

Für erfahrene Unternehmer
(>2 Gründungen & >50 Mitarbeitende geführt)

Wo in deinem Markt die nächste Geschäftschance steckt

5 Signale, die zeigen, wo aus deinem Marktverständnis, deinem Zugang und aktuellem Timing ein neues Geschäftsmodell entstehen kann.

Geschäftschancen-Finder

Was dich erwartet:

- ✓ Welche Marktbewegungen gerade neue Geschäftsmodelle möglich machen
- ✓ Die 5 Signale, an denen du skalierbare Geschäftschancen früh erkennst
- ✓ Wie du prüfst, ob ein Feld echte Substanz hat
- ✓ Die eine Formel, mit der aus Marktgefühl eine konkrete Geschäftsthese wird

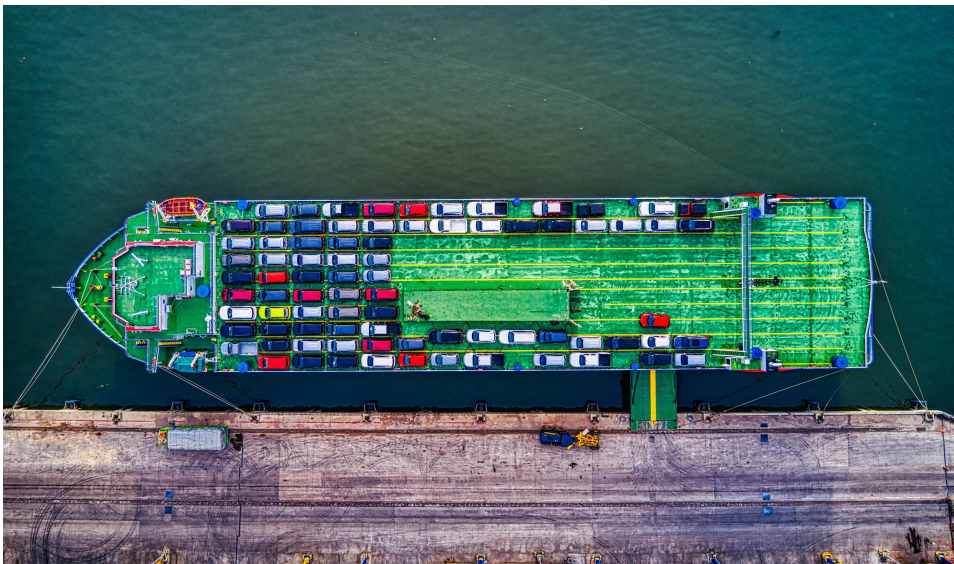
Chancen erkennen, bevor sie offensichtlich werden.



Die stille Verschiebung im B2B-Markt

Viele B2B-Nischen verändern sich gerade nicht durch laute Disruption, sondern durch eine **stille Verschiebung**. Kunden erwarten Ergebnisse schneller, verlässlicher und mit weniger personeller Abhängigkeit.

Gleichzeitig geraten klassische Geschäftsmodelle unter Druck: Margen werden enger, Fachkräfte knapper, operative Komplexität steigt. Dadurch verschiebt sich der Wert: weg von personalintensiver Leistung, hin zu **wiederholbaren Systemen**, spezialisierten Ergebnissen und skalierbaren Modellen.



Für erfahrene Unternehmer entsteht genau hier ein besonderes Zeitfenster: Was sie seit Jahren als wiederkehrenden Engpass sehen, könnte heute als neue Ergebnissäule prüfbar werden.

- Nicht als KI-Spielerei.
- Nicht als weiteres Projekt.
- **Sondern als unternehmerisches Handlungsfeld mit Substanz.**

MESSBARER DRUCK

Der Druck ist messbar

Löhne und Gehälter sind der größte Kostenblock im Mittelstand. KI übernimmt zunehmend wissensintensive Tätigkeiten. Entscheidend ist deshalb ein **neues Leistungsdesign**:

Was bleibt Mensch? Was wird System? Was wird wiederholbar?

Mehr als eine Idee: Das unternehmerische Handlungsfeld

Eine skalierbare Geschäftschance ist **keine fertige Idee** — und kein weiteres operatives Projekt. Der entscheidende Unterschied für dich:

- Du musst dafür **nicht wieder selbst gründen**.
- Du musst **kein eigenes Team** aufbauen.
- Du musst **nicht zurück ins Tagesgeschäft**.

Eine skalierbare Geschäftschance entsteht dort, wo ein **wiederkehrendes Kundenproblem**, **tiefes Marktverständnis**, **unfairer Zugang** und ein **wiederholbarer Lösungsweg** zusammenkommen.

Also dort, wo du als erfahrener Unternehmer etwas erkennst, das andere nicht ohne Weiteres sehen: weil du die Kunden kennst, die Branche verstehst und Zugang besitzt, den neue Gründer erst mühsam aufbauen müssten.



DER FILTER

Um das herauszufinden, reicht kein Bauchgefühl.

Eine Beobachtung wird erst dann relevant, wenn sie bestimmte Signale erfüllt. Der folgende Filter hilft dir zu erkennen, ob du nur ein interessantes Muster siehst — oder bereits eine Geschäftschance, die eine Prüfung verdient.

Muster erkennen, bevor die Idee entsteht

Eine skalierbare Geschäftschance zeigt sich selten sofort als fertige Idee. Sie zeigt sich zuerst als Muster: als wiederkehrender Engpass, als manuelle Leistung oder als Zugang, den neue Gründer nicht einfach kopieren können.

1. Das Wiederholungs-Muster

Ein Kundenproblem taucht seit Jahren immer wieder auf — wird aber jedes Mal individuell gelöst. Was regelmäßig wiederkehrt, kann systematisiert werden.

Prüffrage: Welches Kundenproblem begegnet dir so häufig, dass du es fast schon vorhersehen kannst?

2. Das Personal-Muster

Eine Leistung hängt stark an erfahrenen Menschen und Bauchgefühl. Diese sind schwer skalierbar, es sei denn, man findet darin wiederkehrende Muster.

Prüffrage: Welche Leistung wird heute noch manuell erbracht, obwohl sie erkennbar wiederholbaren Mustern folgt?

3. Das Zugang-Muster

Du hast Zugang zu Entscheidern, Daten oder Vertrauen, den neue Anbieter über Jahre aufbauen müssten. Dieser Zugang ist oft wertvoller als die Idee selbst.

Prüffrage: Wo hast du Zugang, den ein neuer Anbieter erst über Jahre aufbauen müsste?



4. Das Margen-Muster

Ein Markt ist groß genug, aber bestehende Anbieter verdienen zu wenig. Die Leistung wird zu langsam, manuell oder personalintensiv erbracht.

Prüffrage: Wo wird in deinem Markt viel Aufwand betrieben, aber vergleichsweise wenig skalierbarer Wert erzeugt?

5. Das Marktfenster-Muster

Das Problem ist nicht neu, aber der Zeitpunkt. Neue Technologien, Fachkräftemangel oder Regulierung machen alte Probleme plötzlich neu lösbar.

Prüffrage: Welche Veränderung macht ein bekanntes Problem in deinem Markt gerade jetzt neu prüfbar?

WICHTIG

Ein einzelnes Signal macht noch keine Geschäftschance.

Interessant wird es, wenn mehrere Muster gleichzeitig auftauchen:

- Ein Problem wiederholt sich & die heutige Lösung ist zu manuell.
- Der wirtschaftliche Schmerz ist real & du hast besonderen Zugang.
- Und der Markt bewegt sich gerade.

Dann entsteht ein Feld, das eine unternehmerische Prüfung verdient.



Nicht jede Beobachtung ist eine Geschäftschance

Prüfungswert wird eine Beobachtung erst, wenn mehrere Signale zusammenkommen. Als Orientierung gilt: Eine Geschäftschance verdient eine unternehmerische Prüfung, wenn **mindestens vier dieser fünf Punkte** belastbar erkennbar sind:

- **1. Wiederkehrendes Problem:** Das Problem tritt nicht einmalig auf, sondern strukturell.
- **2. Wirtschaftlicher Schmerz:** Kunde verliert Zeit, Geld, Qualität oder Sicherheit.
- **3. Systematisierbarer Lösungsweg:** Heutige Lösung ist manuell, folgt aber Mustern.
- **4. Unfairer Zugang:** Du hast Wissen oder Netzwerk, das man nicht kopieren kann.
- **5. Why-now:** Technologie oder Fachkräftemangel machen das Thema jetzt prüfbar.

Der entscheidende Punkt: Prüfen heißt noch nicht bauen.

Eine prüfbare Geschäftschance ist keine fertige Idee. Sie ist ein Feld mit genug Substanz, um zu bewerten, ob daraus ein skalierbares Geschäftsmodell entstehen kann.

Ist diese Beobachtung belastbar genug, um sie unternehmerisch zu prüfen?



Nach dem Geschäftschancen-Filter kannst du dein Feld nüchtern einordnen.

Rot: Beobachtung

Du siehst ein Thema, aber noch keinen klaren wirtschaftlichen Schmerz, keinen eindeutigen Käufer oder besonderen Zugang. Es fehlt der "Why now"-Grund.

Einordnung: Interessant, aber noch zu weich. | **Nächster Schritt:** Problem präzisieren.

Gelb: Suchraum

Es gibt ein wiederkehrendes Problem und erste Hinweise auf Relevanz und Systematisierbarkeit. Noch fehlt Klarheit über das Geschäftsmodell.

Einordnung: Keine fertige Chance, aber ein relevantes Feld. | **Nächster Schritt:** These schärfen.

Grün: Prüfbare Geschäftschance

Problem, Schmerz, Wiederholbarkeit, Zugang und Marktfenster sind erkennbar. Substanz für eine echte unternehmerische Bewertung ist da.

Einordnung: Genug Substanz für eine Bewertung. | **Nächster Schritt:** Prüfen der Skalierbarkeit.

WICHTIG

Diese Ampel ist keine Entscheidung, sofort zu bauen.

Sie hilft dir zu erkennen, welcher Reifegrad vorliegt: Beobachtung → Suchraum → prüfbare Geschäftschance. Der entscheidende Schritt ist, eine echte Geschäftschance nicht länger nur als Marktbeobachtung abzuspeichern.

Nächster Schritt: Die Prüfformel

Wenn du bei einem Feld auf Gelb oder Grün kommst, hilft eine einfache Prüfformel. Sie verdichtet deine Beobachtung zu einer konkreten These.

Vom „müsste man mal“ zur prüfbaren These

Am Ende geht es nicht darum, Ideen zu sammeln. Es geht darum, eine Beobachtung so klar zu formulieren, dass sie prüfbar wird. Die folgende Prüfnotiz hilft dir dabei.

Deine Prüfformel

In meinem Markt sehe ich ein wiederkehrendes Problem bei _____.

Heute wird dieses Problem vor allem gelöst über _____ — also über manuelle Leistung, Erfahrung, Abstimmung, Personal oder Einzelfallarbeit.

Der wirtschaftliche Schmerz liegt in _____: Zeitverlust, Kosten, Qualitätsprobleme, Risiko, Geschwindigkeit, Planbarkeit, Umsatz oder Marge.

Mein besonderer Zugang liegt in _____: Kunden, Entscheidern, Branchenwissen, Daten, Reputation, Vertrauen, Netzwerk oder Kapital.

Ich vermute, dass durch _____ gerade ein Marktfenster entsteht.

Deshalb könnte daraus eine Geschäftschance entstehen, die unternehmerisch geprüft werden sollte.

DIE EIN-SATZ-FORMEL

Ich sehe bei **[Kundengruppe]** ein wiederkehrendes Problem rund um **[Problem]**, das heute noch stark über **[manueller Lösungsweg]** gelöst wird. Durch meinen Zugang zu **[Zugang]** und die Marktveränderung **[Why-now]** könnte daraus eine skalierbare Geschäftschance entstehen.

Beispielhafte Formulierung:

„Ich sehe bei mittelständischen B2B-Anbietern ein wiederkehrendes Problem rund um die qualifizierte Bewertung von Kundenanfragen. Heute wird dieses Problem stark über Erfahrung, Abstimmung und manuelle Einschätzung gelöst. Durch meinen Zugang zu Entscheidern, Branchenwissen und bestehenden Kundenbeziehungen — und durch den steigenden Druck auf Vertriebseffizienz — könnte daraus eine skalierbare Geschäftschance entstehen.“

Das ist noch kein Geschäftsmodell. Aber es ist konkret genug, um geprüft zu werden.

Woran du eine gute Prüfformel erkennst

Eine gute Prüfformel ist nicht perfekt. Aber sie ist konkret.

- Sie nennt keinen allgemeinen Trend, sondern ein **wiederkehrendes Problem**.
- Sie beschreibt keinen Wunsch, sondern einen **wirtschaftlichen Schmerz**.
- Sie bleibt nicht bei Technologie stehen, sondern zeigt einen **heutigen Lösungsweg**.
- Sie behauptet keinen Vorsprung, sondern benennt **echten Zugang**.
- Sie erzeugt keinen künstlichen Druck, sondern macht ein **reales Marktfenster** sichtbar.

Dann hast du keine lose Idee mehr. Du hast eine Geschäftschance, die eine Prüfung verdient.

WICHTIG

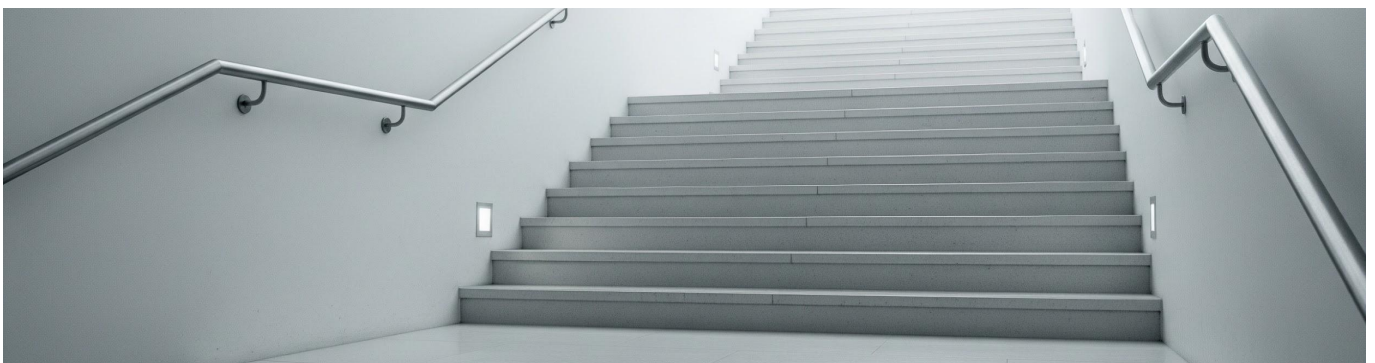
Die Prüfformel entscheidet noch nichts

Sie ist kein Businessplan oder Pitch, sondern ein Ausgangspunkt für eine unternehmerische Bewertung. Sie trennt Bauchgefühl von Substanz.

Ist diese Geschäftschance belastbar genug, um daraus ein skalierbares Geschäftsmodell zu entwickeln?

Nicht sofort bauen. Sondern prüfen.

Ob der Schmerz groß genug ist, der Zugang trägt und ob daraus ein Geschäftsmodell entstehen kann, das ohne dich im Tagesgeschäft funktioniert.



Vom Marktverständnis zum Geschäftsmodell

Wenn du nach deiner Prüfnotiz denkst: „**Das könnte bei uns tatsächlich ein Thema sein**“, lohnt keine Ideendiskussion. Dann lohnt eine unternehmerische Prüfung.

In einem ersten Gespräch mit Marcus Tammer bewerten wir gemeinsam, ob aus deinem Marktverständnis, deinem Zugang und dem erkannten Engpass eine skalierbare Geschäftschance entstehen könnte.

**Nicht als Pitch.
Nicht als Beratungsgespräch.
Nicht als Entscheidung, sofort zu bauen.**

Sondern als nüchterne Einschätzung: **Ist hier genug Substanz für ein neues Geschäftsmodell — oder nicht?**



JETZT PRÜFEN

Jetzt Potenzial prüfen

Kurz, vertraulich und auf Augenhöhe.

Gespräch vereinbaren