

**Sie wagen den Schritt in die  
Selbständigkeit!** *Und plötzlich wird  
Sicherheit ein Thema – für Sie und Ihr  
Unternehmen.*



**Ein kleiner Leitfaden für Jungunternehmerinnen  
und Jungunternehmer**

***Die Mobiliar***  
*Versicherungen & Vorsorge*



## **Sie haben einen mutigen Entscheid getroffen!**

Sie wollen Ihr eigenes Geschäft eröffnen und Ihr Schicksal selbst in die Hand nehmen.

Wir gratulieren Ihnen zu diesem Schritt – gerne geben wir Ihnen ein paar Tipps mit auf den Weg zum eigenen Unternehmen!

Jetzt geht es also darum, Ihre Idee umzusetzen und zu realisieren.

Dabei ist es wichtig, methodisch und systematisch vorzugehen. Eine gute Planung und Ihr Durchhaltevermögen werden Ihnen helfen, den gewünschten Erfolg zu erzielen.

## **Wo helfen wir Ihnen schon jetzt?**

Bücher, Merkblätter, Informationsschriften und Checklisten gibt es in grosser Zahl auf dem Markt.

Wir wollen Ihnen helfen, sich grundsätzliche Gedanken zu machen und einen Planungsraster zu entwickeln. Wir wollen Ihnen aufzeigen, woran Sie denken müssen, wenn Sie sich selbständig machen.

Sie sollen vorerst Ecksteine setzen, um dann die konkreten Probleme lösen zu können.

Je klarer Ihre Vorstellungen, je konkreter Ihr Konzept, um so besser und entschiedener können Sie Ihre Ideen vertreten – zum Beispiel gegenüber Geldgebern, Partnern oder Lieferanten.

## Am Anfang des Erfolges stehen eine umfassende Analyse und eine konkrete Planung

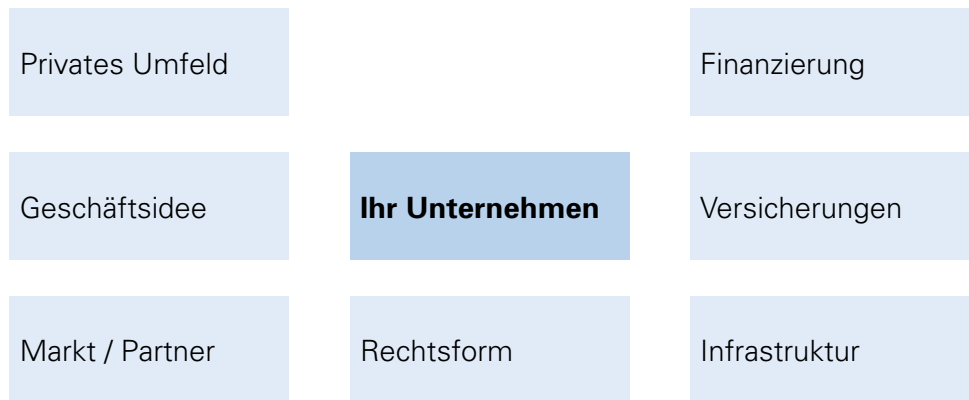
## Wie machen es erfolgreiche Unternehmer?

Erfolgreiche Selbständigerwerbende arbeiten systematisch und denken ganzheitlich.

Dieses Erfolgsgeheimnis übernehmen Sie am besten, indem Sie den Weg in die Selbständigkeit umfassend analysieren, klar planen und zielstrebig umsetzen.

Unsere Darstellung zeigt Ihnen sieben wichtige Aspekte der Planung. Setzen Sie sich damit auseinander, damit Sie richtig entscheiden und handeln können – denn...

«Wer nicht weiss, wohin er will, wird auch nicht ankommen!»





### **Sich selber und seine Kunden kennen...**

Diese Überlegungen bilden den Startpunkt Ihrer Planung.

Sie selbst sind gewissermassen der «Motor» Ihres eigenen Geschäftes – und die (potenziellen) Kunden sind der «Betriebsstoff» – ohne sie gibt es kein Unternehmen!

Je besser Sie sich, Ihre Stärken und Schwächen kennen, um so klarer und einfacher werden Sie entscheiden können!

Und je besser Sie die Bedürfnisse und Wünsche der Kundinnen und Kunden kennen, um so einfacher wird es sein, Dienstleistungen und Produkte zu erarbeiten und anzubieten, die auch tatsächlich einen konkreten Nutzen bringen.

Beginnen Sie also bei sich selbst...

## Wer bin ich?

### Unsere Checklisten helfen Ihnen, Ihre Situation zu analysieren

Es kann nicht unsere Aufgabe sein, Ihre persönliche Situation, Ihre Eigenschaften, Stärken und Schwächen zu beurteilen und zu bewerten.

Jedes Unternehmen, jedes Geschäft verlangt zudem unterschiedliche Eigenschaften – deshalb geben wir auch keine «standardmässigen» Bewertungen Ihrer Antworten auf die Fragen unserer Checklisten.

Verstehen Sie diese mehr als Leitfaden, der hilft, sich selber besser einzuschätzen!

Warum?	Trifft stark zu	Trifft zu	So bin ich...	Trifft weniger zu	Trifft nicht zu	Will oder muss ich etwas ändern?
			Ich bin gesund			
			Ich habe Energie und Power			
			Ich kann mich engagieren und mich begeistern			
			Problemstellungen sind für mich eine Herausforderung			
			Ich bin flexibel			
			Ich habe ein gutes Zeitmanagement			
			Es fällt mir leicht, auf andere zuzugehen			
			Auf mich kann man sich verlassen			
			Ich kann auch Verzichte leisten, um ein Ziel zu erreichen			
			Meine Familie steht hinter mir			
			Freizeit ist für mich wichtig			
			Ich mache in Vereinen mit			
			Ich bin politisch aktiv			
			Ich bin bereit, anderswo zu leben			

Warum?	Trifft stark zu	Trifft zu	<b>So beurteile ich meine beruflichen Fähigkeiten...</b>	Trifft weniger zu	Trifft nicht zu	Will oder muss ich etwas ändern?
			Mein Fachwissen ist umfassend			
			Ich habe langjährige Berufserfahrung			
			Ich bilde mich permanent weiter			
			Entscheide zu treffen, fällt mir leicht			
			Ich bin bereit, gewisse Risiken einzugehen			
			Ich bin kreativ und habe immer neue Ideen			
			Ich bin initiativ			
			Ich bin ein guter Verkäufer			
			Bevor ich eine Arbeit beginne, mache ich eine genaue Planung			
			Ich arbeite zielgerichtet			
			Was ich einmal angefangen habe, ziehe ich konsequent durch			
			Ich kann auch Nein sagen			

Trifft stark zu	Trifft zu	<b>Darum will ich mich selbständig machen</b>	Trifft weniger zu	Trifft nicht zu
		weil ich wieder in meinem angestammten Beruf arbeiten will		
		weil ich mit der jetzigen Situation unzufrieden bin		
		weil ich an der jetzigen Stelle Probleme habe		
		weil ich gerne mein eigener Chef sein möchte		
		weil man als Geschäftsinhaber mehr Ansehen hat (Prestige)		
		weil es im Trend liegt		
		weil ich keine andere Chance sehe (Zwang)		
		weil ich mehr gefordert sein möchte		
		weil ich für meine Fähigkeiten und Produkte eine Chance sehe		
		weil ich in meiner beruflichen Karriere einen Schritt nach vorne tun will		

## Ihre Geschäftsidee

### Sie können glücklich sein...

...denn Sie haben eine Idee, die Sie verwirklichen wollen!

Damit haben Sie die wichtigste Hürde bereits überwunden – jetzt ein eigenes Geschäft zu gründen, ist wohl die spannendste und interessanteste Aufgabe, die es gibt!

Trotzdem noch einmal einige «Gewissensfragen»:

- Ist ihr Produkt zu verkaufen, besteht eine Nachfrage nach Ihrer Dienstleistung?
- Sind Ihre potenziellen Kunden bereit, den entsprechenden Preis zu bezahlen?
- Deckt Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung ein echtes Bedürfnis ab?

Kurz – und in einem Satz: Besteht für Ihr Angebot auch wirklich ein Markt?

## Nehmen Sie sich Zeit und beantworten Sie ehrlich diese Fragen

- Wie definiere ich mein Produkt – in einem einfachen Satz?  
Wenn es für Sie (zu) kompliziert ist, wird es bestimmt auch der Kunde schwer verstehen!
- Welche Kundenbedürfnisse befriedigt mein Produkt, meine Dienstleistung?  
Es muss ein klar definiertes und echtes Kundenbedürfnis vorhanden sein!
- Wodurch unterscheidet sich mein Produkt von Angeboten der Konkurrenz?  
Ihr Produkt soll eigenständig, klar erkennbar und nicht kopierbar sein: Sie wollen kein «me-too-Produkt»!  
Welches ist also der USP, die «unique selling proposition», welche mein Angebot «einmalig» macht!
- Wie lange kann mein Produkt im Markt «leben»?  
Wie stark ist die Technologieabhängigkeit?  
Habe ich die nötigen Ressourcen, um das Produkt zu entwickeln?
- Wieso sollen Kunden ausgerechnet mein Produkt kaufen oder meine Dienstleistungen beanspruchen?  
Mit welchen Argumenten kann ich den Kunden von meinem Angebot überzeugen?



## Ihr Markt und Ihre Partner

### Die Marktanalyse – oder wie verschaffen Sie sich ein Bild des Marktes?

Nur der Nutzen Ihres Produktes oder Ihrer Dienstleistung interessiert den Kunden!

Zu Ihrem Produkt gehört der richtige Service, der «added value», der «Mehrwert» – und auch die richtige «Verpackung»!

Mitentscheidend über den Erfolg wird der Preis sein – und der richtige Absatzkanal.

Bei der Beantwortung dieser Fragen können Ihnen Berufsverbände, kantonale Handelskammern, das Bundesamt für Statistik oder kantonale Stellen helfen.

Falls Sie über ein Marktforschungsbudget verfügen, können Sie sich natürlich auch an ein spezialisiertes Institut wenden.

Sie müssen alles über die Gewohnheiten und die Denkweisen Ihrer Kunden wissen!

### Stellen Sie sich diese Fragen:

- Welches ist die Motivation des Kunden?
  - Ist es der Preis,
  - die Kommunikation,
  - der Vertriebskanal
  - oder doch das Produkt selbst (Image)?
- Wie oft kauft der Kunde, wieviel und wo am liebsten?
- Wie ist das Umfeld dieses Produktes betreffend Technologie, Konkurrenz usw.?
- Wo sind die Stärken und eventuell die Schwächen meines Produktes?
- Kann oder will ich mein Produkt ins Ausland exportieren? Sind dabei besondere gesetzliche Vorschriften und andere Regelungen der Exportländer zu berücksichtigen?

## Die Wahl der Rechtsform

### Ihre Analyse hat Sie überzeugt... es gibt einen Bedarf!

Nun müssen Sie sich mit wichtigen Entscheidungen auseinandersetzen:

Welche Rechtsform eignet sich am besten für Ihr Geschäft?

- Einzelfirma?
- Einfache Gesellschaft?
- Kollektivgesellschaft?
- Kommanditgesellschaft?
- GmbH?
- Aktiengesellschaft?

Verschiedene Fragen stellen sich:

- Welche Rechtsform stimmt am besten mit meinen Zielen, meinen finanziellen Mitteln und mit meiner persönlichen Situation überein?
- Muss ich mich ins Handelsregister eintragen lassen?
- Wo sind die Vorteile, wo liegen Nachteile der verschiedenen Rechtsformen?

Am besten wenden Sie sich an einen anerkannten Treuhänder, an eine kantonale Handelskammer oder an einen Rechtsanwalt.

Dort erhalten Sie Antworten auf Ihre Fragen, dort kann man Ihnen die Unterschiede erklären und helfen, den richtigen Entscheid zu treffen.

### Bereiten Sie sich umfassend für dieses Gespräch vor!

- Bereiten Sie einen präzisen Fragenkatalog vor, damit Sie auch die nötigen Antworten bekommen und nichts vergessen!
- Halten Sie alle Unterlagen bereit:
  - Ihre Projekt-Idee
  - Ihre finanzielle Situation: Budget, Ersparnisse, evtl. Verpflichtungen (z.B. Alimente), evtl. Schulden, Business-Plan usw.
  - Versicherungen (Sachversicherungen, Haftpflicht usw.), Vorsorge (z.B. Lebensversicherung, Säule 3a), Steuersituation.

### Um Ihre Fragen rund um die Versicherungen zu beantworten, offeriert Ihnen die Mobiliar gratis einen MobiTest.

Dieses computergestützte Analyseprogramm verschafft Ihnen einen Überblick über Ihre Versicherungssituation und zeigt Ihnen allfällige Doppelversicherungen oder Lücken in der Deckung auf!

Nehmen Sie dazu Kontakt mit Ihrer Generalagentur auf.

## Es wird konkret: Ihre Infrastruktur

### Ohne Infrastruktur...

...lässt sich kein Geschäft betreiben – und erst recht kein Produkt herstellen!

Allerdings kostet die Infrastruktur Geld: Sie müssen also Prioritäten setzen und vorerst Wünschbares hinter Machbarem zurückstellen! Ihr Geld muss effizient und zielgerichtet investiert werden!

Erstellen Sie also zuerst eine Liste, die Ihnen einen klaren Überblick verschafft! Entscheiden Sie aufgrund Ihrer Prioritäten.

Zu einer genauen Budgetierung gehören natürlich auch andere Fixkosten, wie

- Löhne der Mitarbeitenden
- Sozialversicherungsabgaben
- Zinsen
- Servicegebühren
- Telefongebühren
- Reinigung
- Zeitschriftenabonnemente usw.



Das könnte etwa so aussehen:

Was	Begründung	Vorhanden	Neu	Occasion	Leasing/ mieten	Preis/ Kosten	Prio. 1,2,3,4
Büro		Ja				–	
Werkstatt		Nein			X	mtl. 2000.–	1
PC	Kundendaten, Buchhaltung etc.	Nein	X			5000.–	1
Liefer- wagen	Service	Nein		X		15000.–	2
Maschinen	Produktion	Nein			X	mtl. 4000.–	1

usw.

## Denken Sie auch an die Sicherheit!

### Risk-Management: Ein zentrales Thema für jeden Unternehmer!

Risk-Management in Ihrer Unternehmung bedeutet

- Führung Ihrer Unternehmung mit Verfahren und Techniken, die geeignet sind, höchstmögliche Sicherheit zu gewährleisten;
- Gefährdungspotenziale zu erkennen, zu bewerten und weitestgehend zu eliminieren – mindestens aber zu minimieren!

Als Unternehmer stehen Sie Ihren Risiken nicht wehrlos gegenüber: Unfälle und andere negative Ereignisse geschehen nicht «einfach so» – sie werden meist verursacht!

Um denkbare Risiken in den Griff zu bekommen, müssen Sie

- sich den ganzen Geschäftszyklus vergegenwärtigen;
- mögliche Risikofaktoren erkennen;
- die Wahrscheinlichkeit eines möglichen Störfalles beurteilen;
- die denkbaren Folgen einer Störung realistisch bewerten;
- Lösungsmöglichkeiten suchen.

Eine Analyse erlaubt eine grobe Gewichtung in sehr grosse, grosse, mittlere und kleine Risiken.

In der Praxis bedeutet dies:

Die Risiken müssen in ihrer umfassenden Wirkung erkannt, beurteilt und bewältigt werden: Risk-Management ist Chefsache!

Ihre Unternehmung ist von verschiedensten Risiken bedroht: Risk-Management muss sich mit allen unternehmerischen Risiken befassen – ob sie versicherbar sind oder nicht.

Infolge der dynamischen Entwicklung der Innen- und Aussenwelt ist jede Unternehmung ständig neuen Risiken ausgesetzt: Risk-Management ist deshalb eine Daueraufgabe!

Aufgrund Ihrer Analyse beurteilen Sie,

- welche Risiken vermieden werden können – zum Beispiel durch Verzicht auf umweltgefährdende Produktion;
- welche Risiken vermindert werden können – zum Beispiel durch den Einbau von Sicherheitseinrichtungen;
- welche Risiken Sie überwälzen können – zum Beispiel durch vertragliche Regelungen und Versicherungen;
- und schliesslich: Welche Risiken Sie selbst tragen wollen – zum Beispiel durch Bildung von Reserven.

### Wir unterstützen Sie bei Ihrem Risk-Management

Unsere vornehmste Aufgabe ist es, Sie in Sicherheitsfragen zu unterstützen. Nehmen Sie doch mit Ihrer Generalagentur Kontakt auf – wir freuen uns, Sie und Ihr Projekt kennenzulernen.

## Jetzt geht es um die Finanzierung

### Sie kennen nun Ihren Bedarf und Ihre eigenen Mittel

Spätestens jetzt benötigen Sie den Business-Plan.

Diese Elemente sollte Ihr Business-Plan enthalten:

- Zusammenfassung (Management summary)
- Kurzprofil der Unternehmung
- Produkte-/Dienstleistungsbeschreibung
- Märkte und Kunden
- Wettbewerb und Konkurrenz
- Organisation und Management
- Marktbearbeitung und Vertrieb
- Leistungserstellung/Infrastruktur
- Qualitätsmanagement
- Risikoanalyse
- Finanzen und Controlling

Den Business-Plan verlangt der Geldgeber, z.B. die Bank, um die Risiko-Analyse durchzuführen.

Jetzt werden Ihre Ideen und Absichten auf Herz und Nieren geprüft!

Wenn Sie klar definierte Ziele haben, Ihr Projekt realistisch ist und gewisse Eigenmittel vorhanden sind – dann werden Sie auch diese Hürde schaffen!

Unsere kostenlose Toolbox für Jungunternehmen und KMU (CD-ROM) enthält eine Anleitung zum Businessplan. Bestellmöglichkeit unter: [www.mobi.ch/jungunternehmen](http://www.mobi.ch/jungunternehmen)



### Sehr wichtig: Sind Sie überzeugt...

- dass Ihr Projekt Hand und Fuss hat?
- dass Ihre Idee realisierbar ist?
- dass Sie objektiv eine gute Marktchance haben?

Ja? Dann wagen Sie den Schritt zum Geldgeber!

Nein? Dann überlegen Sie sich das Ganze nochmals von Grund auf neu!

«You never get a second chance to make a good impression» – sagen die Angelsachsen...

Banken und Finanzinstitute halten es ähnlich: Es ist schwierig, nach einer Absage eine zweite Chance für einen Kredit zu bekommen!

### Und zum Schluss:

«Ohne Wagnis gibt es keinen Erfolg»

Jeanne Bourgeois

**Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!**

# Ihre Bedürfnisse und unsere Lösungen

## Unsere Produktpalette:

- **Schutz für Waren und Einrichtungen, bei Transportschäden, gegen Ertragsausfälle und Mehrkosten, Haftpflichtansprüche Dritter sowie Rechtsstreitigkeiten im Arbeitsrecht**  
MobiPro Betriebsversicherung Multirisik;
- **für Ihren Fahrzeugpark**  
MobiCar Motorfahrzeugversicherungen:  
Flottenlösungen für Haftpflicht, Teil- und Vollkasko, Insassen-Unfall;
- **für Ihre Geschäftsreise**  
MobiTour Reiseversicherungen;
- **für Ihren Maschinenpark**  
MobiPro Technische Versicherungen:  
Maschinen, Maschinen-Betriebsunterbrechung, Maschinenkasko, EDV-Anlagen, Technische Anlagen, Montage;
- **beim Bauen**  
MobiPro Bauversicherungen:  
Bauwesen, Bauherrenhaftpflicht;
- **für Risiken unterwegs**  
Transportversicherungen:  
Ausstellungen, Werkverkehr, Transport;
- **bei Rechtsfällen**  
Rechtsschutzversicherungen;
- **für die Sicherheit Ihrer Mitarbeitenden**  
MobiSana Kollektive Unfall- und Krankenversicherungen:  
Unfall: Obligatorische Unfallversicherung (UVG) und UVG-Ergänzung, Kollektiv-Unfall;  
Krankheit: Krankentaggeld: Lohnersatz, Geburtengeld;
- **für eine sichere Zukunft**  
Berufliche Vorsorge der 2. Säule:  
In Zusammenarbeit mit unserer Partnerin PAX bieten wir KMU mit bis zu zehn Mitarbeitenden acht verschiedene Vorsorgepläne an (BusinessComfortKMU).

## **Profitieren Sie von unserem Starter-Paket für Jungunternehmen**

### **Starthilfe**

Wir gewähren Ihnen auf der für Sie massgeschneiderten Versicherungslösung eine Starthilfe in Form von Prämienvergünstigungen.

### **Vorsorgedeckung**

Um eine Unterversicherung zu vermeiden, erhalten Jungunternehmen von uns eine Vorsorgedeckung für das Geschäftsinventar.

### **Beratung und Betreuung vor Ort**

Mit unseren über 80 Generalagenturen sind wir mit den örtlichen Rahmenbedingungen vertraut und in der Region verankert.

## **Zusätzliche Dienstleistungen**

### **Toolbox für Jungunternehmen und KMU. Risiken managen – unternehmerische Chancen nutzen!**

Unsere kostenlose CD-ROM enthält Tipps und Informationen zu Risk-Management, Businessplan, Networking, Versicherung und Vorsorge sowie nützliche Internet-Links. Bestellmöglichkeit unter: [www.mobi.ch/jungunternehmen](http://www.mobi.ch/jungunternehmen)

### **Mobi24 Call-Service-Center**

## **Mobi 24**

Immer für Sie da: 365 Tage im Jahr rund um die Uhr stehen wir Ihnen in allen Landessprachen mit Rat und Tat bei – für Schadenmeldungen, Hilfe und Auskünfte.

### **Partnerschaften**



Das Institut für Jungunternehmen IFJ hat seit 1989 weit über 20 000 JungunternehmerInnen mit Businessplan-Tools, Networking-Events, Workshops und individuellen Coaching-Angeboten beim Startup begleitet.



Mit [www.eStarter.ch](http://www.eStarter.ch), dem führenden Portal für Jungunternehmen und KMU, stellt das IFJ das umfassendste Know-how und die besten Tools im eBusiness zur Verfügung.

### **Weitere Informationen unter [www.mobi.ch](http://www.mobi.ch)**

## Unsere Angebote

MobiSana  
Unfall- und Krankenversicherungen

MobiLife  
Lebensversicherungen und Vorsorge

MobiCar  
Fahrzeugversicherung Multirisk

MobiCasa  
Haushaltversicherung Multirisk

MobiTour  
Reiseversicherung Multirisk

MobiPro  
Betriebsversicherung Multirisk

MobiFonds  
mit Julius Bär

Rechtsschutzversicherungen