



# DIE HAUFIGSTEN FEHLER VON START-UPS. UND WIE MAN SIE VERMEIDET.

Start-ups schießen nur so aus dem Erdboden. Doch genau so schnell sind viele wieder von diesem verschwunden. Woran liegt das? Wir haben die häufigsten Fehler zusammengestellt. Und liefern Empfehlungen zur Vermeidung – natürlich ohne Gewähr auf sofortigen Erfolg.

## 1. DIE GRÜNDER.

Oft liegt es an den Gründern, dass das Unternehmen keinen Erfolg hat. Die Gründe dafür sind aber so unterschiedlich wie die Gründer selbst.

Dem Alleingründer fehlt es beispielsweise an Sparrings-partnern, Kritik und Reibungsfläche. Häufig verrennt der einsame Wolf sich in der Idee oder bekommt die Arbeit allein verständlicherweise nicht geschultert.

Natürlich kann auch der gegenteilige Fall eintreten: zu viele Gründer. Und deswegen zu viele Meinungen, zu viele Abstimmungsrunden, zu wenig Produktivität. Je größer die Gruppe, desto träger die Prozesse und wahrscheinlicher die Konflikte. Womit wir beim nächsten Punkt wären – Streit. Den kann es immer geben, manchmal so heftig, dass das Start-up daran zu Grunde geht.

Der letzte Gründergrund: Der oder die Gründer sind keine Gründer. Es mangelt an Engagement, Durchhaltevermögen, Kompetenz, Geschick oder Verkaufstalent – im schlimmsten Fall an allem.

Unsere Empfehlung:

3–5 Personen mit unterschiedlichen Kompetenzen, die anpacken, alle Bereiche abdecken und sich gut ergänzen – fachlich wie menschlich.

## 2. DIE IDEE.

Jedes Start-up sollte eine Idee haben, ein innovatives Produkt oder einen nie dagewesen Service. Ergo: Man sollte nichts liefern, was es schon gibt oder niemand braucht. Dass das trotzdem immer wieder passiert, ist ein weiterer Grund für das Scheitern vieler Start-ups.

Unsere Empfehlung:

Kopien gibt es schon genug auf der Welt. Entscheidend ist die Idee. Jetzt muss man sie nur noch finden.

## 3. DIE STRATEGIE.

Ohne sauber ausgearbeiteten Businessplan sollte kein Unternehmen gegründet werden. Zielgruppe, Mitbewerber und Markt müssen detailliert analysiert werden. Erst, wenn die Herangehensweise steht, sollte es losgehen. Viele Start-ups machen diesen Fehler trotzdem.

Unsere Empfehlung:

Einen detaillierten Businessplan erstellen und mit Experten abgleichen. Von der Erfahrung anderer zu profitieren, ist clever.

## 4. DAS GELD.

Ein zu erwartender Punkt. Es gibt Start-ups, die wenig Geld haben und dadurch nötige Investitionen nicht tätigen können. Und es gibt Start-ups mit viel Geld, die dieses falsch oder gar nicht einsetzen. In beiden Fällen ist der Output überschaubar.

Es gibt sogar Fälle, in denen zu viel Geld eingesammelt wurde. Klingt komisch, ist aber so. Viel Geld bedeutet Druck, kurzfristige Ziele erreichen zu müssen – langfristige bleiben dabei manchmal auf der Strecke.

Unsere Empfehlung:

Sich um Investoren bemühen und sie sorgfältig auswählen. Nicht nur auf Geld, sondern vor allem auf Kontakte und Expertise achten. Das eingesammelte Geld sollte dann gewissenhaft an den richtigen Stellen eingesetzt werden. Wie sagt man so schön: „Nicht alles auf einmal ausgeben.“

## 5. DER ZEITPUNKT.

Manche Unternehmen lassen sich mit dem Produktlaunch so lange Zeit, bis die anvisierte Nische von einem Mitbewerber besetzt ist. Andere gehen zu früh an den Markt. Das kann aus zwei Gründen fatale Folgen haben. Einerseits kann das Produkt noch nicht reif für den Markt sein, andererseits der Markt noch nicht reif für das Produkt.

Viele Jungunternehmer meinen, dass Start-ups immer sofort durch die Decke gehen müssen. Es stimmt, dass es häufig rasant geht und es einen bestimmten Tag der Initialzündung gibt. Nur ist das nicht immer Tag 1, sondern kann gern auch mal Tag 1498 sein.

Unsere Empfehlung:

Schnell sein. Gründlich sein. Geduldig sein. Und immer den Markt im Auge behalten.

## 6. DAS PERSONAL.

Ein Bekannter kann gut programmieren. Die Cousine von einem ehemaligen Kommilitonen kann super Photoshop. Und der beste Freund hat im Kindergarten immer die schönsten Mandalas gemalt. Alles schön und gut. Ein Start-up ist aber nicht dazu da, Freunde und Familie mit Jobs zu versorgen.

Wenn die Qualität der Arbeit nicht stimmt, ist es auch einfacher, einen Fremden zu entlassen als einen Freund. Womit wir schon beim nächsten Punkt wären: Ist das Personal unzuverlässig oder schlicht schlecht, muss man sich trennen – so billig die Arbeitskraft auch sein mag.

Unsere Empfehlung:

Nicht am Personal sparen. Lieber einmal mit Profis als fünfmal mit Amateuren. Das spart im Endeffekt Zeit, Geld und vor allem Nerven.

## 7. DIE WIEDERHOLUNG.

Der Klassiker: den gleichen Fehler zweimal machen – oder noch öfter.

Unsere Empfehlung:

Aus Fehlern lernen – so abgedroschen das auch klingen mag.

## 8. DAS PECH.

Manchmal hat man einfach Pech. Auch wenn alles bedacht und umgesetzt wurde, können Start-ups scheitern.

Unsere Empfehlung:

Dranbleiben. Weitermachen.

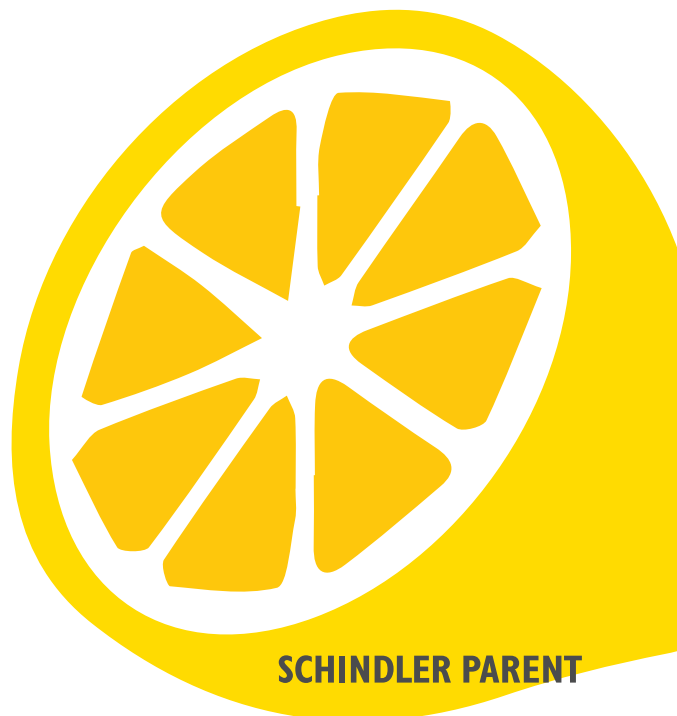
## 9. DIE MARKE.

Billig produzierte Werbemittel, keine Stringenz im Markenauftritt oder wenig durchdachtes Naming. Die Fehlerquellen sprudeln unnachgiebig. Vieles wird „quick and dirty“ und selbst gemacht. Halbgares ist an der Tagesordnung – das schmeckt aber leider nicht.

Menschen vertrauen Marken – oder eben nicht. Darum ist überzeugende und konsequente Markenkommunikation so wichtig.

Unsere Empfehlung:

Schindler Parent. Start-ups brennen für ihre Idee. Gemeinsam machen wir aus diesem Feuer eine Marke, die den Menschen im Gedächtnis bleibt.



**SCHINDLER PARENT**