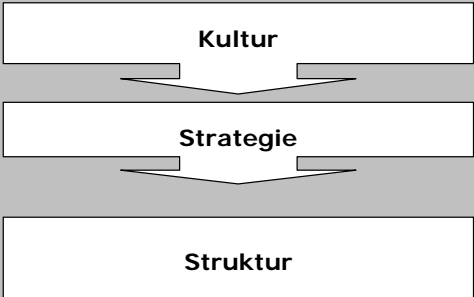


"Erfolgreich in der Nische/Wie werden Sie die Nummer 1 in Ihrer Branche"

Anlass vom 20. September 2007, Vortragssaal Kunsthaus Zürich

Referenten	Tipps
Frank Fitzlaff, media-streams GmbH/Microsoft Schweiz GmbH	Tipps zur Erreichung einer Spitzenposition im Markt <ul style="list-style-type: none">- Informiere Deinen Chef so spät als möglich- Produkt statt Idee- Frage die Kunden nicht, überzeuge sie!- Kleines, unabhängiges Team- Es dauert mindestens 2 mal so lang wie geplant- Innovation statt Verbesserung- Mut zur Beta-Installation- Kundenreferenz vor Venture Capital
Peter Oertlin, ricardo.ch AG	Spitzenleistungen sind nicht garantiert... <ul style="list-style-type: none">- Menschen mit einer neuen Idee gelten so lange als Spinner, bis sich die Sache durchgesetzt hat. (Mark Twain)- Seien Sie bereit kalkulierbare Risiken einzugehen.- Korrigieren Sie erkannte Fehler rasch und kompromisslos.- Finanzierungsmodell<ul style="list-style-type: none">Denken Sie nie, dass alle 10 Bälle runterfallen!Sie sollten immer einen Plan B haben!- Sparen Sie nie beim Personal<ul style="list-style-type: none">Sie brauchen starke Personen um sich, auch wenn diese manchmal unangenehm sind.Investieren Sie Zeit und Geld in Ihre Mitarbeiter!- Prozesse einführen, überwachen und anpassen<ul style="list-style-type: none">Was gut und richtig in einer Anfangsphase war, kann nach einigen Monaten falsch sein.Dies bedeutet eine Kultur, welche erlaubt die Leistungen "ständig in Frage zu stellen".

Referenten	Tipps	
<p style="text-align: center;">Karin Wagner, ShareCommService AG</p>	<p>1. Übernehmen statt gründen Ein Management-Buy-out ist eine valable Alternative zur Firmengründung und eine strategische Chance. Wägen Sie die jeweiligen Vor- und Nachteile, Chancen und Risiken ab (z.B. Kosten Konzernzugehörigkeit vs. Nutzen → z.B. Cross-Selling-Effekt). Überlegen Sie sich auch, wie Sie die Entscheider/Eigner für die Idee eines Management-Buyouts gewinnen können. "Aufhänger" sind z.B. Auslagerung von Nicht-Kerntätigkeiten oder</p>	<p>5. Verlassen Sie sich nicht auf das Glück allein Glück gehört dazu. Aber zur Zielerreichung brauchen Sie ebenso Durchhaltewillen und Standvermögen.</p>
	<p>2. Klare Zielorientierung im MBO-Prozess Definieren Sie Ihre Prioritäten für den MBO-Prozess genau. Nutzen Sie geschickt Verhandlungsspielräume, ganz nach dem Motto "Dort nachgeben, wo es nicht weh tut, um da einen Trumpf in der Hand zu haben, wo man nicht nachgeben will".</p>	<p>6. Keine Vermarktung um jeden Preis Einen Namen machen Sie sich nicht nur über einen professionellen Werbeauftritt. Profil geben Sie Ihrem Unternehmen auch mit einer klugen Produkt- und Dienstleistungspolitik und einer kompetitiven Preisgestaltung. Bedenken Sie dies bei der Allokation Ihres Budgets.</p>
	<p>3. Management by Excellence Insbesondere dort, wo eine Differenzierung über das Produkt nicht möglich ist, muss Ihre volle Konzentration ausserordentlichen Leistungen, tadelloser Qualität und erstklassigem Service gelten. Kundenorientierung darf kein leeres Versprechen sein.</p>	<p>7. Einseitigkeit vermeiden Vermeiden Sie nach Möglichkeit die Abhängigkeit von einem einzigen Angebot. Bauen Sie sich mehrere, sich ergänzende Standbeine auf, ohne sich dabei zu verzetteln.</p>
	<p>4. Die neue Eigenständigkeit nutzen Schöpfen Sie die neuen Möglichkeiten zur Positionierung und Profilierung aus (Erschliessung zusätzlicher Märkte und Kundenkreise etc.). Zudem haben Sie es in der Hand, Sachinhalten den Vorrang zu geben, flache Hierarchien und effiziente Prozesse zu gestalten.</p>	<p>8. Nachfolgeregelung nicht vernachlässigen Es ist nie zu früh, sich mit der eigenen Nachfolge zu beschäftigen. Unternehmer/in zu sein, heisst auch, den Fortbestand der Firma unabhängig von der eigenen Person zu sichern und so wertvolles Know-how und Arbeitsplätze zu erhalten.</p>
<p style="text-align: center;">Peter Wick, MeteoNews AG</p>	<p>Warum ein Unternehmen gründen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primär darf nicht das lockende Geld im Vordergrund stehen - Man will etwas im Markt bewirken - Man will "frei und unabhängig" sein (ist man aber nicht, da man sich den Gesetzen des Marktes und der Kunden unterordnen muss. - Man will "Unternehmer" sein - mit jeder Konsequenz - Man will in der Branche Marktführer werden <p>→ Mut zur Konsequenz</p>	<p>Warum kein Unternehmen gründen?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ein Unternehmen gründen, heisst totalen Einsatz - Wenn das Privatleben und die Hobbies nicht unter der Firmengründung leiden dürfen - Wenn die Familie nicht mit dem Projekt einverstanden ist - Wenn man keine Produktidee oder ein Produkt für den Markt hat - Wenn man innerhalb kurzer Zeit viel Geld verdienen will <p>→ 100%ige Sicherheit gibt es nicht...</p>

Referenten	Tipps
<p>Urs Wietlisbach, Partners Group AG</p>	<p>1. Ein guter Unternehmer...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... kennt seine Schwächen <ul style="list-style-type: none"> - ergänzt in frühen Jahren sein Team durch die richtigen Leute - Aufbau der Mitarbeiterschaft ist die grösste unternehmerische Herausforderung - "Be a star team, and not a team of starts" ... gibt auch ab <ul style="list-style-type: none"> - lässt Mitarbeiter am Erfolg der Firma teilhaben (z.B. Optionsprogramm) <p>2. Structure follows strategy follows culture</p> <div style="text-align: center;">  </div> <ul style="list-style-type: none"> - Basis für Passion, Innovation und Kontinuität - Mit positiver Kultur... - ... und klar definierter Strategie ist Struktur untergeordnet - Partnership-Gedanke - Strategie mit Team entwickeln, nicht auf Feldherrenhügel - Bei zunehmender Unternehmensgrösse wichtiger - Herausforderung ist das rechtzeitige Erkennen dieser Notwendigkeit - Hier scheitert mancher Start-up, Bezug von externem Management wird unumgänglich <p>3. Erfolgsfaktoren für Jungunternehmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - gute Idee - guter Businessplan - Startkapital - gutes Coaching <p>Der Rest ist...</p> <p>... unternehmerisches Glück:</p> <ul style="list-style-type: none"> zur richtigen Zeit am richtigen Ort mit der richtigen Idee

Veranstalter des Anlasses:

StartZentrum Zürich
 Binzstrasse 18
 8045 Zürich
 Tel. 044 455 60 60
 Web www.startzentrum.ch
 Mail info@startzentrum.ch