

# Checkliste für Dein Business



Hallo,

wenn Du dieses Freebook in den Händen hältst, hast Du schon den ersten Schritt gemacht, um Deine Geschäftsidee zu verwirklichen oder um Dein bisheriges Unternehmen neu zu entdecken.

Diese Checkliste soll Dir dabei helfen, einige wichtige Fragen zu klären. Nimm Dir daher genug Zeit. Schließlich legst Du mit den Antworten fest, in welche Richtung Du Fahrt mit Deinem Unternehmen aufnehmen willst.

Wenn Du schon ein Unternehmen hast, kannst Du noch einmal überprüfen, ob das, was Du Dir vor einem oder zwei Jahren überlegt hast, jetzt auch in der Praxis so funktioniert. Vielleicht musst Du Deine Antworten anpassen oder Deine Arbeitsweise noch einmal überdenken.

Je genauer die Definition Deines Unternehmens ist, desto leichter wird es Dir fallen, auch anderen eine klare Vorstellung davon zu vermitteln. Das gilt sowohl für Deine Kunden, als auch für die Menschen, mit denen Du zusammenarbeitest. Auch ein guter Grafiker wird Dich nach vielen dieser Punkte fragen, um ein Design, ein Logo oder eine Homepage zu entwickeln, das/die perfekt auf Dich und Deine Ideen abgestimmt ist.

Ein Beispiel: Ein Zoodirektor möchte eine Horde Affen davon überzeugen, in seinen neuen Zoo einzuziehen. Er versuchst den Affen ihr neues Zuhause schmackhaft zu machen: „Ihr Gehege ist optimal temperiert, eine eigene Schneekanone sorgt jeden Tag für Neuschnee und den Lachs können Sie direkt aus dem See fischen - frischer geht es nicht.“ Vielleicht hätte dieser Zoodirektor lieber einen Eisbären fragen sollen. Auf Dein Businesskonzept bezogen heißt das: Wenn Du Deine Zielgruppe (die Affen) nicht genau kennst, kannst du auch kein passendes Produkt (das Gehege) für sie attraktiv gestalten.

Nimm Dir also genug Zeit, um herauszufinden, welche Facetten in Deiner Businessidee stecken und um sie Stück für Stück zum Leben zu erwecken.

Dein Schrift-Talent  
Stefanie Schröder

# Deine Idee



## Was ist Deine Geschäftsidee?

Du solltest Deine Idee in ein oder zwei Sätzen zusammenfassen können. Je klarer Deine Idee ist, desto mehr können sich später auch Deine Kunden darunter vorstellen.

## Was macht Dein Unternehmen besonders?

Schau Dir an, was die Konkurrenz zu bieten an. Was macht Dein Unternehmen besonders? Ist Dein Konzept anders? Bedienst Du eine Nische? Bist Du billiger, bist Du exquisiter?

## Wer ist Deine Zielgruppe?

Wen willst Du mit Deinen Produkten/Deiner Dienstleistung ansprechen?

Deine Antwort sollte nicht sein: Alle. Denn nicht alle Menschen benötigen Windeln, nicht jeder Hauseigentümer möchte einen Schwimmteich im Garten haben, nicht jeder Haushalt besitzt einen Internetanschluss. Es geht nicht darum, alle Leute anzusprechen, sondern die richtigen. Es geht nicht darum, wer Deine Produkte/Deine Dienstleistung prinzipiell in Anspruch nehmen könnte, sondern darum, wen Du ansprechen willst.

## Wo erreichst Du Deine Zielgruppe?

Website, Facebook, Instagram, Tik Tok, Xing, Zeitungsinserat, Flyer im Supermarkt... Welche Plattform der Werbung Du brauchst, hängt davon ab, wo Deine Zielgruppe ist.

## Wie heißt Dein Unternehmen?

Je nach Rechtsform muss Dein Unternehmen Deinen Namen tragen. Ansonsten kannst Du hier aber kreativ werden. Denke daran, dass der Name auch über mehrere Jahre verständlich bleiben muss. Google, ob es schon andere Unternehmen in der gleichen Sparte gibt. Halte mehrere Ideen fest und überlege zusammen mit dem nächsten Punkt, welche Optionen am besten zusammen passen.

## Cooperate Design?

Die Antworten auf die ersten fünf Fragen können den Grundstein für ein Design von Briefpapier, Logo, Homepage und Co. bieten.

Welche Farben gefallen Dir? Was würde gut zu Deiner Geschäftsidee passen? Gibt es ein bestimmtes Symbol, das Du damit verbindest? Was fände Deine Zielgruppe ansprechend?

# Warum soll ich zum Grafiker? : : : : :

Mit diesen sechs Fragen hast Du natürlich noch kein Unternehmen gegründet. Es gibt noch eine Menge weiterer Fragen, denen Du Dich stellen musst: Welche Rechtsform ist die richtige für Deine Idee? Brauchst Du ein Büro, eine Produktionsstätte oder arbeitest Du ausschließlich online oder direkt beim Kunden? Wie sieht es mit der Finanzierung aus? etc. Hier hilft Dir die Seite [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

Diese sechs Fragen helfen Dir vielmehr einen roten Faden zu entwickeln, damit auch andere Leute eine klare Vorstellung von Deiner Vision bekommen. Zum Beispiel ein Grafiker, der für Dich eine Homepage, ein Logo, Briefpapier oder Visitenkarten erstellt. Seine Aufgabe ist es nämlich Deine Ideen und Vorstellungen dem Kunden vor allem optisch schmackhaft zu machen.

Ob wir zum Beispiel einen Flyer ansprechend finden oder nicht, entscheidet maßgeblich das Aussehen. Also die Kombination aus Schrift, Grafik und Farbe. Die gezielte Anordnung dieser Elemente nennt der Grafiker Layout. Ein gutes Plakat schafft es, Dich auf eine Veranstaltung aufmerksam zu machen, an die Du selbst nie gedacht hättest. Ein schönes Layout bringt Dich dazu, einen Text zu lesen, der Dir viel zu lang wäre. Zeitungsverlage haben ganze Abteilungen, die sich damit auseinandersetzen.

Ein Logo ist im Idealfall ein komprimiertes Symbol Deines Unternehmens und Deiner Idee dahinter. Ein Flyer informiert nicht nur über eine bevorstehende Veranstaltung, sondern zeigt durch das Layout auch, welche Atmosphäre den Besucher erwartet (feierlich, geschäftlich, familienfreundlich) - ohne darüber ein direktes Wort zu verlieren. Daher fragt Dich ein guter Grafiker nach Deiner Geschäftsidee und setzt sich mit ihr auseinander.

Scheue Dich also nicht davor, die optische Gestaltung Deines Business' in professionelle Hände zu geben. Denn auch das Auge entscheidet über die Gewinnung neuer Kunden. Sei vorsichtig mit Portalen, die ausschließlich über Onlineformulare arbeiten und keinen persönlichen Kontakt vorsehen. Hier bekommst du oftmals Fließbandarbeit, aber keine individuelle Ergebnisse.

---

Willst Du jetzt durchstarten? Ich helfe Dir dabei:

[Stefanie-Schroeder@Schrift-Talent.de](mailto:Stefanie-Schroeder@Schrift-Talent.de)