

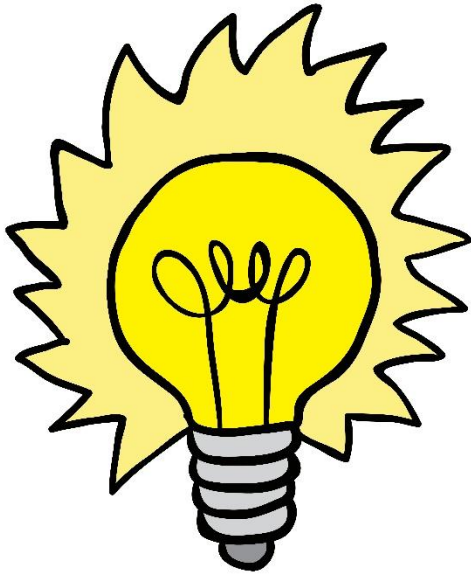
Endlich selbstständig:

Aylins kleines Café in der Innenstadt von Hannover

Eine inspirierende Geschichte und ein
praktischer Leitfaden zur beruflichen
Freiheit

Franka Moll

Geschäftsideen mit Potenzial:
Was funktioniert?



Aylin kann es gar nicht erwarten, weiter zu planen und sitzt auf dem bequemen Sofa ihrer kleinen Wohnung im multikulturellen und studentisch geprägten Stadtteil Linden Nord.

In diesem Moment klingelt es an der Tür. Aylin öffnet und begrüßt ihre Freundin Lena, die einen Stapel Unterlagen dabei hat und sie herzlich umarmt. Lena ist eine sehr gute Freundin von ihr, die Aylin noch aus der Schule kennt. Sie bringt eine wertvolle Perspektive mit: Sie arbeitet im Marketing und kennt sich hervorragend damit aus, wie man die richtigen Zielgruppen anspricht. Aylin hat Lena gestern angerufen und ihr ganz lose von ihrem Café erzählt.

„Hey, ich dachte, ich schau mal vorbei und sehe, wie es läuft. Außerdem hast du mich am Telefon echt neugierig gemacht,“ sagt Lena, während sie sich auf den Sessel gegenüber setzt.

„Ich bin mir sehr sicher, dass mein Café funktionieren wird.“, entgegnet Aylin voller Enthusiasmus.

Lena bremst sie ein wenig. „Denk mal nach, was so ein Café in der Innenstadt an Miete kostet und wie viele Tassen Kaffee du verkaufen musst, um allein die Miete zu bezahlen, bevor du auch nur einen Cent Gewinn siehst. Wir müssen überlegen, wie wir dein Geschäft skalieren können.“

„Was heißt denn skalieren?“, fragt Aylin interessiert.

„Skalieren bedeutet, wie ein Geschäft effizient wachsen kann, ohne dass der Arbeitsaufwand proportional ansteigt. Skalieren bedeutet hier, das Geschäftsmodell so anzupassen, dass zusätzliche Einnahmen generiert werden können, ohne die fixen oder variablen Kosten unverhältnismäßig zu erhöhen.“, antwortet Lena wie eine Expertin.

Die beiden setzen sich diesmal an den Küchentisch und Lena zieht ihr Notizbuch hervor. „Zum Beispiel könnten wir über Zusatzangebote nachdenken, die nicht viel von deiner Zeit in Anspruch nehmen. Was hältst von einem speziellen Brunch-Bufferet, das Gäste anzieht? Dann bereitest du das Menü und große Kannen Kaffee nur einmal zu. Außerdem müssen die Kunden nicht bedient werden, sondern sie holen sich Essen und Getränke selbst vom Bufferet.“

Die Idee mit dem Bufferet findet sie super und auch Kaffeekurse sind eine schöne Idee. Aylin lächelt bei dem Gedanken, ihre Leidenschaft für Kaffee mit anderen zu teilen. „Das klingt fantastisch. Ich könnte sogar in Erwägung ziehen, das Geschäft online zu erweitern. Vielleicht durch den Verkauf von Paketen mit unseren beliebtesten Kaffee- und Teesorten.“

„Genau,“ sagt Lena, während sie eifrig Notizen macht. „Produkte online zu verkaufen ist wunderbar skalierbar. Und was ist mit Catering? Du könntest Veranstaltungen in lokalen Unternehmen oder bei städtischen Events ausstatten. Aber gut, eins nach dem anderen, lieber erstmal mit dem Cafébetrieb und vielleicht einem Bufferet an einem Tag in der Woche anfangen und nicht alles auf einmal machen. Sonst machst du nachher ganz viel auf einmal, aber nichts richtig. Vielleicht ja auch ab und zu einen Kurs zur Kaffe Zubereitung im Café, das ist schön, denn so greifen die Angebote ineinander: Im Café kannst du gleich Werbung für die Kurse machen und Teilnehmer gewinnen. Und zufriedene Kursteilnehmer kommen bestimmt auch gerne wieder in dein Café.“

Aylin beginnt, die Möglichkeiten und Skalierbarkeit zu sehen. „Und irgendwann, wenn der Laden läuft, könnte die Eröffnung eines zweiten Standorts in einem anderen Stadtteil eine Option sein. Das würde mir erlauben, die Kosten und

Infrastruktur über mehrere Standorte zu verteilen und die Abhängigkeit von diesem einen Ort zu verringern.“ Aylin macht eine Pause, bremst sich und lacht: „Aber du hast recht Lena, nicht alles auf einmal. Es ist gut viele Ideen zu haben, um das Angebot zu erweitern. Ich werde einiges nach und nach ausprobieren und was mit wenig Zeitaufwand den größten Gewinn verspricht, werde ich beibehalten.“

„Ich denke, das Wichtigste ist, dass du flexibel und anpassungsfähig bleibst,“ sagt Lena, ihre Augen leuchtend vor Enthusiasmus. „Bleib immer kreativ und sei bereit, die Pläne zu ändern, wenn du siehst, was funktioniert und was nicht.“

Aylin nickt entschlossen. Das Wichtigste ist, die Bedürfnisse ihrer Kunden zu erkennen und flexibel zu bleiben und sich manchmal sogar wieder selbst zu erfinden. Mit der Unterstützung durch Lena fühlt sie sich gestärkt. Lena ist wirklich super.

Als Lena sich verabschiedet, blickt Aylin zufrieden auf die gefüllten Seiten vor sich. Solange ich Ideen habe, ich diese umsetze und mir Feedback hole und die Ideen anpasse, bis sie funktionieren, dann wird mein Laden laufen.

Good-to-know - erfolgreiche Geschäftsideen und Wachstumspotenziale



Zusatzangebote und Mehrwert:

- **Veranstaltungen und Kurse:** Wie Lena Aylin vorschlägt, können zusätzliche Angebote wie Kaffeezubereitungskurse oder Brunch-Buffets neue Kunden anziehen und zusätzliche Einnahmen generieren. Gründer sollten überlegen, welche Veranstaltungen oder Dienstleistungen das Kerngeschäft sinnvoll ergänzen können.
- **Cross-Promotion:** Aylin kann Kurse im Café bewerben, um Teilnehmer zu gewinnen, die auch Kunden im Café werden. Synergien zwischen verschiedenen Angeboten stärken das Gesamtkonzept und steigern die Kundenbindung.

Skalierung und Online-Verkauf:

- **Online-Produkte und Services:** Der Online-Verkauf von Produkten, wie Aylins Kaffee- und Teesorten, bietet eine skalierbare Einnahmequelle, die unabhängig vom physischen Standort ist. Gründer können prüfen, welche Teile ihres Geschäfts digital erweitert werden können. Nur darf ein zusätzliches Online-Geschäft natürlich auch nicht zu viel Arbeit machen, lieber auf eine Sache richtig konzentrieren.
- **Zusätzliche Standorte:** Ein weiterer Standort kann das Geschäft vergrößern und die Abhängigkeit von einem einzelnen Ort reduzieren. Es bietet die Möglichkeit, das Geschäftsmodell zu vervielfachen und die Kosten über mehrere Standorte zu verteilen.

Kundenbedürfnisse und Anpassungsfähigkeit:

- **Flexibilität bewahren:** Lena betont, dass Aylin flexibel und anpassungsfähig bleiben sollte. Gründer sollten bereit sein, ihr Geschäftsmodell basierend auf Kundenfeedback und Markttrends anzupassen, um langfristig erfolgreich zu sein.
- **Kundenzentriertes Denken:** Aylin versteht, dass ihr Café ein Treffpunkt für die Gemeinschaft werden soll. Dafür hilft ein Perspektivwechsel und durch Kundenaugen das eigene Café zu betrachten.

Strategisches Wachstum:

- **Schrittweises Vorgehen:** Lena erinnert Aylin daran, die Ideen nach und nach umzusetzen. Statt alles gleichzeitig zu starten, ist es sinnvoll, die Angebote stufenweise zu entwickeln und zu testen, was funktioniert.
- **Planung und Prioritäten:** Das Festlegen von Prioritäten und das fokussierte Arbeiten an einzelnen Projekten hilft, Ressourcen effektiv zu nutzen und ein solides Fundament für das Wachstum zu schaffen.