeit steigt, das nicht zustellbare Paket, bei der Post abholen zu müssen. Ärger, Stress und ein unzufriedenes Gefühl beim Kunden sind vorprogrammiert, was sich auf jeden Fall negativ auf Ihr Image und die bereits beschriebene Mund zu Mund Propaganda auswirkt. Auch nervig für den Kunden, der Handwerker, der 5x anrückt, bis das geschuldete Werk oder die Sache endgültig fertig ist. Organisieren und planen Sie im Vorfeld, um diesen Fehler zu vermeiden oder zumindest zu minimieren!

## **Fehler Nr. 3: Der Erreichbarkeitsfehler**

Dieser Fehler wird von Gründern häufig durch die Mittagspause oder andere lieb gewonnene Gewohnheiten verursacht, in welcher Kundenanfragen oder potentielle Käufer nicht bedient oder beraten werden können. Der Gründer sollte sich dem bewusst sein, dass sich der Kunde nur einmal vor den Kopf stoßen lässt und beim zweiten Mal sein Geld der Konkurrenz bringt. Durchbrechen Sie einfach alte Gewohnheiten und zeigen Sie sich, ihren Kunden und auch der Konkurrenz, dass Sie für alle präsent am Markt sind und eben nicht gerade in der Mittagspause oder im Außendienst. Nur wer da ist, kann auch verkaufen.

## **Fehler Nr. 4: Der Rechtfertigungsfehler**

Der Kunde ist nicht an ihren Problemen interessiert, möchte nicht wissen, warum etwas zu spät oder gar nicht geliefert werden kann und möchte im allgemeinen ausschließlich ein positives Käuferlebnis verspüren, also gute Ware zu günstigen Preisen mit bemerkenswerten Service. Langweilen Sie ihre Kunden nicht mit ihren Problemen, lösen sie diese einfach und präsentieren Sie sich ihren Kunden in einem ausgesprochenen makellosen und glänzenden Licht. Warum etwas nicht geklappt hat oder Dinge nicht so sind wie sie sein sollten, interessieren den Kunden nicht, das ist Ihr Problem, lösen sie es!

## **Fehler Nr. 5: Der Kunde denkt nicht Fehler**

Diesen Fehler konnten wir nicht nur bei gewöhnlichen Handwerkern, Händlern in der Stadt oder Dienstleistern beobachten, sondern gerade auch im Internethandel, bei eBay oder anderen Onlineshops entdecken. Dem Kunden wird indirekt unterstellt, er denke nicht mit und nimmt alle Vorschläge, Informationen und Produkte so hin, wie sie ihm vorgesetzt werden. Fehler werden heimtückisch vertuscht, versteckt oder Nachteile des Produktes nicht mit den Vorteilen zusammen kommuniziert. Der Kunde merkt dies, weil er sich das Produkt selbstverständlich in Ruhe angeschaut hat oder auch später zu Hause untersucht. Dieser Fehler führt unweigerlich zu Reklamationen, welche im Zusammenhang mit dem Reklamationsfehler ohne Frage zu einem Kundenverlust und sogar zu einer negativen Reputation, also zu einem Imageverlust führen. Behandeln Sie Ihre Kunden so, wie sie auch selbst behandelt werden möchten! Oder möchten Sie vom Verkäufer verklappt und hinter Licht geführt werden? Umsatz ist nicht alles, Kundenbindung und Kundenzufriedenheit ist wichtiger, denn das führt zu Umsatz.

## **Fehler Nr. 6: Der Verhandlungsfehler**

Jeder Händler muss in einem seiner ersten Schritte Waren einkaufen und in diesem Zusammenhang Preise vergleichen und auch Preisverhandlungen führen. Gerade hier reagieren Existenzgründer zu verhalten. Mangelndes Selbstbewusstsein, Angst vor dem Verhandlungspartner und fehlende Preisinformationen im Vorfeld führen häufig zu schlecht verhandelten Preisen beim späteren Wareneinkauf. Der Gründer sollte an sich selbst glauben und ruhig mit einer aggressiven Verhandlungsstrategien in den Preiskampf gehen. Unser Tipp: Besuchen Sie vor derartigen Verhandlungen ein Workshop oder ein Seminar zum Thema Verhandlungsgeschick trainieren. Die kosten zwar Geld, bringen in der Regel aber auch einen kräftigen Schub Selbstvertrauen und genau das ist der Schlüssel zum Verhandlungsglück im Preiskampf.

## **Fehler Nr. 7: Der Kommunikationsfehler**

Unter dem Kommunikationsfehler verstehen wir das falsche oder fehlende Verhalten in Bezug auf die Kommunikation mit dem Kunden. Regelmäßige Kundenpflege per Telefon, direkt oder aber auch die Informationsmitteilung per E-Mail über den Versandzustand, die Auslieferung oder den Zahlungseingang vermitteln dem Kunden ein sicheres Gefühl, beim richtigen Händler das richtige Produkt gekauft zu haben. Hier gilt auch wieder der Spruch: „Klasse statt Masse.“ Also bitte nicht zehn verschiedene Statusmails senden, sondern wenige Mitteilungen und dafür bestimmt, so dass der Kunde sich nicht genervt fühlt.

## **Fehler Nr. 8: Der Reklamationsfehler**

Gerade als Existenzgründer kann die Abwicklung einer Reklamation ein Hervorhebungsgrund von der Konkurrenz sein. Der Kunde erwartet eine schnelle und unbürokratische Abwicklung, ohne Fragen oder Erklärungen. Erst recht im Onlinehandel ist die Konkurrenz groß, so dass ein gutes und kundenorientiertes Reklamationsmanagement ein Muss für jeden Händler sein sollte. In diesem Fehler spielt die Mund zu Mund Propaganda hinein. Nur ein Kunde der durch eine außergewöhnliche Abwicklung positiv überrascht wurde, spricht auch positiv von dem bestimmten Händler und bringt so ohne weitere Werbekosten zusätzliche Kunden. Wird der Kunde hingegen entgegen seiner Erwartungen bei einer Reklamation enttäuscht, geht das Ganze nach hinten los. Enttäuschen Sie nicht, verwundern Sie!

## **Fehler Nr. 9: Der Buchführungsfehler**

Dieser Fehler ist mit dem Beratungsfehler vergleichbar und eng verbunden, bezieht sich jedoch auf die regelmäßig monatliche Erstellung der Buchführung, der Erfassung der Einnahmen und Ausgaben und der daraus zu entwickelnden betriebswirtschaftlichen Auswertung ( BWA), welche einigen Ämter gerade in der Existenzgründerphase vorzulegen ist. Existenzgründer glauben häufig die Buchführung mit einem gekauften Computerprogramm selbst erledigen zu können, mit der Begründung, das Programm mache ja die Arbeit, ich brauch nur die Zahlen eingeben. Und genau so ist es nicht. Ohne das Fachwissen eines Buchalters entstehen viele Fehler. Was sowohl im Beratungsfehler und im Buchführungsfehler gleich ist, der Gründer verbringt zu viel Zeit mit Dingen, von denen er keine Ahnung hat. Die Zeit fehlt selbstverständlich um das Hauptgeschäft zu führen, Kunden zu gewinnen sowie den Versand oder die Auslieferung der bestellten Ware durchzuführen.

## **Fehler Nr. 10: Der Werbefehler oder Visitenkartenfehler**

Diesen Fehler beobachten wir sehr häufig, da er ein breites Spektrum an kleineren oder größeren Einzelfehlern beinhaltet. Ein guter Kaufmann oder Verkäufer ist in den seltensten Fällen auch ein guter Werbergrafiker oder Designer. Aber sehr viele Unternehmer versuchen sich in dieser Branche, um entweder Geld oder Zeit zu sparen. Häufig wird aus beiden Zielen nichts. Der Unternehmer sollte die Gestaltung seiner Werbemittel, Visitenkarten, Flyer, Zeitungsannoncen oder Plakate einem Fachmann überlassen. Bitte auf keinen Fall mit einem Textverarbeitungsprogramm, kostenlosen Cliparts und Bildern aus dem Internet und normalem Briefpapier die Werbekampagnen selber starten. Das wirkt in der Regel billig, komisch, unfachmännisch und verfehlt somit den eigentlichen Werbezweck.

In diesem Sinne: Werden Sie Fehlerfrei!