



Bei Huberta Weigl (im Bild re. neben Beate Mayr-Kniescheck) hat u:start gefruchtet. Die Unternehmerin betreibt heute eine Schreibwerkstatt und bietet Unterstützung bei Texten aller Art.

Das Gründer-Gen

KEINE ANGST VORM SCHEITERN. Der Weg in die Selbstständigkeit würde viele reizen – er ist aber auch mit Risiken verbunden. Wie die Unternehmensgründung erfolgreich gelingen kann, diskutieren Unternehmerin Huberta Weigl und Trainerin Beate Mayr-Kniescheck im Gespräch mit u:start-Projektleiterin Maria Steindl-Köck.

u:start: *Gibt es eigentlich so etwas wie ein Gründer-Gen?*

Beate Mayr-Kniescheck: Es ist sicher vorteilhaft, gewisse Persönlichkeitsmerkmale mitzubringen: dass man gerne Dinge unternimmt und sich selbst motivieren kann. Eine strukturierte Arbeitsweise ist ebenfalls sehr wichtig.

Huberta Weigl: Positiv zu denken und eine gewisse Offenheit KundInnen gegenüber sind auf jeden Fall von Vorteil. Man darf sich nicht von Rückschlägen unterkriegen lassen. Dinge gehen auch manchmal schief, da muss man wieder aufstehen können. Gründen ist ein unglaublicher Lernprozess – ich würde sogar sagen, es ist die beste Schule des Lebens.

u:start: *Oft hört man, bei UnternehmerInnen sei es wie bei FußballtrainerInnen: keine besonderen Qualifikationen nötig. Was muss man selbst können, was sollte man zukaufen?*

U:START

Das Programm zu Selbstständigkeit & Gründung geht in die nächste Runde. Die Orientierungsworkshops starten am 5. und 6. Juli.

Anmeldung: maria.steindl-koeck@univie.ac.at; www.alumni.ac.at/ustart

Weigl: Das eigene „Kerngeschäft“ muss man wirklich beherrschen. Ich kaufe nur zu, was ich einmalig brauche, etwa die Logoerstellung. Alle anderen Kompetenzen hab ich mir angeeignet.

u:start: *Viele schrecken vor dem Verkaufen zurück. Wie gelingt die Akquise?*

Weigl: Es gibt verschiedene Arten der Kundenakquise. Die neuen Medien sind dabei sehr hilfreich. Ich verwende Social Media, ich blogge oder bleibe über Newsletter mit meinen KundInnen in Kontakt.

Mayr-Kniescheck: Aber irgendwann kommt es zum Kundengespräch. Viele UnternehmerInnen haben Angst davor, sich vor KundInnen zu blamieren. Der Erfolg im Verkauf und in der Akquise von Aufträgen wirkt schon stark auf das Selbstwertgefühl. Aber auch gute VerkäuferInnen erhalten manchmal Absagen.

u:start: *Was macht eine Geschäftsidee aus? Huberta, wie entstand deine Idee mit der Schreibwerkstatt?*

Weigl: Mir ist aufgefallen, dass sich viele Studierende beim Schreiben schwer tun, daraus habe ich meine Geschäftsidee entwickelt. Diese Zielgruppe allein wäre aber zu klein und zu wenig tragfähig. Ich habe daher mein Angebot auf Schreibcoaching im Business-Bereich erweitert. Neu ist, dass ich Lektorat anbiete. Derzeit fühle ich mich ein biss-

chen wie auf der Autobahn – alles ist im Fluss! Ich weiß nicht, ob ich in zehn Jahren noch dasselbe anbiete – wichtig ist, dass es Spaß macht und sich finanziell in die richtige Richtung entwickelt.

Mayr-Kniescheck: Wenn man also den ersten Ansatz zur Geschäftsidee hat, ist es essenziell, diese auf Return und Risiko abzuklopfen. Return heißt, was kann ich damit verdienen? Risiko heißt, wie viel Zeit und Geld muss ich investieren? Mit u:start klopft man die Ideen von allen Seiten ab und bekommt wertvolles Feedback.

u:start: *Huberta, du hast mittlerweile ein eigenes Büro hier bei Mingo. Was war für dich dafür ausschlaggebend?*

Weigl: Mir war es wichtig, Arbeit und Wohnen zu trennen – sonst ist die Arbeit immer präsent. Mit einem eigenen Büro kann ich auch vor KundInnen professioneller auftreten. Ich freue mich jeden Morgen in mein Büro zu fahren und auf die Arbeit, die mich dort erwartet. Es ist so wichtig, dass man gerne macht, was man macht. Das ist nicht nur eine Motivationsquelle, sondern auch das sicherste Anzeichen dafür, dass man auf dem richtigen Weg ist.

u:start: *Danke für das Gespräch!*

