

<http://erfolgs.heim.at>



100 Geschäftsideen & die Zukunft

<http://erfolgs.heim.at>

100 Geschäftsideen

Von Fremdsekretariat bis Preisagentur

1. Fremdsekretariat

Einmannfirmen und Handwerker, die viel außer Haus sind, haben das Problem, daß ihre Kunden immer nur den Anrufbeantworter erreichen. Um nicht alles übers Handy zu erledigen sondern den Eindruck eines funktionierenden Sekretariats zu geben, gibt es erste Angebote von Fremdsekretariaten, auf die Anrufe und Faxe automatisch umgeleitet werden. Diese Bürofirma managt beliebig viele Kunden, vereinbart Termine, übernimmt Schreibarbeiten, etc.

2. Tagesmutter, Leihomi

Nachwievor gibt es zuwenig Kindergartenplätze und Angebote von Tagesmüttern. Der Markt ist meistens in der Nachbarschaft zu finden, da berufstätige Frauen überall geeignete Betreuungen für ihre Kleinkinder suchen. Ideal auch für ältere Personen!

3. Heimkrankenpflege

Der Trend, alte Menschen und Pflegebedürftige aus den Spitälern hinaus in die Heimkrankenpflege zu entlassen, eröffnet neue Geschäftschancen. Es besteht vor allem in den Ballungsräumen Bedarf nach ganzheitlichen Angeboten, die alte und kranke Menschen nicht nur besuchen, sondern auch Transporte zu Behandlungen, Einkäufe und Behördenwege erledigen.

4. Freelancer

Die extrem hohen Lohnnebenkosten motivieren immer mehr Firmen, alternative Beschäftigungsformen anzubieten - sprich: sich um eine Anstellung zu drücken. Das muß nicht immer ein Nachteil für den Jobsuchenden sein. Vor allem in Branchen wie EDV, Medien, Weiterbildung oder Werbung kann man als Freelancer mit mehreren Kunden weit besser verdienen als im Angestelltenverhältnis. Die Tüchtigen setzen sich rasch durch. Ein absolut investitionsloser Weg in die Selbständigkeit.

5. Hauszusteller

Die Supermärkte starten derzeit großflächige Versuche mit Hauszustellung (Merkur, Meinl). Damit schaffen Sie auch ein neues Bewußtsein, daß nicht nur der Pizza-Mann ins Haus kommt. Springen Sie auf den Zug auf und entwickeln zusätzliche Angebote für Hauszustellung (andere Produkte, Kooperation mit Handelsketten).

6. Contentmanager

Auch größere Firmen entschließen sich heute dazu, die Inhalte ihrer Websites extern aktualisieren zu lassen. Der Contentmanager erstellt und aktualisiert sämtliche Inhalte einer Website eines Unternehmens. Er ist für alle Inhalte der Website verantwortlich und ist die Schnittstelle zwischen Marketingabteilung, Verkauf und EDV. Mehr dazu unter Contentmanager

7. Feng Shui Berater

Feng Shui, die jahrtausend alte chinesische Philosophie für ein glückliches und gesundes Leben, liegt heute auch bei uns im Trend. Immer mehr private Personen aber auch Unternehmen entschließen sich, ihre Wohnung oder Büroräumlichkeiten nach Feng Shui gestalten zu lassen. Professionelle Feng Shui Berater sind gefragt denn je! Mehr dazu unter Feng Shui im Buero und Sator .

8. Elektrogeräte-Reparateur

Kaputte Waschmaschine, Heizung, Geschirrspüler, Herd - immer ein absoluter Horror. Bieten Sie doch die Hausreparatur aller Elektrogeräte an samt Mietstücken, falls die Reparatur außer Haus erfolgen muß oder Ersatzteile nicht lagernd sind. Wenn Sie dazu eine intelligente Logistik aufbauen und kundennah operieren, werden Sie Erfolg haben.

9. Firmen-Glückwunschkarten

Wenn der Manager einem Geschäftsfreund zu Geburtstag, Hochzeit oder Firmenjubiläum gratulieren möchte, kommt bei der Sekretärin Panik auf. Wo gibt es eine schöne, individuelle Glückwunschkarte, die vielleicht noch das Logo der eigenen Firma ziert? Null Problemo, falls Sie diese Idee aufgreifen und Firmen fertige Lösungen anbieten. Ideen z.B unter Grusskarten.

10. Oldtimer-Konservierung

Der Markt für Oldtimer boomt. Doch wo kann ich mein Schmuckstück richtig pflegen, konservieren und über den Winter einstellen? Dies wäre vor allem ein Service für Oldtimer-Besitzer, die nicht gerne selber schrauben oder sich sonstwie die Hände schmutzig machen. Ideen z.B unter Oldtimer.

11. Autotelefon-Einbau

Im Auto telefonieren ist nur noch mit Freisprecheinrichtung erlaubt. Dies ist vor allem ein Problem für Firmen mit größerer Fahrzeugflotte. Wenn Sie von diesem Business etwas verstehen und die richtige Werbe- und Vertriebsstrategie wählen, werden Sie genug zu tun haben. Und: der Handy-Markt boomt nachwievor.

12. Party-Organisator

Das amerikanische Franchise-Unternehmen Partyland boomt damit, Parties zu organisieren und jede nur denkbare, originelle Dekoration und Verköstigung anzubieten. Wäre das nicht eine Idee für hierzulande? Ideal für Partytiger, um aus einer Leidenschaft gleich den Beruf zu machen. Übrigens: Partyland sucht nachwievor einen Franchisepartner für Österreich. Mehr dazu unter Partyland.

13. Franchise-Börse

Mit Franchising eröffnen Sie ein eigenes Geschäft mit einer bereits erfolgreich eingeführten Geschäftskonzeption. Diese wird nur durch neue Franchisenehmer dupliziert - sprich von Ihnen regional eingesetzt. McDonalds ist dafür das beste Beispiel.

14. Büro-Grünpflanzen & Pflege

Grünpflanzen schaffen im Büro ein angenehmes Arbeits- und Raumklima. Dennoch bleibt das Grün aus vielen Büros verbannt: Darauf vergessen, zu pflegeintensiv, niemand hatte bisher Zeit dafür, sind oftgehörte Begründungen. Der Markt ist sicher da für ein umfassendes Angebot, Firmen mit entsprechendem Gemüse auszustatten, sowie die Pflege und den Austausch zu übernehmen.

15. Büro-Gallerist

Junge Künstler suchen permanent Gelegenheiten, ihre Werke einem zahlungskräftigen Publikum zu präsentieren. Viele Generaldirektoren wiederum schmücken sich gerne mit einem besonderen künstlerischen Verständnis und hängen Bilder von jungen Talenten auf. Gefragt ist ein gutes Künstler-Management, das Chefbüros in eine permanente Vernissage verwandelt. Neben dem Boss selbst wird jeder Besucher die Kunstwerke sehen. Viele dieser Leihgaben werden auch gekauft!

16. Haustier-Pension

Etwa 3 Millionen Katzen und 1 Million Hunde besitzen Herr und Frau Österreicher. Besonders in der Urlaubssaison platzen Tier-Pensionen aus allen Nähten. Es gibt hierzulande eine Unterversorgung von seriösen und sauberen Urlaubsquartieren für Haustiere. Auch der alternative Weg - Tierpfleger kommen während des Urlaubs ins Haus, um die Katzen zu füttern, wird noch kaum angeboten.

17. Marken-Kreator Gute Marken und Produktnamen zu finden, ist für Unternehmen und Agenturen oft sehr schwer. Schließlich soll es gut klingen, innovativ und unverwechselbar sein! Hier gibt es ein neues, kreatives Betätigungsfeld.

18. Weinetiketten designen

Junge Grafiker beginnen zumeist damit, Speisekarten für die Gasthäuser in der Nachbarschaft zu designen. Bei entsprechenden Kontakten in Weingegenden ist jedoch das Entwerfen von professionell gestalteten Weinetiketten wesentlich interessanter. Jeder Weinbauer weiß, daß mehr mit dem Auge als mit dem Gaumen gekauft wird.

19. In-Pub

In einigen Bundesländern stellt die Gastronomie die Hälfte aller Firmenneugründungen. Untersuchungen zeigen, daß die Gründung eines neuen Lokals sehr riskant, aber auch sehr lukrativ sein kann. Das Konzept und der Wirt entscheidet über den Erfolg. Das Risiko läßt sich wiederum mit dem richtigen Franchisekonzept einschränken. Relativ neue Ketten (wie das amerikanische Hooters) besitzen noch genügend Wachstumspotential.

20. Personal Trainer

In der Fitneß-Branche boomt die Idee des Personal Trainings. Vor allem Berufstätige raffen sich nur schwer auf, ins Fitneß-Center zu gehen oder selbst sportliche Betätigung in der Freizeit zu organisieren. Der Personal Trainer erstellt ein individuelles Aufbau- und Trainingsprogramm, bezieht die Ernährung mit ein - und kommt sogar zum Trainieren ins Haus.

22. Go-Kart-Verleih an Private

Die Karthallen von Alexander Wurz (Kart-o-Mania) und Co. boomen derzeit. Indoor-Kart ist Fun und In. Jeder begeisterte Hobbyrennfahrer würde sich gerne ein Kart fürs Wochenende ausborgen um auf einem geeigneten Privatgelände die Sau rauszulassen oder an den zahlreichen Rennveranstaltungen teilzunehmen. Für alle, die nicht gleich ein eigenes Kart kaufen möchten, fehlt es an den entsprechenden Verleih-Firmen.

23. Web Research-Agentur

Kaum eine Firma nützt das Internet für berufliche Recherchen, weil die Zeit und das Know how fehlt. Dabei wäre es durchaus nützlich, Patente auszuforschen, Marktuntersuchungen im Web gezielt zu suchen oder ganz konkret Exportgeschäfte anzubahnen. Ein klarer Job für eine Web-Research-Agentur, die gezielt Sherlock Holmes im Internet spielt.

24. Rechtshelfer

Firmen brauchen häufig juristische Wege, für die ihr Anwalt zu teuer kommt: Firmenbuchauszüge, Markenmeldungen, Standard-Vertragsformulare und vieles mehr. Eine Geschäftsidee für praktisch denkende Jus-Studenten, die damit On the Job Erfahrung sammeln und Geld verdienen könnten.

25. Online-Shop Betreuer

Unternehmen haben oft nicht ausreichend qualifizierte Mitarbeiter, um den bestehenden Online-Shop betreuen. Aktionen oder Gewinnspiele werden organisiert, User betreut.

26. Baustoffwiederverwertung

Häuslbauer müssen oft teuer den Aushub für den Keller entsorgen. Andere suchen wiederum Material zum Aufschütten und kaufen dieses teuer zu. Die Vermittlung von Angebot und Nachfrage - im Stile einer Aushubbörse - ist eine lukrative Marktlücke. Das Internet würde dazu die ideale Plattform bieten, um beide Seiten zusammenzubringen.

27. Handbuch-Redakteur

Jährlich kommen hunderttausende Produkte auf den Markt, mit einer beigelegten Bedienungsanleitung. Vor allem heimische Importeure kämpfen mit Übersetzung und Gestaltung von Manuals aus Fernost. Wenn Sie eine Organisation entwickeln, die diese Arbeit rasch und kostengünstig erledigt, werden Sie in Aufträgen untergehen.

28. Computerkurse für Kinder

Kinder wachsen heute ganz natürlich mit Computern auf: Computerspiele und multimedialer Unterricht sind selbstverständlich. Für lernschwache Kinder oder besonders Interessierte auf diesem Gebiet, macht das Angebot von speziellen Kursen Sinn, ausgerichtet auf das spielerische Lernen. Zum Teil könnte dieses Angebot über interaktive Programme im Internet funktionieren.

29. Miethausfrau

Gesellige Singles, die Freunde gerne nach Hause einladen, sind es entweder leid zu kochen oder sind nicht gerade Talente im Schwingen des Kochlöffels. Ein entsprechendes Service, eine sogenannte Miethausfrau, die Menüs vorschlägt und bei dem Kunden frisch zubereitet, nach dem Besuch noch abwäscht und aufräumt, würde ein attraktives Angebot darstellen. Aus der vielgescholtenen Putzfrau würde so eine wesentlich höherwertige und anerkannte Tätigkeit werden.

30. Milbenfeuerwehr

In den Schlafzimmern nistet sich unsichtbares Getier ein, das der Gesundheit und dem Wohlbefinden schadet. Meist ist es ein konkreter Anlaß wie Hautauschlag oder Husten, der die Menschen plötzlich für das Thema Milben sensibilisiert. Obwohl für diese Milbenfeuerwehr ein klarer Bedarf besteht, findet man in der Umgebung kaum einen Dienst, der diesen Job dann RASCH ausführt.

31. Diabetiker-Shop

Rund 500.000 Diabetiker benötigen hierzulande spezielle Informationen, Leistungen und Produkte: Nahrungsmittel, Kochbücher, Blutzuckermessgeräte, Teststreifen und vieles mehr. In einer Kombination aus Shop, Informationsstelle und Kommunikationszentrum ließe sich der Diabetiker-Shop in Ballungszentren sinnvoll betreiben.

32. Call a friend

Eine bereits in Deutschland eingeführte Idee für Singles und alte Menschen ist der Freund auf Abruf. Unsere Gesellschaft produziert immer mehr einsame, alleingelassene Menschen, die plötzlich unparteiischen, einfühlsamen Rat brauchen. Für all jene ist der Mietfreund ein willkommener Ansprechpartner. Ergänzend kann er auch Schachpartner, Reisebegleiter, Kindersitter - oder der fehlende Mann in der Fußballmannschaft sein.

33. Scheidungs-Mediator

Wenn sich zwei streiten - freut sich der Anwalt! Gefragt sind in allen Konfliktsituationen - wie Scheidung, Erbschaftsstreit, etc - unparteiische Schiedsrichter, die im beiderseitigen Interesse eine gütliche Einigung vermitteln. Diese Lösung ist selbst bei einem fürstlichen Honorar für den Mediator günstiger als ein gerichtliches Verfahren, das noch dazu immer mit einem bitteren Beigeschmack endet.

34. Umzugs-Manager

Besonders für Berufstätige ist ein Wohnungswechsel der blanke Horror. Entweder geht dabei der Jahresurlaub drauf oder die gesamte Freizeit für die nächsten Monate. Der Umzugs-Manager plant die kostengünstigste und sinnvollste Vorgangsweise, bereitet alles für den Umzug her und organisiert zum richtigen Zeitpunkt Spedition und Hilfskräfte. Im neuen Heim werden alle Installateurs- und Elektrikerarbeiten zum Anschluß der übersiedelten Geräte organisiert. Ein Traumjob für Organisationstalente.

35. Fremdsprachenhosteß

Die Berlitz-School entwickelte ursprünglich dieses Berufsbild, um dem Heer der arbeitslosen Absolventen von Sprachschulen und Universitäten neue Jobchancen zu schaffen. Die Fremdsprachenhosteß kombiniert Übersetzungsleistungen mit Dienstleistungen. Einsatzgebiete sind internationale Messen, Betreuung von Reisegruppen und die Begleitung von ausländischen Geschäftspartnern. Fluggesellschaften und Kongreßveranstalter suchen ebenfalls die Fremdsprachenhosteß.

36. Gag-Autoren

Keine amerikanische Late-Night-Show kommt ohne Gag-Autoren mehr aus. Die Medienwelt sucht immer mehr Unterhalter als Informierer, da Nachrichten zunehmend von Shows verdrängt werden. Sind Sie bekannt für Ihr loses Mundwerk und in jeder Runde derjenige, der die Wuchteln schiebt? Dann denken Sie doch über ein Konzept nach, womit Sie damit auch Geld verdienen können!

37. Ahnenforscher

Wen interessiert nicht seine Abstammung? Ahnenforschung ist in Amerika längst ein anerkanntes Business, mit dem sich gut verdienen läßt. Das Internet bietet bezüglich Recherche und Bewerbung dieser Geschäftsidee ein ideales Medium. Offerieren Sie diese Idee auch gleich als perfektes Geschenk und Überraschung für Freunde und Verwandte.

38. PC-Tuning

Es ist schon ein besonderer Frust, wie rasch Computer veraltern. Eine Alternative zum Neukauf alle paar Jahre ist das Aufrüsten alter Computer. Damit kann üblicherweise zu halben Kosten die Leistung eines neuen Geräts erzielt werden. Einsatzgebiet für PC-Tuning sind aber auch Neugeräte, wenn es beispielsweise darum geht, einen neuen Billigstcomputer mit geringen Mitteln zu einer Rennmaschine umzubauen. Was beim Auto ein Milliardengeschäft ist, sollte bei Computern auch möglich sein.

39. Windows-Trainer

Der Umstieg auf eine neue Computergeneration ist immer auch das Neulernen der Möglichkeiten eines neuen Betriebssystems und neuer Software. Entweder spielen (und ärgern) sich dann die Leute selbst herum, besuchen aufwendige Kurse oder wälzen dicke Bücher. Jede zeit-ökonomische Lösung, wie ein Windows-Trainer, der rasch und günstig das Wesentliche erklärt, wäre daher höchst willkommen. Etwa: Alles zum neuen Computer in nur einem Tag!

40. Urlaubskräfte-Trainer

Wer trainiert in den Firmen eigentlich die Aushilfskräfte? Meistens versuchen dann Kollegen eine rasche Einschulung - oder resignieren rasch - und setzen die Urlaubsvertretung zum Kaffeekochen ein. Falls Sie großen Firmen ein überzeugendes Konzept vorschlagen können, wie sie Aushilfskräfte rasch und konsequent einschulen und so zu leistungsfähigen Mitarbeitern machen, werden Sie mit dieser Idee sicher Erfolg haben.

41. Telefonkosten- Optimierer

Der neue Wettbewerb bei Festnetz- und Handytarifen schafft ein neues Berufsbild: Firmen tun sich im Tarifdschungel schwer, die kostenoptimale Telefonlösung auszuknobeln. Unabhängige Telefonberater bieten dazu bereits erfolgreich Lösungen an. Der Telefonmarkt wird auch langfristig in Bewegung bleiben und permanent Geschäftschancen in der Beratung bieten. Wer hier immer am Ball bleibt und mit seinen Angeboten flexibel reagiert, schafft eine exzellente Geschäftsbasis.

42. Energie-Berater

Nach der Liberalisierung des Telefonmarktes folgt nun der Energiemarkt. Nach den Großabnehmern für elektrische Energie wird es auch günstige Angebote für kleine und mittlere Unternehmen und letztlich auch für Private geben. Der politische Trend zu Energiesteuern wird es für Unternehmen noch attraktiver machen, Energie zu sparen und billig einzukaufen. Das Berufsbild des Energieberaters, der auch durchaus Verkaufsmittler sein kann, verspricht lukrativ zu werden.

43. Produkt-Designer

Entwicklungsabteilungen werden von Firmen zunehmend ausgelagert. Es hat sich herumgesprochen, daß Externe zumeist kreativer sind - und keine Lohnkosten produzieren. Integriert in eine ausgelagerte Produktentwicklung ist auch das Design, das eine immer wichtigere Rolle beim Erfolg eines neuen Produktes spielt. Die Industrie wird daher in den nächsten Jahren ganz massiv Aufträge für Produkt-Entwicklungen außer Haus geben.

44. Essen auf Rädern

Das Greißlersterben hinterläßt vor allem in ländlichen Gebieten echte Versorgungslücken. Sehr erfolgreich sind daher Ansätze, dort einen rollenden Supermarkt einzusetzen. Wie bei einem Busfahrplan kommt er zu fixen Zeiten vor die Haustür. Mit den notwendigen Kenntnissen und Kontakten vor Ort und entsprechendem Organisationstalent, tut sich hier eine erfolgreiche Geschäftsidee auf.

45. Fuhrpark-Verkäufer

Vom Auto des Generaldirektors bis hin zu den Lieferautos: beim regelmäßigen Erneuern der Firmenflotte wird viel Geld im Eintausch verloren. Für die Betriebe selbst sind jedoch Initiativen zum Eigenverkauf viel zu kompliziert und zeitaufwendig. Praktiker aus dem Autohandel könnten sich daher mit einem entsprechenden Angebot an die Unternehmen profilieren - und gegen Provision ausrangierte Fahrzeuge direkt verkaufen. Bei der Neuanschaffung lukrieren die Firmen dann einen entsprechend besseren Kaufpreis ohne der Hypothek von Fahrzeugen zum Eintausch.

46. Aquarienfleger

Derzeit boomt der Verkauf von großen und optisch gestylten Aquarien. Tierboutiquen machen damit ihr bestes Geschäft. Nur selten ist den stolzen Besitzern bewußt, wie pflegeintensiv und schwierig die permanente Pflege kommt. Spätestens in Urlaubszeiten, wenn niemand Kompetenter den Job übernimmt, ist die Verzweiflung groß. In Kooperation mit Tierboutiquen (diese erhalten Vermittlungsprovision) würde das Angebot der Aquarienflege großen Anklang finden.

47. Graffiti-Reiniger

Die einen nennen es Graffiti oder politische Manifestation, die Betroffenen eine Schweinerei. Wer einmal bewußt das Ausmaß verunstalteter Hausfassaden beobachtet hat, kann sich den Wunsch nach kostengünstigen Formen der Beseitigung vorstellen. Wer etwas von Fassadenreparatur versteht, könnte hier ein hervorragendes Betätigungsfeld finden.

48. Gebäudemanager

Facility Management ist ein junger Geschäftszweig, der für Unternehmen das günstige Instandhalten ihrer Gebäude übernimmt. Büros, Fabriken, Hotels und Einkaufszentren sind die wichtigsten Kunden. Das Problem in diesem rasch wachsenden Markt ist derzeit, überhaupt jemanden Kompetenten zu finden, der noch freie Kapazität besitzt. In privaten Wohnhausanlagen werden zunehmend die guten, alten Hausbesorgerjobs durch Facility Manager ersetzt, die alles rund um Reinigung, Beleuchtung, Beheizung und Aufzug erledigen.

49. Sicherheitsberater

Die Risiken nehmen für Firmen insgesamt zu - und Versicherungen weigern sich immer öfter, bestimmte Risiken zu übernehmen. Besonders gravierend nehmen Risiken auf Geschäftsreisen zu. Statt martialischen Privatdetektiven und Bodyguards sind modern ausgebildete Sicherheitsberater gefragt, die effiziente Lösungen für schwer versicherbare Risiken anbieten.

50. Vereinsmanager

Die zehntausenden Vereine in Österreich stehen vor dem großen Umbruch. Professionalität im Management steht den Vereinen als große Revolution ins Haus. Wer auch noch im nächsten Jahrtausend seine Vereinsaktivitäten erfolgreich gestalten will, wird um professionelles Vereinsmanagement nicht herumkommen. Gefragt sind erfahrene Wirtschaftsmanager, Organisationstalente sowie Werbe- und PR-Leute, die gegen gutes Geld dieses Geschäftsfeld der Zukunft entdecken.

51. Wellness-Trainer

Körperliche Bewegung, Ernährung und Lebensweise vereinen Wellness-Trainer zu einem ganzheitlichen Ansatz des Wohlbefindens. Dieser Trend geht weit über reine Fitness hinaus. In Zusammenarbeit mit Seminarveranstaltern, Ernährungstrainern und Fitness-Centers findet ein kommunikativer Wellness-Trainer rasch eine gutbetuchte Kundschaft. Mehr zum WellnessTrainer.

52. Allergologe

Allergien sind mittlerweile die Volkskrankheit Nummer 1. Umweltbelastungen und Unverträglichkeiten werden von den Menschen nicht länger hingenommen. In Praxisgemeinschaften von Ärzten sind Allergologen eine gerngesehene Ergänzung zu praktischen Ärzten und Dermatologen. Ein Job, der leider immer mehr Kunden finden wird.

53. Haustechniker

High-Tech-Geräte und Elektronik haben das Innenleben von Geschäfts- und Privathäusern längst erobert. Damit steigt auch der Bedarf an Technikern, die sowohl konventionelle Haustechnik als auch die Steuerelektronik verstehen. Firmen wie McDonalds schließen Verträge mit Haustechnikern, die auf Abruf sofort vor Ort erscheinen, wenn ein Kühlschrank oder ein Küchengerät streikt - ein Job mit extrem großem Zukunftspotential.

54. Holz-Baumeister

Weg von Beton und Ziegel hin zu ökologischem Baumaterial, ist ein starker Trend in der Bauwirtschaft. Holzbaumeister haben Hochsaison. Sie fertigen und montieren in Fabriken und stellen ein Haus oft binnen zwei, drei Wochen auf die Beine. Es bedarf jedoch eines großen Verkaufstalents, um viele Vorurteile gegen Holzbauten zu entkräften.

55. Windkraftwerke

Die ersten Windkraftwerke haben ihr Pilotstadium hierzulande erfolgreich abgeschlossen. Mit der Liberalisierung des Strommarkts und Subventionen für erneuerbare Energien werden die Windräder auch kommerziell interessant. Die Planung und Umsetzung dieser Anlagen ist derzeit vor allem in Industriezentren und Shopping-Citys auf der grünen Wiese ein heißes Geschäft.

56. Info-Broker

Wissen ist Macht - und auch Geld! Datenbank-Recherchen, Adressensuche oder Statistikabfragen, mit und ohne Internet, finden einen rasch wachsenden Markt. Ideal ist die Kombination mit einem Adreßverlag oder mit Public Relations. Ein heißer Tip für aktive PR-Leute, die neue Betätigungsfelder suchen.

57. Technische Redaktion

Technologieorientierte Unternehmen finden nur schwer Zugänge zu Medien und Öffentlichkeit, weil sie ihre Produkte kaum in einer Alltagssprache erklären können. Technische Redakteure besitzen sowohl das notwendige Hintergrundwissen als auch die Fähigkeit, eine technische Materie klar und kompakt zu vermitteln. Ideal für PR-Jobs, Foldertexte und technische Erklärungen jeder Art.

58. Tele-Tutor

Seminare und Sprachkurse für Mitarbeiter werden zunehmend ins Internet verlagert. Der Tele-Tutor und Trainer nutzt dabei Computer-Datenbanken und das Telefon für das punktgenaue Lehrprogramm für seine Kunden. Diese Form der betrieblichen Weiterbildung ist extrem flexibel und individuell einsetzbar.

59. Entsorger

Industrie und Haushalte stöhnen über Entsorgungsgebühren jeder Art. Die Gemeinden verwenden diese Gelder nachwievor in erster Linie für die Deponierung. Daher sind alle intelligenten Lösungen gefragt, die Entsorgung im Sinne einer Wiederverwertung verstehen.

60. Mechatroniker

Industrieanlagen verlangen nach mechanischer und elektronischer Installation, Wartung und Reparatur. Der Job eines Mechatronikers verlangt vor allem nach lebenslangem Lernen, konform zur Weiterentwicklung der Technik. Ein besonders hoher Prozentsatz von Spezialisten auf diesem Gebiet machen sich früher oder später selbständig, weil sie für ihre Kunden unverzichtbar geworden sind und auf eigene Rechnung besser verdienen.

61. Qualitätsmanager

Der Trend zum Total Quality Management in der Wirtschaft schafft auch neue Berufsbilder. Nach der Zertifizierung beginnt oft erst die eigentliche Arbeit der permanenten Weiterentwicklung des Qualitätsmanagements. Ein hervorragendes Geschäftsfeld tut sich hier auf für Unternehmensberater und Controller.

62. Aussenhändler

Wer viel in der Welt herumgekommen ist, entwickelt ein Gespür für internationale Marktlücken. Ausländische Manager sind oft erstaunt, welche exzellente Produkte hierzulande erzeugt, aber überhaupt nicht exportiert werden, vor allem von mittelständischen Unternehmen. Eine Dienstleistung, die intelligente Exportkonzepte entwickelt und umsetzt, hat daher ein großes Geschäftspotential.

63. Hotliner

Im One to One-Marketing wird der persönliche Kundenkontakt großgeschrieben. Der Kunde wird als Individuum hofiert. Ein Kernbaustein ist die Telefon- oder E-Mail-Hotline, die rasch und flexibel auf Wünsche reagiert. Hotlines werden immer öfter von den Unternehmen an Spezialisten ausgelagert, da sie das Business besser verstehen und günstiger kommen.

64. EU-Berater

Seit dem österreichischen EU-Beitritt haben sich Unternehmen mit einem zusätzlichen Verwaltungs-Moloch herumzuschlagen. Darüber kann man sich entweder grün und blau ärgern, über den zusätzlichen Papierkram, aber auch die Chancen offensiv nutzen. EU-Berater informieren gegen gutes Geld über Förderungen, Tricks im Umgang mit der EU-Bürokratie und über Lobbying in Brüssel.

65. Auto-Mobilservice

Teure Autos fahren zumeist Menschen mit wenig Zeit. Wenn es nur ein Angebot gäbe, daß ein Spezialist kommen könnte, der das Prunkstück fachmännisch reinigt und dabei das schöne Leder nicht ruiniert? Der auch noch Motoröl, Scheibenwaschflüssigkeit checkt, die Winterreifen montiert und auch das Jahresservice erledigt?

66. Hundesitter Hundebesitzern fehlt es leider oft an Zeit, drei mal täglich mit dem treuen Gefährten gassi zu gehen. Hier ist ein professionelles Services gefragt: Hundesitter holen Hunde ab, gehen spazieren und bringen sie zu vereinbarten Zeit wieder nach Hause. Ideal für auch für ältere Menschen!

67. Sport-Pub

Die Paradeidee des ?Hard Rock-Caf?rund um die Welt haben Sport-Pubs weiterentwickelt. Gäste treffen sich zu Liveübertragungen im Satellitenfernsehen, um gemeinsam Premier League oder American Football zu sehen; selbstverständlich bei Guinness-Beer oder Löwenbräu. Gegenüber dem Ausland ist diese Szene in Österreich noch sehr unterentwickelt und hat daher jede Menge Potential.

68. Nachlaß-Verwerter

Die Generation der Erben wurde noch nie so reich von ihren Vorfahren beschenkt wie heute. Dabei wird jedoch nur selten der nostalgische Wert geschätzt. Nachlaß-Verwerter, die mehr sind als Antiquitäten-Händler, nützen diesen Trend für gute Geschäfte. Im Wesentlichen müssen sie exzellente Vertriebswege für so ziemlich jede Produktkategorie kennen. Kein leichter Job, aber sehr einträglich für smarte Geschäftsleute.

69. Firmen-Museum

Tradition und Erfahrung sind erfolgreiche Imageattribute für alteingesessene Firmen. Für Porsche oder Mercedes ist es leicht, ein Firmenmuseum zu betreiben, um Kapital aus der eigenen Geschichte zu schlagen. Aber wer bietet ein ähnliches Konzept einer Traditionsfirma wie zum Beispiel Mautner Markhof oder Donau Versicherung an? Darüber nachzudenken, lohnt sich garantiert!

70. Frühstücks-Service

Daß Pizza und Chinese-Food ins Haus geliefert werden, ist schon selbstverständlich. Ein Frühstücksservice müßte vor allem an faulen Wochenenden noch besser gehen. Am Vorabend bestellt, ist dann das Aufwachen doppelt erfreulich. Und wir Österreicher haben doch eine Frühstückskultur, die sich sehen und genießen lassen kann.

71. Event- und Hausmesse-Organisator

Geschäftskunden werden immer verwöhnter und schwerer zugänglich. Events und Hausmessen sind ein guter Weg, Zugangsbarrieren zu überwinden, weil sie Geschäftliches mit Geselligem verbinden. Die Unternehmen haben jedoch verstanden, daß sie für die Organisation Spezialisten brauchen, um peinliche Flops zu vermeiden. Nachwievor gibt es dafür einen großen Markt.

72. Feng-Shui-Berater

Die uralte, chinesische Harmonielehre boomt seit Jahren auch in der westlichen Welt. Im Geschäftsleben läßt sich dieses Wissen nutzbringend umsetzen, um positive Umgebungseinflüsse in Büros und Besprechungszimmern zu betonen. Mit der nötigen Ausbildung und Überzeugungskraft ist Feng-Shui-Beratung ein lukratives Geschäft.

73. Kommerzieller Postkarten-Schreiber

Handgeschriebene Werbung fällt auf und wirkt persönlich. Besonders gut gemachte Beispiele sind händisch geschriebene Postkarten, die kommerzielle Einladungen oder Produktwerbungen sind. Sie müssen dazu eine Organisation entwickeln, die handgeschriebene Werbung für Firmen leistbar macht.

74. Computer-Notdienst

Kaputte Festplatten, Laufwerke, etc. sind in Unternehmen zumeist eine mittlere Katastrophe. Firmen, die nachwievor ohne Netzwerk arbeiten, trifft ein Absturz besonders hart. Ein Notfallservice könnte mit Express-Reparatur und Leihgeräten arbeiten - oder gar mit vollausgestatteten Ersatz-Arbeitsplätzen. Gekoppelt könnte dieser Dienst mit einer Versicherung gegen Betriebsausfall sein.

75. Öko-Werbeberater

Im Vergleich zu den Zeiten von Hainburg ist das Thema Umweltschutz ziemlich abgeflaut. Die Wirtschaft versteht kaum mehr zu punkten, indem sie sich ein grünes Mäntelchen umhängt. Auf der anderen Seite wurden enorme Umweltinvestitionen getätigt - freiwillig oder unfreiwillig. Gefragt sind nun Werbeprofis, die kreative Konzepte entwickeln, wie dennoch das Firmenimage aufpoliert werden kann.

76. Tourismus und Internet

Für Fremdenverkehrsbetriebe ist das Internet eine kostengünstige, neue Werbeschiene. Bei der Vielzahl heimischer Tourismusbetriebe und nur einer Handvoll wirklich guter Internet-Berater liegt hier ein gigantisches Geschäftspotential für die nächsten Jahre.

78. Bekleidung für Außendienst

Installateure, Monteure, Fahrradboten und viele andere Außendienstmitarbeiter besitzen nachwievor keine professionelle Arbeitskleidung. Sie soll einerseits schmutzabweisend, andererseits im Sommer und Winter tragbar sein und noch gut aussehen im Firmenlook. Wer Nützlichkeit mit optischer Gefälligkeit unter einen Hut bringt, wird viel damit verdienen, große Firmen auszustatten.

79. Dosenrecycling

Alleine Coca Cola hat geschätzte 25.000 Getränkeautomaten in Österreich herumstehen. Der deutsche Gesetzgeber zwingt bereits Softdrinkfirmen, die überwiegend Aludosen vertreiben, zur Vorlage von Recyclingkonzepten - oder zu hohen Strafzahlungen. Gefragt sind Konzepte, die das Problem der leeren Dosen am Point of Sale lösen. Eine Aufgabe für kluge Köpfe und Tüftler.

80. Fundraising-Agenturen

Tue Gutes und Rede darüber beherzigen Firmen zunehmend bei sozialen und ökologischen Anliegen. Doch viele wertvolle Projekt können mangels ausreichender Finanzierung nicht realisiert werden. Es fehlt an Fundraising-Spezialisten, die den Unternehmen den Nutzen eines Sponsorings verständlich und nutzbringend aufbereiten.

81. Mobile Garderobe

Für Großevents wie City-Marathon oder Konzerte gibt es zwar mobile Toiletten - aber keine mobile Garderobe. Hier klafft eine riesengroße Marktlücke, die mit entsprechendem Konzept und ausgeklügelter Logistik gewinnbringend ausgenutzt werden könnte. Ideal für jeden Typ von Freiluft-Veranstaltungen!

82. Urlaubs-Gartenservice

Die Österreicher verteilen zunehmend ihren Urlaub aufs ganze Jahr. Auch außerhalb der Hauptreisezeit sind immer rund 5 % der Bevölkerung im Urlaub. Für Hausbesitzer mit Garten ist es oft schwer, jemanden zu finden, der im Urlaub den Garten pflegt, die Unversehrtheit des Hauses prüft (Einbruch) und vielleicht noch die Katzen füttert. Ein vertrauenerweckendes, umfassendes Urlaubs-Service wäre sicher hoch willkommen.

83. Arbeitsschutz

Unternehmen, Versicherungen und Behörden führen einen permanenten Kampf gegen Arbeitsunfälle. Es gibt zwar jede Menge an behördlichen Auflagen zum Arbeitsschutz, aber kaum individuell und vor Ort ausgearbeitete Konzepte, um diesen intelligent umzusetzen. Denn es fehlt an Spezialisten, die diese Lösungen entwickeln und auch die Umsetzung anbieten. Zur Finanzierung gäbe es genug Geld, das Unternehmen und Versicherungen zur Prävention ausgeben würden.

84. TeekulturKaffeehäuser und Restaurants sind zwar gut und vielfältig ausgestattet, solange es um Kaffee geht, aber zumeist ratlos bei der Frage: welche Tees haben Sie? Dabei holt auch hierzulande die Teekultur immer mehr gegenüber dem Kaffee auf. Die Gastronomie würde dringend eine sinnvolle Ausstattung benötigen, um guten Tee verschiedenster Sorten wohlschmeckend, einfach und rasch zubereiten zu können. Ideen z.B unter Tee.

85. Fitneß für KongresseKongresse und Seminare würden dringend Fitneßangebote für zwischendurch benötigen. Anstatt die Pausen gähnend mit Kaffee zu überbrücken, wäre ein Fitneßtrainer wahrscheinlich mehr willkommen, der die Tagungsteilnehmer im wörtlichen Sinne auflockert. Dies wäre auch eine attraktive Abwechslung im faden Programm-Ritual.

86. Linkshänder-Produkte Ein Thema für Linkshänder, die selbst am besten wissen, welche Tätigkeiten im Alltag besonders ärgerlich auf Rechtshänder zugeschnitten sind. Linkshänder vereinigt Euch, in einem Verein oder Club, der auch gleich die entsprechenden Produkte vertreibt, wäre ein geniales Marketinginstrument dazu.

87. Pokale und Medaillen Wer freut sich noch wirklich über die faden Pokale und Medaillen, die bei Sport- und Gesellschaftsereignissen zu gewinnen sind. Alle stammen aus billigen Großserien ohne jeden Witz. Produktdesigner und Grafiker hätten hier eine vielbedankte Aufgabe, neue Wege für die Entwicklung und Herstellung von Pokalen und Auszeichnungen jeder Art zu gehen.

88. Miet-Dekoration Bürogebäude könnten wesentlich gefälliger eingerichtet werden, wenn die dekorativen Elemente wie ein großer Wasserstein oder eine Skulptur nicht so teuer in der Anschaffung wären. Für Künstler wäre es auch lukrativer, ihre Werke nicht ungenutzt herumstehen zu haben, bis sie vielleicht jemand kauft, sondern über eine Spezialagentur an Büros zu vermieten. Wenn dann nach Ablauf der Mietzeit das Prunkstück abgeholt werden soll - vielleicht wird es dann sogar angeschafft?

89. Hundeecke in der Gastronomie Hundebesitzer, die essen gehen, verstecken ihren Vierbeiner zwangsläufig unter dem Tisch. Innovative Gastronomiebetriebe könnten in ihrem Lokal eine eigene Hundeecke einrichten, wo die Tiere sich wohlfühlen und mit Snacks versorgt werden. Wer entwickelt eine Hundeecke für Lokalbesitzer, die auch genügend Platz haben?

92. Hauswein Marketing wird immer individueller, um erfolgreich zu sein. Grafiker könnten Weingüter ein flexibles Etikettiersystem anbieten, das jedem privaten Weinkäufer ab einer bestimmten Menge sein personalisiertes Weinetikett gibt. Der Name Hausmarke würde so wörtlich genommen werden. Welcher Gastgeber würde nicht gerne seinen Besuchern einen guten Wein anbieten, der den eigenen Namen.

93. Schokolade-Blumen Die Kreativität der Schokoladefirmen endet meist beim Osterhasen. In Amerika boomen derzeit Party-Services, die dekorative Schokolade-Blumen anbieten. Der Geschäftserfolg dieser Idee hat dort selbst die kühnsten Erwartungen übertroffen.

94. Schwimmteiche Schwimmteiche statt Swimming Pools, dieser Trend setzt sich ungebrochen fort. Feuchtbiotope, Naturgärten und Brunnen kommen dem Wunsch nach einer naturnahen Lebensweise entgegen. Daß dieses Konzept mitunter pflegeleichter und kaum teurer sein kann als der langweilige Pool, hat zum Erfolg wesentlich beigetragen.

95. Pillen-Box Wer täglich seine Medikamente schlucken muß, ist im permanenten Kampf gegen die Vergeßlichkeit. Gerade für unterwegs fehlt es an praktischen und gefällig designten Boxen für die Medikamente. Warum es dafür noch nichts gibt?

96. Badewannen-Sanierung Über die Jahre werden Badewannen ganz schön unansehnlich. Die Industrie hat daher spezielle Beschichtungstechniken entwickelt, die die komplette Innenseite erneuert, ohne daß es daher zu einem Tausch der Wanne kommen muß. Für diese leicht zu verkaufende Idee gibt es noch kaum einen Vertrieb. Eine gutes Zusatzangebot vor allem für Installateure.

97. Service für alte Schreibmaschinen

Nachwievor gibt es erstaunlich viele Firmen, die sich dem Computer gänzlich verweigern. Gute, alte Schreibmaschinen verrichten dort ihren Dienst, genauso wie Liebhaberstücke bei Privatpersonen. Die elektronische Revolution hat die meisten der alteingesessenen Servicebetriebe vom Markt gefegt. Erstaunlich viele Leute suchen oft verzweifelt nach Reparatur oder Reinigung der guten, alten Schreibmaschine.

98. Baumchirurgie

Im innerstädtischen Bereich leiden die meisten Baumarten unter Schadstoffen und Schädlingen. Die Stadtverwaltungen prüfen permanent neue Angebote, wie der Baumbestand erhalten und gepflegt werden kann. Hier geht es einerseits um neue Verfahren, aber auch um kostengünstige Wege, diese auf zehntausende Bäume anzuwenden. Kreative Baumchirurgen oder junge Absolventen der Bodenkultur könnten damit ihr eigenes Business aufbauen.

99. Dachgärten-Gestalter

Dachbodenausbauten und Gestaltung von Dachterrassen ist der Immobilien-Hit der letzten Jahre. Städter wollen gerne hoch hinaus und Hausherren den bislang ungenutzten Platz verwerten. Spezielle Gestaltungsideen wie das Anlegen von Dachgärten, die die Individualität der Konzepte noch verstärken, kommen extrem gut an. Ein neuer Hoffungsmarkt für Landschaftsarchitekten und Gärtnereien.

100. Preisagentur

Das Internet eröffnet neue Möglichkeiten zur (grenzüberschreitenden) Recherche nach dem Bestpreis für ein bestimmtes Produkt. Vor allem in Amerika, aber auch in Deutschland etablieren sich Preisagenturen im Internet. Der Kunde gibt sein aktuelles Bestangebot für ein Produkt bekannt. Die Agentur recherchiert eine günstigere Bezugsquelle und erhält nur im Erfolgsfall ein fixes Honorar oder einen Prozentsatz (30 %) der Ersparnis. Für Suchmaschinen-Profis eine lukrative Geschäftsidee.

Vielleicht war die eine oder andere Anregung für Sie dabei.



Alleine erfolgreich?

One wo-/man show - oder wie man als Kleinstunternehmer erfolgreich wird ?

SOHO - werden sie heute in der Wirtschaft genannt: Small office - home office oder anders ausgedrückt, die Kleinsten der Kleinen, die Mini-Unternehmen. Und sie haben in der österreichischen Marktwirtschaft eine beträchtliche Rolle.

Dieser Trend steigt. Outsourcing machts möglich. In zahlreichen Unternehmen übernehmen heute nicht mehr bloß fixe Angestellte das Ruder, sondern rechtlich und wirtschaftlich selbständige Miniunternehmer - Freiberufler, Werkvertragsnehmer oder neue Selbständige.

SOHO haben es - genauso wie die meisten Unternehmen in der heutigen Zeit - nicht immer leicht. Sie haben jedoch einen Vorteil: Sie sind klein und daher sehr flexibel - und sie haben die beste Möglichkeit, zu einem Spezialisten in einem bestimmten (Nischen-) Bereich werden!

Wir haben Tipps & Tricks für die ganz kleinen Unternehmen. Lesen Sie jetzt, wie Sie als one wo/man Unternehmen noch erfolgreicher werden können!

Nischen-Spezialist

Werden Sie zum Spezialisten!

Nur die großen Unternehmen überleben. Nur wer seinen Kunden eine full service anbieten kann, wird erfolgreich sein. Diese Erfolgsrezepte gelten aber nur bedingt.

Im Gegenteil - besonders im Dienstleistungssektor haben jene Unternehmen eine Chance, die sich auf ein bestimmtes Service, auf eine Leistung spezialisieren. Der/die SpezialistIn für... oder der Profi in Sachen ... zu sein, ist gerade für Miniunternehmen die Chance oder das (geheime) Erfolgsrezept. Hier können Sie der/die Beste sein!

Daher gilt: Spezialisieren Sie sich auf eine bestimmte Leistung! Machen Sie Ihr Unternehmen zum Nischen-Spezialist.

Zauberwort: Networking

Gemeinsam ist man stärker

Als SOHO kann man grundsätzlich nicht auf ein Team von erfahrenen und fachlich hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern zurückgreifen. Umso wichtiger ist es daher, sich ein gutes und flexibles Netzwerk aufzubauen!

Gute Kontakte zu anderen Menschen sind in allen Lebensbereichen interessant und wichtig. Persönliche Beziehungen können uns - in guten und schwierigen Zeiten - stärken und unterstützen. Und auch den beruflichen Erfolg wesentlich beeinflussen.

Von vielen als unnötig abgetan, belächelt oder kritisiert, ist es ein nicht wegzudiskutierendes Faktum, dass im Berufsleben persönliche Bewertungen, Sympathien und Kontakte eine wesentliche Rolle spielen. Bauen Sie sich ein flexibles Netzwerk auf und pflegen Ihre Kontakte!

Stark durch Kooperationen

Selbst ist der Mann/die Frau!

Einen Spezialisten fürs Marketing, Verkauf, Produktion, Qualität, Kundenbetreuung, ein Steuergenie und einen Controller - das hätten alle Unternehmen gerne. Doch gerade in den kleinen und Kleinstunternehmen heißt es: Selbst ist der Mann bzw. die Frau. Und das hat einen guten Grund. Mitarbeiter sind gut, aber kosten leider auch viel Geld.

Für SOHOs und Kleinstunternehmen eignen sich für größere Projekte Kooperation mit anderen Unternehmern und Subunternehmens.
Aber auch eine Zusammenarbeit mit freien Dienstnehmern oder neuen Selbständigen (auf Werkvertragsbasis) ist sinnvoll. So können Sie auch als kleines Unternehmen größere Aufträge übernehmen. Und die (Mitarbeiter-)Kosten bleiben ja nach Auftragslage - flexibel.

Halbes Büro - habe Kosten

Teilen spart Geld!

Bürogemeinschaften bewähren sich vor allem für SOHOs und Kleinstunternehmer. Denn ein eigenes Büro anzumieten, einzurichten und instand zu halten kostet viel Geld - ganz abgesehen davon, dass ein Büro für eine Person oft zu groß ist. Wer das Büro mit anderen Unternehmern teilt, teilt damit auch die Kosten für die Miete, Strom, EDV, Internet und Co.

Und aus einer Bürogemeinschaft ergeben sich häufig für alle Beteiligten erfreuliche Synergieeffekte: Projekte können gemeinsam abgewickelt werden, neue Kontakte werden geknüpft, die Netzwerke der Bürokollegen können gemeinsam genutzt werden.

Marketing - schlaues Verkaufen auch mit kleinem Budget

Was ist Marketing eigentlich?

Jeder Unternehmer hat schon einmal Marketing betrieben - auch wenn er sich dessen vielleicht nicht bewusst war. Oder haben Sie zum Beispiel noch nie die Preise der Mitbewerber verglichen? Na, also! Sie haben damit eines der wichtigsten Marketing-Instrumente, nämlich die Marktforschung und Konkurrenzanalyse, eingesetzt.

Marketing ist - im weitesten Sinne definiert - ein Führungskonzept des Unternehmers. Es umfasst die Marketingphilosophie - also die grundsätzliche unternehmerische Denkhaltung -, die Unternehmensorganisation sowie alle Instrumente der Beschaffung und des Absatzes.

Der Begriff Marketingmix, das heißt die Mischung aller Marketing-Strategien, zielt auf die Beeinflussung der Erlöse ab. Absatzmengen, -preise und -kosten sollen mit den Beschaffungsmengen und -preisen zusammenpassen.

Kurz gesagt also: Welche Leistungen (Produkt) sollen wie (Sortiment) angeboten werden und an wen (Käufer), auf welchen Wegen (Distribution) und zu welchen Bedingungen (Preis) und mit welcher Kommunikation (Werbung, PR und Verkaufsförderung) verkauft werden?

Ob ein Unternehmen nun selbst etwas produziert, eine Dienstleistung anbietet oder nur ein fertig zugekauftes Produkt vertreibt - eines ist für alle Unternehmer gleich wichtig: Die Kosten der Produktion und Beschaffung zu minimieren und die Erlöse aus dem Verkauf zu maximieren.

Die Evaluierung

Wie reagieren Kunden und Mitbewerber auf Ihre Marketingaktivitäten?

Wie reagieren Sie selbst auf Aktionen der Konkurrenz oder der Käufer? Das sind die wesentlichen Fragen, die man sich stellen sollten, wenn man Aktionist werden will, also mit seinem Produkt in Aktion treten möchte.

Sei es nun ein Kundentag, spezielle Preise oder auch nur ein Flugblatt - die Analyse der eigenen und fremden Aktivitäten und deren (finanzielle) Bewertung ist ein wesentlicher Punkt des Marketing.

Es nützt nämlich leider weder Ihnen, Ihrer Firma, noch Ihren Kunden, wenn Sie sich an einer schönen Kundenaussendung freuen. Denn gibt es darauf so gut wie keine messbare Reaktion, kann die Aktion als gescheitert angesehen werden. Dient die

Sache alleine der Steigerung der Bekanntheit oder ist damit ein ganz konkretes Ziel (Verkauf von xx Stück Ihres Produktes) verbunden? Die Messlatte muss man allerdings selbst festlegen, wobei es auch da gewisse Richtwerte gibt. Bei Umfragen via Fragebogen zum Beispiel ist eine Rücklaufquote von mehr als 15 Prozent ein sehr guter Erfolg.

Fazit: Als Unternehmer sollte man sich immer den ganzheitlichen Ansatz des Marketings vor Augen halten - es bringt nämlich nichts (oder nur kurzfristig etwas), wenn man wahllos ein absatzförderndes Instrument einmalig einsetzt.

Marketing sollte immer als eine langfristige Investition gesehen werden, um den Absatz zu planen, zu steuern und zu optimieren - die sich manchmal auch nicht sofort und unmittelbar rechnet!

Viel Spaß beim Tüfteln an Ihrem Marketing-Mix!

Starke Marken und was Sie auszeichnet.

Die Psychologie der Marke

Coca-cola, Sony, Pampers, HIPP, Nivea - wer kennt sie nicht? Starke Marken kennt (fast) jeder. Auch in Österreich gibt es sie. Red Bull, Vöslauer, INKU oder Manner Schnitten können - zumindest am heimischen Markt - einen Bekanntheitsgrad von fast 100 Prozent (!) aufweisen!

Was zeichnet diese Marken aus? Was unterscheidet sie von anderen, nicht bekannten Marken? Und wie kommt man zu einer erfolgreichen Marke?

Starke Marken stehen grundsätzlich für Qualität. Mütter greifen zu Nivea und Pampers. Wer eine Energie-Kick braucht, greift zu Red Bull. Wer Qualität im Wohnzimmer haben möchte, zu einem Teppich von INKU. Konsumenten vertrauen in die Qualität dieser Produkte. Und natürlich ist das Vertrauen in die Marke umso größer, je mehr positive Erfahrungen ein Käufer damit gemacht hat.

Informieren Sie sich jetzt, was starke Marken auszeichnet!

Wie entstehen Kultmarken?

Was machen Levis, Coca Cola, Nike & Co?

Kultmarken können - im Gegensatz zu herkömmlicher Produkten und Marken - Auslöser von Emotionen sein. Ein gewöhnlicher Gegenstand kann dabei Gefühle verursachen, die zuvor nur durch eine bestimmte Person ausgelöst wurden. So können die Massen auch ohne Massenwerbung oder stereotypes Markenimage begeistert werden. Dabei zählen auch der Gemeinschaftsgedanke und die Gruppenzugehörigkeit.

Ein hohes Preisniveau spielt hier bei der Kaufentscheidung eine niedrige Rolle. Man fühlt sich wohl unter Gleichgesinnten, und das lässt man sich gerne etwas kosten.

Aber auch der beste Markenstrategie kann nicht von vornherein einplanen, ob eine Marke zur Kultmarke wird oder nicht. Oft ist ein direkter Auslöser nötig, der die Marke von den anderen abhebt und über Top oder Flop entscheidet. Dieser Startschuss erfolgt nicht über eine initiierte Werbekampagne, sondern tritt oft überraschend ein. Nützlich dabei ist es, Vorreiter und Idole der Zielgruppen zu überzeugen. Sie transportieren ein In-Produkt weiter an die Zielgruppe. Sinnlich wahrnehmbare Produkte, die sich zum Trendsetter eignen, bringen beste Voraussetzungen mit, zum Kultprodukt zu avancieren.

Klare Positionierung

Auf die Positionierung kommt es an!

Eine erfolgreiche Marke hat eine klare Positionierung. Um festzustellen, wie eine Marke positioniert ist, gibt es verschiedene Kriterien:

1. Die Stellung der Marke in der jeweiligen Produktkategorie relativ zu anderen, konkurrierenden Marken.
2. Die Käufergruppen, auf die die Marke zielt,
3. Das Image der Marke sowie die Betonung bestimmter Merkmale.

Marketingexperten haben sogenannte Positionierungsmodelle und -strategien entwickelt. Es geht dabei um die Definition von Idealmarken und Idealpunkten, die eine Marke aufweisen sollte.

Wichtig dabei ist eine ausreichende Entfernung von Konkurrenzmarken, damit eine Verwechslungsgefahr vermieden werden kann. Außerdem bieten Positionierungsmodelle die Möglichkeit, Marktnischen zu identifizieren und entsprechende Nischenmarken zu entwickeln.

Positionierungsstrategien konzentrieren sich einerseits auf das Produkt selbst: In fast allen Märkten gibt es heute bereits ein Ideal (bzw. eine Idealmarke) - so die Experten. Eine neue Marke oder die Marke des eigenen Unternehmens kann sich aber an dieses Ideal annähern und anpassen.

Das Image einer Marke kann dahingehend beeinflusst werden, dass es dem Ideal entspricht. Dies erfordert in der Regel einen enormen Kommunikationsaufwand. In zahlreichen Märkten gibt es heute Pioniermarken, die mit höchster Qualität und einem sehr hohen Bekanntheitsgrad punkten. In diesem Fall haben sogenannte Me-Too-Produkte - hohe Qualität, niedriger Preis - eine Chance.

Neben einer solchen Positionierungsstrategie, die sich auf das Produkt konzentriert, gibt es einen alternativen Ansatz, der sich an den Käufergruppen orientiert. Diese Strategie geht davon aus, dass dem Konsument ein bestimmtes Markenimage wichtig ist. Solche Produkte richten sich an eine ganz speziell Käuferschicht - wie z.B. jung gebliebene, Wellnessfreaks, Bioliebhaber oder Profis auf einem bestimmten Gebiet.

Aus eins mach viele

Ein guter Name allein garantiert noch keinen Erfolg.

Auch das kennt jeder Konsument: Früher gab es in den Regalen der Supermärkte und Drogerie lediglich die klassische Nivea Creme. Heute gibt es Nivea Gesichtscremes, Körperpflegeprodukte, Sonnencremes, Duschcremes, Schminkprodukte, eine komplette Pflegeserie für den Mann oder für Babys usw. Früher gab es lediglich die klassische Milka Alpenmilchschokolade - heute gibt es sie mit Nüsse, Keksen, Weintrauben, in Groß- oder Miniverpackungen und in den unterschiedlichsten Geschmacksrichtungen und sogar als Eis.

Markennamentransfer nennen die Experten diese Phänomen. Eine bekannte Marke wird auf weitere Produkte übertragen. Hierbei machen sich Unternehmen die positiven Assoziationen, die mit einer Marke verknüpft sind, zunutze. Man hofft, dass sich diese Assoziationen auf ein neues Produkt übertragen, das unter dem Dach des existierenden Markennamens eingeführt wird.

Der Markennamentransfer hat naturgemäß zahlreiche Vorteile: Der Konsument kann sich den Namen des neuen Produkts leicht merken. Er vertraut in die ihm bereits bekannte Marke und greift zum neuen Produkte. In vielen Fällen wurde dabei auch eine positive Rückwirkung auf das Ausgangsprodukt beobachtet.

Hier ist jedoch Vorsicht geboten: Der Namenstransfer kann auch misslingen. Findet das neue Produkt keinen Anklang, so kann sich die Namensidentität sogar nachteilig auf das Ursprungsprodukt auswirken.

Zukunftsjobs - diese Branchen boomen!

Und wie Sie sich jetzt schon darauf vorbereiten können!

Gerade in wirtschaftlichen schlechten Zeiten, ist die Frage nach dem richtigen Job, der richtigen Aus- und Weiterbildung entscheidend. Die Zeitungen sind überfüllt damit: Rekordarbeitslosigkeit, hochqualifizierte Arbeitskräfte mit langjähriger Jobberfahrung sitzen plötzlich auf der Straße. Auch Akademiker und Fachkräfte stehen plötzlich ohne Job da.

Gleichzeitig weht aber am Arbeitsmarkt ein neuer Wind. Neue Berufe sind in den letzten Jahren entstanden oder sind gerade im Entstehen. Trotz Wirtschaftskrise gibt es bestimmte Branchen, die boomen. Hier gilt es aufzusteigen und umzusteigen. Bereiten Sie sich jetzt auf Ihre Zukunft vor.

Expertentipp: Um heute am Arbeitsmarkt überleben zu können, müssen Sie einzigartig sein! Spezialisieren Sie sich! Werden Sie zu einem Experten in einem Spezialgebiet!

Wellness Trainer

Die Wellness Branche boomt.

Immer mehr Touristen werden zu Wellness - Touristen und nehmen die zahlreichen Angebote der Wellness-Hotels in Anspruch. Aber Wellness zu Hause oder im nahegelegenen Fitnesscenter ist angesagt. Qualifizierte Arbeitskräfte sind hier gefragt: Wellness Trainer beraten Kunden in Sachen Fitness, Sport und Ernährung. Sie erstellen persönliche Trainingspläne oder halten Kurse in Wellnesszentren ab.

Plus:

Gesundheitsbewusstsein, Fitness, Sportbegeisterung aber auch der zwischenmenschliche Kontakt steht im Vordergrund. Idealer Beruf für Frauen, die sich Ihre Arbeit selbst einteilen wollen (neben Familie).

Zukunftschancen:

Als Angestellte in einem Wellnesscenter oder Fitnesscenter, als Selbständige: Euro 40 bis 60/Stunde

Mediator

Mediation ist eine Form der Konfliktregelung.

Plus:

Ideal für Psychologen, Juristen und Pädagogen. Vermittlerrolle, der zwischenmenschliche Kontakt steht im Vordergrund - ein abgeschlossenes Studium ist Voraussetzung für die Ausbildung zum Mediator!

Zukunftschancen:

Als Angestellter oder als Selbständiger: Honorar für eine Mediationseinheit: etwa 70 Euro/Stunde

Content Manager

Trotz Internetkrise sind Experten in Sachen Internet gefragt. Denn kein Unternehmen kann heute auf eine aktuelle, umfassende Website verzichten. Informative, einzigartige und vor allem kundenorientierte Webangebote sind gefragt.

Eine neues Berufsbild ist entstanden: Der Content Manager oder auch Content Editor. Der Content Manager erstellt und aktualisiert sämtliche Inhalte der Website eines Unternehmens, schreibt Newsletter an die Kunden, beantwortet die Anfragen der User. Er ist für alle Inhalte der Website verantwortlich und ist die Schnittstelle zwischen Marketingabteilung, Verkauf und EDV.

Nähere Infos:

<http://www.contentmanager.de>

Voraussetzung:

Profunde Internet- und PC - Kenntnisse, ideale Weiterbildung für Texter oder Journalisten.

Zukunftschancen:

Als Angestellte bei großen Unternehmen oder als Selbständige: Honorar: etwa 50 bis 70 Euro/Stunde

Event Manager

Events aller Art - ob private Feste oder große Firmenevents - wollen gut durchdacht und geplant sein.

Die Planung von events wird immer häufiger in die Hände von Profis gelegt.

Nähere Infos:

<http://www.eventmanagementacademy.com/>

Plus:

Organisationstalent ist gefragt, Flexibilität - auch an Abenden oder an Wochenenden wird gearbeitet!

Zukunftschancen:

Als Angestellter bei Agenturen, großen Unternehmen oder als Selbständiger: Honorar nach Vereinbarung

Immobilienexperte

Immobilienexperten sind gefragter denn je!

Wenn die Börse talabwärts fährt, steigt das Interesse für Immobilien - für Investitionen in solide Werte. Immobilienexperten sind gefragter denn je: Sie unterstützen den Kunden bei der Suche nach der richtigen Immobilie, informieren über die rechtliche Situation, geben Tipps für die Finanzierung und schätzen den Wert einer Immobilie.

Voraussetzung:

Rechts- und Steuerkenntnisse sind hilfreich. Für Studienlehrgang ist ein abgeschlossenes Studium Voraussetzung.

Zukunftschancen:

Als Angestellter in einem Immobilienunternehmen, Immobilienfonds, bei Banken und Versicherungen oder als Selbständiger: Honorar nach Vereinbarung (abhängig vom Wert der Immobilie)

Allgemeines zur Zukunft

Auftragsrückgänge, Konkurrenzdruck, großflächige Entlassungen und der Einsatz von EDV und Produktionsmaschinen lassen viele Arbeitnehmer stöhnen. Wer heutzutage die Schule abschließt und auf Jobsuche geht, sieht manchmal ziemlich düster in die Zukunft. Häufig sind auch die Erwartungen zu hoch und es wird schlicht auf das "falsche Pferd" gesetzt. Nicht allen Branchen geht es gut und wer sich für einen Berufszweig entscheidet, der bereits überlaufen oder gar zusammenbrechen ist, darf sich nicht wundern! Doch der Frust ist vermeidbar!

Auf der einen Seite wachsen die Ansprüche und man muß sich sputen, um den Ansprüchen an Qualifikation, Dynamik und Persönlichkeit gerechtzuwerden. Auf der anderen Seite gibt es immer wieder die Möglichkeit, als Quereinsteiger in äußerst interessante Arbeitsfelder einzusteigen. Man muß nur die Augen offen halten!

Wo aber findet man die Zukunftsjobs? Auch diese liegen nicht auf der Straße. Die Anzahl der Lehrstellen geht zurück. Doch gleichzeitig wachsen bereits neue Ideen, Geschäftskonzepte und Industrien heran. Fragt sich nur, welche langfristig in der Lage ist, Ihr Einkommen zu sichern.

Auffallend ist der Dienstleistungs-Trend: Immer mehr Menschen produzieren nicht mehr, sondern leisten ihren Service im Dienste des Kunden. Dazu kommt der starke Trend in der Kommunikationsbranche: Verschiedene Medien- und Kommunikationsanbieter vernetzen sich oder bieten vollkommen neue Dienste an. Der Markt ist in Bewegung geraten und Sie können dabei sein.

Spezialisten sind gefragt, die ein spezielles Wissen in speziellen Situationen einbringen können. Gleichzeitig braucht es aber auch Menschen, die einen größeren Überblick behalten und wissen, wie man das spezielle Wissen am besten kominiert und in die Praxis umsetzt. In vielen neuen Branchen, wie der Internet-Wirtschaft werden neue Spezialisten, aber auch großzügig denkende Konzeptioner, gesucht.

Neu sind z. B. die Dienstleistungen, rund um die Privaten Haushalte: Bringservice, Heimtrainer, Freizeit- oder Typberater alles Berufe unserer Zeit. Dazu kommt eine Vielzahl von Zukunftsberufen aus dem Umweltbereich. Hier wächst die Nachfrage aus verständlichen Gründen. Neue Ideen sind gefragt!

Unser Informationszeitalter hat den gesamten Arbeitsmarkt umgekrempelt und jetzt stehen wir da und gucken nur...Setzen Sie also auf die Zukunft das Internet hilft Ihnen dabei.

Die Welt ist ein globales Dorf geworden, darum lohnt es sich auf jeden Fall, auch mal über den Tellerand hinaus in andere Länder zu gucken.

Umwelt-Jobs in jeder Form haben auf jeden Fall Zukunft. Die Bereiche Umwelttechnik und Umweltschutz boomen.

Berufe im Baubereich (Architekt, Bauingenieur, Handwerker) oder umweltplanerischen planerischen Gebiet bekommen durch neue, umweltfreundliche Techniken, Konzepte und Baustoffe neue Anspekte. Es werden nachwievor Wohnungen und andere Bauwerke benötigt! Der Trend: Ökologisches Bauen haben Zukunft!

Energie-Berufe bekommen immer mehr Bedeutung. Ob solar,- wind-, gas- oder elektrisch betrieben Der Bedarf an Energie ist gewachsen. Mit neuen Konzepten entstehen auch realistische Ansätze, die zeigen, daß es viele Wege gibt, um Energie zu gewinnen. Profitieren Sie zum Beispiel vom Ausbau einer umweltverträglichen Energie wie der Solarenergie, werden Sie z. B. Energieberater! Der Trend: Wir brauchen neue Energiekonzepte!

Ein weiteres Berufsfeld liegt im Sozialbereich: Nicht nur Lehrer, Team-Trainer und andere Ausbilder kümmern sich um die vielen gewerblichen und privaten Interessenten. Auch neue Berater-Berufe der unterschiedlichsten Art bringt die neue Dienstleistungsgesellschaft hervor. Der Trend: Es wird immer mehr gedient und für andere geleistet.

Gesundheitsberufe liegen im Trend, da uns unser Körper, eine gesunde Ernährung, Fitness und Wohlempfinden immer wichtiger geworden sind. Body-Trainer, Fitneß-Studios, aber auch neue, körperbetonte Sportarten zeigen das. Interessant sind hier Berufe, die im Heil- und Beratungsbereich liegen. So können Sie über Allergien, krankmachende Einrichtungen, Ernährungspläne etc. beraten und so Einzelnen bei einer natürlichen und gesunden Lebensweise zur Seite stehen. Der Trend: Der persönliche Wohlfühl-Coatch wird immer wichtiger. Ob Arzt, Labor-Mediziner oder Heilpraktiker die Zukunft heißt: Gesundheit!

Finanzjongleure der 80er und Aktien-Haie haben ihren Hut genommen. Nach den Crashes der letzten Zeit gehen viele Menschen dazu über, ihr Kapital in zukunftsträchtige Techniken zu investieren. Reizvoll sind z.B. Umweltfonds, Ethik-Aktien oder direkte Beteiligungen über eine ökologische Bank. Warum beraten Sie nicht andere, damit sich mit Ihrem Wissen eine solidere Exstanz aufbauen und dabei umweltbewußt leben können? Der Trend: Ob Fonds-Manager, Berater oder Gutachter helfen Sie mit Ihrem Wissen und unterstützen Sie zugleich den Ökologischen Markt. Die Natur dankt es Ihnen!

