

## Das Ich-Unternehmen

Vor einem Jahr präsentierte die Hartz-Kommission auf 343 Seiten ihre Vorschläge, womit die Arbeitslosigkeit bis 2005 halbiert werden sollte, also Mini-Jobs, Zeit- und Leiharbeit sowie die so genannten Ich-AG's.

Zur Verdeutlichung der Situation der Arbeitslosen, die in die Selbständigkeit geführt werden, sollen die folgenden Zahlen Auskunft geben:

Im ersten Jahr der Existenzgründung bekommen die Gründer vom Arbeitsamt 600 Euro monatliche Unterstützung, im zweiten Jahr 360 Euro und im dritten Jahr 240 Euro pro Monat. Leider wissen viele Inhaber dieser Ich-AG's nicht, auf was sie sich da einlassen, denn von den monatlichen Subventionen müssen unter anderem die Sozialversicherungsbeiträge, also Krankenversicherung und Rentenversicherung bezahlt werden. Damit bleiben von den 600 Euro Gründerzuschuss weniger als die Hälfte.

Von den seit Inkrafttreten der Reform gegründeten 127.000 Ich-AG's sind bereits 12.000, das sind immerhin 9%, wieder in die Pleite gegangen und stehen sich finanziell heute noch schlechter als vor der Selbständigkeit. Was sind die Gründe, warum so viele das erste Jahr nicht überstehen und wie sind sie zu vermeiden?

Ein Grund für die Pleitewelle ist das Fehlen tragfähiger Konzepte vieler Neugründungen. Die zuvor Arbeitslosen machen sich zu wenig Gedanken um ihr zukünftiges Geschäft. Ein Businessplan könnte da Abhilfe schaffen. Seine Erstellung wird von vielen Gründern jedoch eher als „Bedrohung“, denn als Chance gesehen. Ein schlüssiges Geschäftskonzept ist der rote Faden, an dem sich ein Existenzgründer orientiert und mit dessen Hilfe er sich bewusst macht, was er eigentlich will. Je durchdachter eine Planung und Finanzierung, umso größer ist auch die Chance für eine erfolgreiche Gründung, das Überleben und Wachsen seines Unternehmens.

Fragen wie "Wie sieht der Markt aus, in dem ich mich bewegen will?" oder "Wer sind meine Wettbewerber?", "Was ist mein Alleinstellungsmerkmal?" werden nicht genug durchdacht. In der Praxis werden fehlende Differenzierungskriterien oft über die Preispolitik entschieden, das heißt, man "verkauft" sich so preisgünstig wie möglich um wenigstens einen Wettbewerbsvorteil zu haben, und hofft, sich durch viele Aufträge solange über Wasser halten zu können, bis man genug Kunden beisammen hat, um "richtige" Preise machen zu können.

Marketing-Expertin Ramona Terrail-Mignon von der HOMERAN Unternehmensberatung erklärt das so: "Die heutigen Marktverhältnisse führen zu einem extremem Wettbewerbs- und Preisdruck. Nur wer sich eindeutig positioniert hat hier eine Chance sich zu behaupten. Auf strategische Lücken folgt immer der Misserfolg und durch eine zu geringe Kapitaldecke auch schnell die Insolvenz." Die bayerische Sozialministerin Christa Stewens befürchtet ebenfalls eine weitere Pleitewelle, sobald die Förderung vom Arbeitsamt reduziert wird, also gegen Ende 2006.

Die Bundesagentur für Arbeit meldet unterdessen ein ungebrochenes Interesse an den Gründungen von Ich-AGs. Ziel ist es, so die Bundesregierung auf ihrer Internet-Seite, "mit der Ich-AG Eigeninitiative und Gründungen zu motivieren und vor allem der Nachfrage nach kostengünstigen Dienstleistungen besser gerecht zu werden. Bei einer Ich-AG stehen Gründerinnen und Gründern aber auch alle anderen Tätigkeiten offen, die selbständig ausgeübt werden können."

Dennoch, das Defizit im unternehmerischen Bereich, das heißt in der Marketingstrategie, der Finanz-Budgetierung, dem Selbst- und Zeitmanagement, der Eigenwerbung, ist weiterhin gewaltig. „Hier vor allem gilt es anzusetzen. Die Existenzgründer müssen erst lernen, wie Unternehmer zu werden“, so Frau Terrail-Mignon.

Zeichen: 3635 inkl. Leereichen