Existenzgründungen sind für die Gesellschaft bedeutend, sie schaffen Arbeitsplätze, sind für den Staat zusätzliche Steuereinnahmen und befriedigen durch ihre betriebliche Leistung die Bedürfnisse der Verbraucher. Der Prozess der Gründung kann in 3 Hauptphasen unterteilt werden, der Erkennungs-, Entwicklungs- und Umsetzungsphase in denen der Unternehmer seine Idee planen, realisieren und evaluieren muss, um am Markt Erfolg zu haben. Er muss das Potenzial erkennen um die Bedürfnisse seiner potenziellen Kunden befriedigen zu können und im Detail prüfen, ob seine Idee umsetzbar ist. Die verschiedenen Perspektiven, den Kosten, Aufwand, Absatz und Gewinn auf Profitabilität anhand einer Situationsanalyse kritisch betrachten. Die Informationen über die Marktlage, Kunden- und Konkurrenzstrukturen und Lieferanten bezieht der Gründer über die Marktforschung. Für kleine Unternehmen oder für Existenzgründer, denen am Anfang nicht sehr viele finanzielle Mittel zur Verfügung stehen, eignet sich eher die Sekundärforschung. Sie ist im Vergleich zur Primärforschung sofort abrufbar, wesentlich kostengünstiger und nicht so zeitaufwendig. Es werden Daten aus Quellen wie Firmenveröffentlichungen, amtlichen Statistiken, Verbänden und Berufsorganisationen zusammen getragen, um die besonderen Merkmale der Marktlage, Kunden- und Konkurrenzstrukturen und Lieferanten zu ermitteln. Aus diesen Fakten lässt sich eine Segmentierung von Kundengruppen ableiten, die eine gute Grundlage eines effektiven Marketings sein kann, um eine Strategie der Produkt-, Kommunikations- und Distributionspolitik entwickeln zu können. Die Analyse der Wettbewerber dient dazu, Kunden abzuwerben und an das eigene Unternehmen zu binden. Um sich von der Konkurrenz abzusetzen, sollte ein USP, ein unvergleichbares Verkaufsargument konzipiert werden. Über den Marketing-Mix, den Strategien Price, Place, Product und Promotion werden die Bedürfnisse der potenziellen Kunden stabilisiert um wirksam am Markt Erfolg zu haben. Der Unternehmer sollte seine Absatzwirtschaft konservativ oder modern planen. Ob er erst produziert und seinen Umsatz durch Marketing steigert oder erst eine Nachfrage durch Werbung generiert und dementsprechend produziert, hängt sicherlich auch von seiner finanziellen Lage ab. Ein schlüssiges Marketingkonzept und eine gründliche Planung ist für eine Existenzgründung unerlässlich. Die Wettbewerbskräfte der Branche müssen

ausführlich analysiert werden um eine solide Grundlage für die Umsetzung der Geschäftsidee zu bilden. Langfristiger Erfolg stellt sich mit der Kreativität des Unternehmers ein, mit seinen Innovationen wieder und wieder die Bedürfnisse der Verbraucher zu befriedigen.