

**Vortrag "Die ersten Schritte enden nie - Impulse für Gründerinnen und Unternehmerinnen"**  
am 13. Juni 2007 beim Netzwerktreff der BDS Unternehmerinnen Region Stuttgart e.V. in Ostfildern.  
Referentin: Marlies Zinser, Zinser Personalmanagement, [www.zinser-personalmanagement.de](http://www.zinser-personalmanagement.de)



### **Die ersten Schritte enden nie ...**

... was soll das nun bedeuten? Eine der ersten Fragen, die die Teilnehmerinnen am Netzwerktreffen an die Referentin stellten, war die nach dem Zustandekommen dieses Themas. In kurzen Worten steckt dahinter die Erfahrung, dass das Leben immer wieder für Überraschungen gut ist, dass sich alles ständig bewegt und wir insbesondere in unserer heutigen, kurzlebigen Zeit uns nicht mehr auf das verlassen können, was wir uns in der Vergangenheit erarbeitet haben. Damit sollte kein Schreckgespenst aufgebaut werden, vielmehr können sich hieraus auch immer wieder neue Chancen ergeben – Chancen, die wir uns nicht entgehen lassen sollten.

Sicher – an einem Abend konnte weder eine unternehmerische Beratung noch gar eine Lebensberatung stattfinden. Aber Impulse geben, das war das Ziel. Im wesentlichen sprachen wir über die drei Schwerpunkte einer jeden Unternehmerin im beruflichen Alltag: Person – Produkt – Markt. Um dauerhaft am Markt bestehen zu können, ist es enorm wichtig, diese in einen harmonischen Einklang zu bringen. Da alle drei Elemente einem ständigen Wandel unterworfen sind, müssen sie ständig beobachtet und neu aufeinander abgestimmt werden – die ersten Schritte enden eben nie.

Aus Sicht der Referentin liegt der Kern in der Person: Was bestimmt mich, was treibt mich an? Einige Schlagwörter wie Motive, Persönlichkeitsstruktur, Kompetenzen, Visionen, Philosophie und Ziele sollten den Teilnehmerinnen verdeutlichen, wie vielfältig die Einflussfaktoren auf unser Empfinden, Denken und letztendlich unser Handeln sind. Nicht umsonst reden wir vom „lebenslangen Lernen“ – neu Erlerntes und Erfahrenes verbreitert und vertieft nicht nur unser Wissen sondern wirkt sich auch auf unsere Einstellung gegenüber uns selbst und unserer Umwelt aus. Und so kann es geschehen, dass nicht „der Markt“ in seiner Anonymität das Leistungsspektrum einer Unternehmerin bestimmt – vielmehr liegt es an ihr, das zu ihrer Person passende Angebot zu erarbeiten und ggf. an die aktuellen Bedingungen des Marktes anzupassen. Wer gegen den Markt handelt, mag vielleicht „dumm“ sein – wer gegen sich selbst handelt, wird auf Dauer nicht zufrieden und glücklich werden.

Klar kenne ich mein Leistungsspektrum – das wird jede Unternehmerin sagen. Aber bin ich in der Lage, dieses dann in kurze und griffige Worte zu fassen, wenn es darauf ankommt? Kenne ich meinen „unique selling point“, meine Einzigartigkeit? Kenne ich aber auch meine Grenzen und Unzulänglichkeiten? Und wie gehe ich damit um?

Zu guter Letzt setzte die Referentin noch einige Impulse zum Markt selbst: kenne ich den Markt für mein Angebot tatsächlich so gut, wie ich es meine? Entsprechen meine Vorstellungen von den Bedürfnissen meiner Kunden auch der Realität? Ist der Markt überhaupt groß genug, damit ich meine Leistungen in nennenswertem Umfang zu guten Konditionen darin unterbringen kann? Welche Risiken birgt er, auf die ich mich vorbereiten muss?

Jede dieser Fragen muss individuell betrachtet und beantwortet werden – dass Netzwerktreffen gab hierzu Anstöße.