

Sind Sie Unternehmer? Oder selbstständig?

In der Werbebranche gibt es sehr viele Bezeichnungen für Experten aus der Kreativ- und Kommunikationswelt. Mit welchem Begriff fühlen Sie sich angesprochen? Diese Frage stelle ich gerne – und es kommt daraufhin immer wieder die Frage, wo denn der Unterschied liege.

Wenn Sie Auftraggeber von Werbeprojekten fragen, gibt es ganz klare Wünsche: Der Auftrag muss qualitativ und natürlich kostensparsam erfüllt werden. Doch wer ist hierfür am besten geeignet? Der Unternehmer oder der Selbstständige?

Selbstständig
Selbstständige sind ihr eigener Chef und gleichzeitig eigener Umsetzer und Fachkraft. Sie delegieren meist weniger bzw. machen in der Regel alles selbst. Das sagt ja der Name: selbst und ständig. Selbstständige sind oft Kleinbetriebe oder Dienstleister, wobei hier oftmals ein harter Konkurrenzkampf herrscht und es primär darum geht, ein Produkt oder eine Dienstleistung zum möglichst besten Preis-Leistungs-Verhältnis zu verkaufen. Dabei ist es manchmal schwer, sich von der Masse abzuheben, was wiederum den Druck erhöht, Produkte oder Dienstleistungen zu einem niedrigeren Preis zu verkaufen.

Unternehmer
Im Gegensatz dazu setzt sich jemand, der wie ein Unternehmer wirken will, andere Ziele – nämlich größere Bekanntheit, eine höhere Reichweite, nicht nur regional – und möchte Mitarbeiter einstellen. Sie bezeichnen sich selbst nicht als selbstständig, sie wollen lieber etwas „unternehmen“ mit ihrem eigenen Business. Sie wollen anders wirken und gesehen werden. Ihnen ist wichtig, alle Arbeitsschritte zu optimieren, strategisch zu planen und Aufträge zu delegieren.

Kunden zu gewinnen, braucht Zeit …
Die Kundenakquise ist ein wichtiger Bestandteil der Arbeit von Unternehmern und Selbstständigen. Doch Letztere können Kunden meist nur anwerben, wenn sie die aktuellen Aufträge abgearbeitet haben. Die Einkünfte sind daher für Selbstständige nur bedingt skalierbar. Daher versuchen die meisten, mit noch mehr Arbeit etwas mehr zu verdienen. Ein Teufelskreis.

Delegieren – und Zeit gewinnen
Mit Mitarbeitern könnten diese Probleme behoben werden, sodass das eigene Arbeitspensum bewältigt werden kann, einschließlich der Kundenakquise, die ein substanzieller Teil der Arbeit ist. Diesbezüglich entstehen aber höhere Kosten und Lohnnebenkosten, weshalb viele Selbstständige auf die Delegation durch einen Mitarbeiter verzichten. Das Risiko scheint für einige Selbstständige zu hoch zu sein, aber es schränkt gleichzeitig die eigenen Ressourcen ein. Unternehmer denken hier anders. Wenn andere alltägliche Aufgaben

abnehmen, bleibt mehr Zeit für die strategische Planung und für die Kundenakquise. Es benötigt nicht immer Mitarbeiter. Es gibt viele Businesspartner, die Aufgaben wie Buchhaltung, Telefondienst oder Büromanagement-Aufgaben übernehmen können. Es gibt schon eine Vielzahl von Möglichkeiten. Stichwort: Kooperation.

Wirkung
Auftraggeber schätzen Erreichbarkeit, Vertretung bei Ausfall, Professionalität und wollen Experten. Kurz gesagt, sie kaufen bei Menschen, die Vertrauen erwecken und Qualität liefern. Grundsätzlich können Selbstständige und Unternehmer dies leisten. Doch Unternehmer können sich hier oft besser präsentieren und die Erreichbarkeit bzw. die Vertretungsmöglichkeiten leichter schaffen. Um eine bessere Außenwirkung zu erreichen, muss ein Umdenken her, ein anderes Mindset. Selbstständige bilden sich fachlich fort, Unternehmer hingegen zusätzlich noch meist in Persönlichkeitsentwicklung, um erfolgreicher zu werden.

Anders denken
Unternehmer haben eine andere Sichtweise, was die Vorstellung von Business-Erfolg angeht. Sie wollen mehr am als im Unternehmen arbeiten. Es geht ihnen einerseits um eine umfassendere Strategieplanung, um sich besser vom Mitbewerber hervorzuheben. Andererseits geht es vor allem darum, sich mehr zuzutrauen, größer zu denken, neue Möglichkeiten in Betracht zu ziehen, vielleicht Kooperationen einzugehen, eigene Produkte zu entwickeln – kurz gesagt, sich eine große Vision zu erfüllen. Dazu braucht es eine innere Bereitschaft und einen Plan. Unterstützend gibt es dazu den „BusinessErfolgsGuide“ als Erfolgsplaner. Es ist nicht immer leicht, die alten Gewohnheiten, Glaubenssätze und Arbeitsweisen neu zu manifestieren. Doch mit der Zeit und Routine lassen sich neue Denkmuster in den Arbeitsalltag integrieren, sodass Wachstum und Fortschritt Platz finden.
Ein Tipp: Kreieren Sie Ihre Vision. Wünschen Sie sich groß. Konzentrieren Sie sich auf Ihre Vision – auf Ihr großes Ziel. Und zeigen Sie, wie einzigartig Sie sind.

Weitere Informationen:

Haben Sie sich schon diese Fragen gestellt?
- Bin ich selbstständig?
- Bin ich Unternehmer?
- Was ist mein Ziel?
- Welche Aufgaben kann nur ich übernehmen?
- Welche Aufgaben kann ich delegieren/auslagern?
- Wie sieht mein Geschäftsalltag aus bzw. wie wünsche ich ihn mir? Und morgen? Und übermorgen?

Weitere Informationen:

5 Tipps aus dem BusinessErfolgsGuide:

1) **Finden Sie Ihre Einzigartigkeit – Ihre Werte – Ihre Stärken:** Seien Sie anders. Zeigen Sie, wofür Sie mit Ihrem Unternehmen stehen wollen. Mit einer einzigartigen und werteorientierten Positionierung fallen Sie mehr auf und bleiben besser im Gedächtnis Ihrer Kunden.

2) Mehr wissen: Als Unternehmer wird man nicht einfach so geboren. Dazu benötigt man Wissen – und das nicht nur im fachlichen Bereich, sondern vor allem im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung. Lesen Sie Fachbücher und planen Sie Ihre Aus- und Weiterbildungen. Bleiben Sie offen und neugierig für Veränderungen.

3) Ziele und Visionen haben: Erfolg ist planbar. Dafür braucht man nicht nur kleine Ziele, sondern vielmehr eine große Vision. Fragen Sie sich: „Wo stehe ich in zwei/fünf/zehn Jahren? Welche Meilensteine sind dafür wichtig/nötig?“

4) Zeit besser managen:
Welche Aufgaben sind wichtig? Dringend? Priorisieren Sie Ihre Aufgaben und lernen Sie, Aufgaben auch abzugeben. Delegieren ist eine wesentliche Eigenschaft für Unternehmer. Es ist besser, Alltagsaufgaben abzugeben, um mehr Zeit für gewinnbringende Unternehmeraufgaben zu haben.

5) Sich Zeit nehmen:
Nehmen Sie sich Zeit fürs unternehmerische Denken. Tragen Sie sich diese Zeit als Fixtermin in Ihren Kalender ein.

Foto: iStock.com/mihailomilovanovic