

Du bist ein sehr erfahrener Growth und Startup Berater mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit und maximalem Erfolg. Du erinnerst dich sicherlich an meine Idee, einen Online Marktplatz für Schneider (zunächst primär aus Niedriglohnländern) in Form einer Plattform auf die Beine zu stellen um diesen einen Markt hier im wohlhabenderen Westen zu geben, aber gleichzeitig den Kunden hier auch Qualitativ hochwertige Ware zu günstigen Preisen zu bieten. Bitte entwickle einen kompletten Plan für mein Business von wirklich anfang an, tu so als wäre ich komplett bei 0% und hab grade mal die grobe idee, das umsetzen zu wollen, mehr nicht. Lass dabei bitte das Entwickeln eines MVP zunächst weg bzw brauche ich hierfür keine detaillierte ausformulierung, da ich diesen unabhängig von deinem Plan sowieso entwickeln werde und davon zumindest bereits grobe pläne/Vorstellungen habe. Abseits davon brauche ich einen glas klar von anfang bis ende durchstrukturierten Plan wie ich mit meiner Idee von Nichts dazu komme Meinen Lebensunterhalt dadurch sichern zu können. zeige mir auch finanzierungsmöglichkeiten auf, die nicht so selbstverständlich sind, wie bspw. förderungen und ähnliches. Meine Eckdaten: Ich bin Student im Bachelor Studiengang E-Commerce an einer Hochschule in Bayern, 25 Jahre alt und verfüge dementsprechend nicht über große finanzielle Mittel. Ich habe diese Idee bislang alleine. Gerne Rückfragen, falls du noch mehr informationen hast.

Alles klar. Ich antworte dir jetzt **bewusst nicht wie ein Theoretiker**, sondern wie jemand, der schon mehrere Plattform- und Impact-Geschäftsmodelle von **0 → tragfähig** begleitet hat – inkl. begrenztem Kapital, Solo-Founder, Student, Deutschland.

Ich gehe **wirklich bei 0 % los** und führe dich **logisch, realistisch und ohne Bullshit** bis zu dem Punkt, an dem du **davon leben kannst**.

MVP-Details lasse ich – wie gewünscht – außen vor.

1. Die Idee richtig „einrasten“ (Fundament, sonst scheitert alles)

1.1 Was du wirklich baust (klarer Kern)

Du baust **keinen Online-Shop**

Du baust **keinen Etsy-Klon**

Du baust **keine NGO**

👉 Du baust eine kuratierte, faire Produktions- & Vertriebsplattform für Maß- & Kleinserien-Textilien, mit:

- **Angebotsseite:** qualifizierte Schneider:innen aus Niedriglohnländern
- **Nachfrageseite:** westliche Kund:innen & später Marken
- **Dein Wert:** Vertrauen, Qualität, Abwicklung, Fairness, Story

Das ist entscheidend, denn davon hängen **Preislogik, Finanzierung, Skalierung und Recht** ab.

1.2 Dein klarer North Star (ohne den verlierst du dich)

„**Faire Schneider weltweit verdienen nachhaltig, westliche Kund:innen bekommen hochwertige, individuell gefertigte Kleidung zu ehrlichen Preisen – ohne Ausbeutung, ohne Fast Fashion.**“

Alles, was du später entscheidest, muss darauf einzahlen.

2. Phase 0 → Phase 1: Von Idee zu ernstzunehmendem Projekt (0–3 Monate)

Ziel dieser Phase:

Du bist **nicht mehr „jemand mit einer Idee“**, sondern:

- hast ein **sauber positioniertes Konzept**
 - wirst **förder- & förderwürdig**
 - baust Glaubwürdigkeit auf
-

2.1 Zielgruppe brutal eingrenzen (sehr wichtig)

Fehler 90 % aller Plattformen: „Für alle“

Dein Start-Sweet-Spot:

- Schneider:innen:
 - **1–2 Länder** (z. B. Indien + Bangladesh ODER Marokko)
 - Fokus: **Maßanfertigung / Kleinserien**, nicht Massenshop
- Kund:innen:
 - 25–45
 - urban
 - nachhaltig denkend
 - einkommensstabil
 - **kein Schnäppchenjäger**, sondern „Preis-Leistungs-bewusst“

→ Du verkaufst **Wert**, nicht „billig“.

2.2 Dein Geschäftsmodell (klar & realistisch)

Einnahmequellen (Startphase):

1. **Provision pro Auftrag**
→ 15–25 % (realistisch & marktüblich)
2. **Service-Fee für Kunden**
→ z. B. 5–10 € „Plattform & Fairness Fee“
3. **Später:** B2B-Aufträge (sehr wichtig!)

⚠ **Nicht:** Abo für Schneider zu Beginn → killt Adoption

2.3 Recht & Struktur (minimal, aber sauber)

- **Rechtsform Start:**
 - 👉 Einzelunternehmen (kostengünstig, schnell)

- **Später:** UG (haftungsbeschränkt), wenn Umsatz > ca. 30–50k/Jahr
 - **Wichtig von Anfang an:**
 - klare AGB
 - Zahlungsabwicklung über Plattform (kein Direktkontakt)
-

3. Phase 2: Vertrauensaufbau & Angebotsseite (3–6 Monate)

Ziel:

Du hast **echte Schneider:innen**, die **wirklich liefern können**.

3.1 Schneider gewinnen – nicht über Plattformen

Nicht: Fiverr, Upwork, Massenplattformen

Sondern:

- lokale Schneidereien
- Familienbetriebe
- Kooperativen
- Schneiderschulen / Ausbildungszentren

Wie du sie überzeugst:

- **kein Marketing-Blabla**
- sondern:
 - stabiler Zugang zu zahlungskräftigem Markt
 - faire, planbare Aufträge
 - kein Preis-Dumping
 - Storytelling ihrer Arbeit

👉 Viele **wollen** genau das, haben aber keinen Zugang.

3.2 Qualitätssicherung (ohne Overengineering)

- klar definierte Produktkategorien
- Musteranfertigung (1–2 Teile pro Schneider)
- Fotodokumentation
- einfache Standards (Nähte, Maße, Stoffe)

👉 Qualität ≠ Perfektion

👉 Qualität = **verlässliche Erwartung**

4. Phase 3: Nachfrage erzeugen (ohne Marketing-Budget)

Ziel:

Erste zahlende Kunden – **nicht Reichweite**

4.1 Dein stärkster Hebel: Story + Transparenz

Du verkaufst:

- Wer hat es gefertigt?
- Wo?
- Wie?
- Was verdient die Person daran?

 **Radikale Transparenz** = dein Marketing.

4.2 Kanäle (kostenarm, effektiv)

1. **Instagram / TikTok**

- Behind the scenes
- Schneider vorstellen
- Vorher-Nachher

2. **Reddit / Foren**

- nachhaltiger Konsum
- Fair Fashion

3. ****Koops mit:**

- Nachhaltigkeits-Influencern (klein!)
- Fair Fashion Blogs

4. **Uni-Umfeld**

- Pitch-Wettbewerbe
- Entrepreneurship-Programme

5. Phase 4: Von Projekt → Einkommen (6–18 Monate)

Jetzt wird es **realistisch**.

5.1 Deine Einkommenslogik (konkret)

Beispiel:

- Durchschnittlicher Warenkorb: 120 €
- Provision: 20 % → 24 €
- Service Fee: 6 €
→ **30 € pro Auftrag**

Lebensunterhalt:

- Ziel: 2.000 € netto
- Bruttonpuffer: ca. 3.000 €
→ **100 Aufträge / Monat**
→ **ca. 3–4 Aufträge pro Tag**

👉 Machbar, wenn:

- Qualität stimmt
- Vertrauen da ist
- B2B kommt

5.2 B2B als Gamechanger (sehr wichtig)

Ab Monat 9–12:

- nachhaltige Modelabels
- Startups
- Vereine
- kleine Marken

👉 Ein Auftrag = 50–500 Teile

👉 Deine Marge explodiert

👉 Stabilität kommt

6. Finanzierung – jenseits der „Standardantworten“

Jetzt der Teil, den viele nicht kennen.

6.1 Ungewöhnliche, realistische Finanzierungsquellen

1 Impact-First Grants

- z. B.:
 - Exist-Social
 - Hochschul-Förderprogramme

- Stiftungen (Nachhaltigkeit, Fair Trade)
👉 Kein Equity, oft 6–12 Monate Lebensunterhalt
-

2 NGO-Partnerschaften

- NGOs suchen **wirtschaftliche Modelle**
 - Du bietest:
 - Absatzkanal
 - Skalierung
👉 Sie bringen:
 - Zugang zu Schneidern
 - Startkapital
 - Glaubwürdigkeit
-

3 Pre-Sales / Wartelisten

- limitierte Drops
 - Vorbestellungen
 - Crowdfunding **ohne Plattform** (z. B. per Landingpage)
-

4 Stipendien + Gründerprogramme

- EXIST (sehr relevant für dich!)
 - Hochschul-Inkubatoren
 - Bayern spezifisch: BayStartUP
-

5 Revenue-Based Financing (später)

- kein Equity
 - Rückzahlung pro Umsatz
 - ideal für Plattformen
-

7. Deine größte Gefahr (ehrlich)

Nicht Technik.

Nicht Kapital.

Nicht Konkurrenz.

👉 Zu breit denken & zu früh skalieren.

Wenn du:

- Länder
- Produkte
- Zielgruppen

zu früh vermischt → Tod.

8. Konkreter nächster Schritt (jetzt sofort)

Diese 3 Dinge innerhalb der nächsten 14 Tage:

1. Schreibe **1 Seite Vision + Modell** (kein Businessplan)
 2. Entscheide dich für **1 Land + 1 Produkttyp**
 3. Sprich mit **5 echten Schneidern** (kein Pitch, nur zuhören)
-

Rückfragen (sinnvoll, bevor ich tiefer gehe):

1. **Welche Länder hattest du ursprünglich im Kopf?**
2. **Maßanfertigung (Custom) oder Kleinserie (Standardgrößen)?**
3. **Willst du langfristig eher Plattform-CEO oder Impact-Unternehmer bleiben?**
4. **Bist du bereit, am Anfang operativ extrem tief drin zu sein (Kundenservice, Abwicklung)?**

Wenn du willst, gehe ich im nächsten Schritt mit dir:

- durch **eine realistische 24-Monats-Roadmap**
- oder **durch einen Förder- & Finanzierungs-Fahrplan speziell für Bayern & Studenten**

ich habe mir vorgestellt zunächst länder wie vietnam, thailand, malaysia oder ähnliche ins boot zu holen. Idee ist maßanfertigung per remote measurement zu ermöglichen, hierfür wird eine externe software genutzt die in die plattform eingebunden wird. über Zahlungsabwicklung und Versand habe ich mir wenig bis keine gedanken gemacht zum aktuellen stand. In zukunft hoffe ich, dass die Plattform wie von selbst funktioniert (vergleichbar, natürlich ausschließlich vom prinzip, wie airbnb oder ähnliches) und ich quasi in der position des ceo tätig bin. ich bin bereit zu tun was möglich ist, habe aber auch nichts dagegen, dinge die andere offensichtlich besser können als ich, outzusourcen.

Sehr gut – deine Antworten sind **klar, realistisch und ambitioniert**, und vor allem: sie passen **inhaltlich zusammen**. Ich baue darauf jetzt **ohne Wiederholung** auf und entwickle den Plan **konsequent weiter**, inkl. Zahlungsabwicklung, Versand, Outsourcing und dem Weg **vom operativen Gründer → Plattform-CEO**.

Ich sage dir auch ehrlich, **wo es knallt, wo du umdenken musst** und **wo du extrem gute Chancen hast**.

1. Länderwahl: Vietnam, Thailand, Malaysia – strategisch eingeordnet

Kurzfassung:

Vietnam = Jackpot,

Thailand = gut,

Malaysia = später.

Warum?

VN Vietnam (Startland #1 – klare Empfehlung)

Pro:

- extrem starke Textil- & Schneidetradition
- hohe Verarbeitungsqualität
- viele kleine Werkstätten
- gute Englischbasis
- sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis
- bereits internationaler Versand-Alltag

Contra:

- Qualitätsstreuung → brauchst Kuratierung (aber das ist dein Job)

 **Vietnam sollte dein erstes Fokusland sein.**

TH Thailand (Startland #2 – optional)

Pro:

- hohe Handwerksqualität
- sehr gute Kommunikation
- Individualanfertigung gewohnt
- touristisch geprägt → westliche Kunden gewohnt

Contra:

- leicht höhere Preise
 - weniger Skalierung als Vietnam
-

MY Malaysia (nicht Phase 1)

- höhere Kosten
 - kleinere Schneiderbasis
 - besser geeignet für **spätere Premium-Anbieter**
-

Entscheidungsempfehlung:

- 👉 **Phase 1: ausschließlich Vietnam**
- 👉 Phase 2: Thailand ergänzen
- 👉 Phase 3: Premium- & Spezialanbieter

Je mehr Fokus, desto schneller wirst du lebensfähig.

2. Maßanfertigung per Remote Measurement – brutal ehrlich bewertet

Gute Nachricht:

- 👉 **Ja, das kann funktionieren.**

Schlechte Nachricht:

- 👉 **Das ist der größte Risikopunkt deiner gesamten Plattform.**

Aber: Wenn du es richtig machst, wird es **dein stärkster USP**.

2.1 Remote Measurement – wie du es klug integrierst

✗ Nicht:

- selbst entwickeln
- „wir testen mal“

✓ Richtig:

- **externe, etablierte Software**
 - klare Haftungslogik
 - fallback-Optionen
-

2.2 Dein Prinzip: „Shared Risk Model“

Ganz wichtig für Vertrauen:

- Kunde gibt Maße per Software ein
- Schneider fertigt
- **Passform-Garantie light:**
 - kleine Anpassung = okay
 - Totalausfall = Teilrückerstattung / Gutschein

👉 **Nicht alles zurücknehmen**, sonst ruinierst du dich.

2.3 Realität akzeptieren

- 100 % perfekte Passform gibt es **nicht**
 - Deine Plattform verkauft **Nähe zur Maßanfertigung**, nicht Perfektion
 - Ehrliche Kommunikation schlägt falsche Versprechen
-

3. Zahlungsabwicklung – einfach, sicher, skalierbar

Hier bitte **nicht kreativ werden**, sondern bewährte Modelle nutzen.

3.1 Plattform-Zahlung: Pflicht

Regel Nr. 1:

 **Kein Geld fließt direkt Kunde ↔ Schneider**

3.2 Technisch saubere Lösung (empfohlen)

Stripe Connect (Standard in Plattformökonomie)

- Escrow-ähnlich
- Aufteilung:
 - Schneider
 - Plattform
- Auszahlung erst nach Versand / Bestätigung

 **Airbnb-Prinzip.**

3.3 Währungen & Gebühren

- Kunden zahlen in €
 - Schneider erhalten lokale Währung
 - Wechselkursgebühr = einkalkuliert
 - Du nimmst Provision **vor Auszahlung**
-

4. Versand & Logistik – minimalistisch starten

Fehler: „Wir lösen Logistik perfekt“

Richtig: „So einfach wie möglich, so gut wie nötig“

4.1 Startmodell (Phase 1)

- Schneider verschickt selbst

- DHL / UPS / lokale Exportdienste
- Trackingnummer verpflichtend
- Versandkosten:
 - entweder pauschal
 - oder im Produktpreis integriert

👉 Kein eigenes Lager. Kein Fulfillment.

4.2 Zoll & Einfuhr (realistisch)

- Kleidung → meist problemlos
 - Kunde zahlt ggf. Einfuhrabgaben
 - **Transparenz ist entscheidend**, nicht Perfektion
-

5. Outsourcing: Was du selbst machst vs. abgibst

Du willst langfristig CEO sein → **früh richtig delegieren**.

5.1 Du selbst (Phase 1–2, unverzichtbar)

- Vision & Strategie
 - Auswahl der Schneider
 - Qualitätslogik
 - Kommunikation & Story
 - Plattformlogik
-

5.2 Sofort outsourcen (wenn möglich)

- Buchhaltung
- Recht (AGB, Verträge)
- Teile der Entwicklung
- später: Kundensupport

👉 **Zeit ist dein knappstes Kapital**.

6. Der Weg zum „Airbnb-Moment“ (Selbstlaufende Plattform)

Seien wir ehrlich:

Keine Plattform läuft „von selbst“ – aber sie kann skalierbar werden.

6.1 Deine 3 Skalierungshebel

1. Standardisierung

- Produktkategorien
- Prozesse

2. Automatisierung

- Zahlungsfreigabe
- Kommunikation

3. B2B

- stabile Umsätze
 - weniger Support
-

6.2 Ab wann CEO-Rolle realistisch?

Erfahrungsgemäß:

- ab ca. **150–300 Aufträgen / Monat**
- mit:
 - festen Prozessen
 - min. 1–2 operativen Kräften (Teilzeit)

 Vorher bist du **Founder-Operator**, nicht CEO.

Das ist **kein Makel**, sondern Voraussetzung.

7. Finanzierungslogik – jetzt präzise für DEIN Profil

Du bist:

- Student
- Bayern
- Impact
- Plattform
- Nachhaltigkeit

 **EXTREM gutes Förderprofil.**

7.1 Top-Priorität: EXIST Social / EXIST Gründerstipendium

- 12 Monate Lebensunterhalt

- Coaching
- Sachmittel
- **kein Equity**

👉 Dafür brauchst du:

- klare soziale Wirkung
 - tragfähiges Geschäftsmodell
 - Hochschule als Partner
-

7.2 Ergänzend:

- Hochschul-Inkubator
 - BayStartUP
 - Nachhaltigkeitsstiftungen
 - ggf. Impact Angels (sehr früh)
-

8. Deine nächsten 30 Tage (konkret)

Woche 1–2

- Entscheide: **Vietnam only**
- Wähle Remote-Measurement-Software
- Erstelle 1-seitige Vision + Modell

Woche 3–4

- Sprich mit:
 - 5 Schneidern in Vietnam
 - 5 potenziellen Kunden
 - Skizziere Zahlungs- & Versandlogik
-

9. Jetzt meine gezielten Rückfragen (wichtig für nächsten Schritt)

1. **Welche Kleidungsstücke zuerst?**
(z. B. Hemden, Kleider, Anzüge, Hosen)
2. **Zielpreisbereich pro Teil?**
(z. B. 80–150 €, 150–300 €)
3. **Willst du als Marke sichtbar sein oder rein als Plattform?**
4. **Hast du Zugang zu deiner Hochschule für EXIST / Inkubator?**

👉 Beantworte mir das, dann erstelle ich dir im nächsten Schritt:

- eine **24-Monats-Roadmap**
- **konkreten Förder- & Finanzierungsfahrplan**
- **CEO-Transition-Plan (Operativ → Strategisch)**

ich hätte mich zunächst auf anzüge konzentriert, da ich hier das meiste potenzial sehe. Günstige Hemden, Kleider und Hosen kann man sich auch hier in der westlichen Welt zulegen. Anzüge sind ja in gewisser weise eine art prestige objekt und sollten daher auch hochwertig gefertigt sein und sind dementsprechend hier vor ort ziemlich schnell ziemlich teuer, weshalb der geringe Preis für gute Qualität hier am spürbarsten ist und eine der größten upsites. Zielpreisbereich kann ich noch nicht einschätzen, da ich noch keine ahnung davon habe was in Vietnam üblich ist für einen anzug zu bezahlen. Ich bin mir auch nicht sicher ob es sinnvoller ist als marke oder als plattform sichtbar zu sein, tendiere aber eher als marke sichtbar zu sein, da das in anderen Branchen mit vergleichbaren Plattformen doch ganz gut funktioniert (airbnb), oder verwechsel ich das? Ich hab darüber hinaus keine ahnung ob ich zugang zu exist oder inkubator habe, damit kenne ich mich tatsächlich 0 aus und habe auch keinerlei erfahrung in diesen bereichen.

Perfekt. Deine Antworten zeigen, dass du **strategisch richtig denkst**, dir aber (noch) die **Marktanker** fehlen. Genau die setze ich dir jetzt – nüchtern, faktenbasiert und mit klaren Entscheidungen.

Ich gehe Punkt für Punkt durch und baue daraus **ein konsistentes Gesamtmodell**.

1. Fokus „Anzüge“ – strategisch sehr stark (wenn richtig gemacht)

Du hast vollkommen recht – **Anzüge sind kein Commodity**, sondern:

- Hochinvolvement-Produkt
- Prestigeobjekt
- Stark preisgetrieben bei gleichzeitiger Qualitätswahrnehmung
- Emotional („Sitzt der?“, „Wirke ich souverän?“)

👉 Genau das sind ideale Plattform-Produkte, wenn:

- Qualität kontrollierbar ist
- Vertrauen aufgebaut wird
- Erwartungsmanagement stimmt

Warum **Anzüge besser sind als Hemden etc.**

- Preisunterschied Ost ↔ West ist **massiv**
- Kunden akzeptieren:
 - längere Lieferzeit
 - höhere Erklärungstiefe
- Marge absolut höher → du kannst Fehler abfedern

2. Realität: Was kostet ein guter Anzug in Vietnam wirklich?

Jetzt kommt die **Bodenhaftung**, die du brauchst.

2.1 Produktionskosten (realistisch, nicht „Alibaba-Träume“)

Für einen **handwerklich guten Maßanzug** in Vietnam:

- Arbeitskosten: 60–120 €
- Stoff (solide Qualität): 80–200 €
- Overhead / Werkstatt: 20–40 €

→ **Produktionskosten gesamt:**

👉 **160–360 €**

⚠️ Alles darunter ist **Risikoqualität** oder Ausbeutung.

2.2 Vergleich: Westen

- Maßanzug Deutschland:
 - 800–2.500 €
- Online-Maßanbieter:
 - 400–700 € (meist industrielle Fertigung)

2.3 Dein realistischer Zielpreis (Startphase)

👉 **550–750 € pro Maßanzug**

Warum?

- Glaubwürdig hochwertig
- Deutlich günstiger als lokale Maßschneider
- Genug Puffer für:
 - Rückläufer
 - Anpassungen
 - Support
 - Marge

👉 **Unter 500 € am Anfang = gefährlich.**

3. Maßanfertigung + Anzug = dein größtes Risiko (aber auch USP)

Ich sage es dir offen:

Ein Maßanzug ist das schwierigste Kleidungsstück, das man remote verkaufen kann.

Aber genau deshalb:

- kaum Konkurrenz
 - starke Differenzierung
 - hohe Eintrittsbarriere
-

3.1 Dein Pflicht-Setup für Anzüge

Du brauchst:

- sehr klar definierte Schnitt-Optionen
- limitierte Stoffauswahl
- klare Erwartung:
 - „maßnah, nicht Savile Row“

 Weniger Optionen = weniger Fehler.

3.2 Passform-Garantie – konkret

Empfehlung:

- „**Perfect Fit Credit**“
- Bis X € für Anpassungen beim lokalen Schneider
- Keine Komplett-Rückabwicklung standardmäßig

Das schützt:

- Kunden
 - dich
 - Schneider
-

4. Marke vs. Plattform – du denkst richtig, aber mit einem Twist

Du **verwechselst es nicht**, aber es braucht Präzisierung.

4.1 Airbnb-Logik richtig verstanden

Airbnb ist:

- **Marke für Vertrauen**
- Plattform im Backend
- Kunde denkt: „Ich buche Airbnb“, nicht „Host XY“

 **GENAU** das solltest du anstreben.

4.2 Deine empfohlene Positionierung

Nach außen:

- **Eine starke Marke**
- klare Werte
- einheitliche Experience

Nach innen:

- Plattform mit vielen Schneidern
- standardisierte Prozesse
- austauschbare Anbieter (hart, aber nötig)

 **Marke first, Plattform second.**

4.3 Konsequenz daraus

- Du trittst **nicht** als „Marktplatz für Schneider“ auf
- Sondern als:

„Die erste Plattform für fair gefertigte Maßanzüge aus Vietnam“

Die Schneider sind:

- sichtbar
- wertgeschätzt
- aber **nicht die Marke selbst**

5. EXIST & Inkubatoren – jetzt ganz konkret für dich

Du musst **kein Vorwissen haben** – das ist normal.

5.1 EXIST in 3 Sätzen

- staatliches Gründerstipendium
- für Studierende / Absolventen
- 12 Monate Lebensunterhalt + Budget

 **Eines der besten Programme Europas.**

5.2 Dein Profil ist extrem geeignet

Du erfüllst:

- Student ✓
- innovative Geschäftsidee ✓
- Nachhaltigkeit / soziale Wirkung ✓
- digitales Geschäftsmodell ✓

 Du hast **sehr gute Chancen**, wenn sauber vorbereitet.

5.3 Wie du Zugang bekommst (konkret)

1. Geh auf die Website deiner Hochschule
2. Such nach:
 - „Gründungsberatung“
 - „Entrepreneurship“
 - „EXIST“
3. Schreib **eine einfache Mail**:

„Ich studiere E-Commerce und arbeite an einer nachhaltigen Plattform für Maßanzüge aus Vietnam.
Ich würde gern wissen, welche Förder- und Inkubatorangebote es für Studierende gibt.“

 Mehr braucht es nicht.

6. Jetzt der entscheidende Schritt: Deine klare Start-Positionierung

Basierend auf allem bisher:

„Wir sind eine digitale Maßanzug-Marke, die mit ausgewählten Schneidereien in Vietnam zusammenarbeitet und hochwertige, fair produzierte Anzüge zu einem Bruchteil westlicher Preise anbietet.“

Das ist:

- klar
- verständlich
- förderfähig
- marktfähig

7. Deine nächsten 14 Tage – ohne Ausreden

1 Entscheide final:

- Nur Anzüge
- Nur Vietnam
- Zielpreis: 600–700 €

2 Recherchiere:

- 3 Maßschneider in Vietnam
- 2 Remote-Measurement-Tools

3 Hochschule:

- kontaktiere Gründungsberatung
-

8. Meine nächsten Schritte für dich (wenn du willst)

Als Nächstes kann ich für dich:

1. eine 24-Monats-Roadmap bauen
2. eine EXIST-taugliche Projektbeschreibung formulieren
3. eine Passform- & Risiko-Policy für Maßanzüge entwickeln
4. deine Markenpositionierung (Name, Claim, Werte) schärfen

👉 Sag mir womit wir als Nächstes weitermachen sollen – dann gehen wir gezielt in die Tiefe.

wäre es nicht sinnvoll, wenn der Schneider den Preis seiner Waren bestimmt? Ich bekomme ja, egal bei welchem verkauf meine Prozente ab, aber ab einer gewissen größe, kann ich schwer die preise für jeden einzelnen anbieter bestimmen. erkläre mir das mit der preisgestaltung bitte nochmal genauer, wir sind doch nur die plattform, nicht der verkäufer.

Sehr gute Frage – und sie ist **absolut zentral**.

Hier entscheidet sich, ob dein Modell **skaliert wie Airbnb** oder **implodiert wie 90 % aller Marktplätze**.

Ich erkläre dir das **ohne Ideologie**, sondern aus **Plattform-, Marken- und Machtlogik** heraus.

Kurzantwort (damit du weißt, wohin es geht)

Nein – zumindest am Anfang darf der Schneider den Endpreis nicht frei bestimmen.
Später: ja, aber nur innerhalb klarer Preisrahmen.

Und jetzt das Warum.

1. „Wir sind doch nur die Plattform“ – der Denkfehler

Dieser Satz ist **konzeptionell falsch**, wenn du:

- als **Marke** auftreten willst
- hochwertige **Anzüge** verkaufst

- **Vertrauen** aufbauen musst
- Maßanfertigung remote anbietetest

Airbnb ist **nicht** „nur Plattform“.

Uber ist **nicht** „nur Plattform“.

Amazon ist **nicht** „nur Plattform“.

 Sie alle kontrollieren Preise indirekt oder direkt.

2. Warum freie Preisgestaltung durch Schneider dich killt (früh)

Stell dir vor:

- Schneider A: 420 €
- Schneider B: 580 €
- Schneider C: 780 €

Für den Kunden bedeutet das:

- „Warum kostet das so unterschiedlich?“
- „Ist der günstige schlechter?“
- „Werde ich abgezockt?“

 Misstrauen.

 Kaufabbruch.

 Support-Hölle.

Und noch schlimmer:

Preis-Dumping beginnt

- Ein Schneider senkt Preise → mehr Aufträge
 - Andere ziehen nach
 - Qualität leidet
 - Marke leidet
 - **Du verlierst deine Premium-Positionierung**
-

3. Deine wahre Rolle: „Merchant of Record light“

Du bist **formal Plattform**, aber **faktisch Experience-Owner**.

Du verkauftst:

- Vertrauen
- Qualitätsversprechen
- Passform-Narrativ

- Marke

 Wer das Versprechen gibt, kontrolliert den Preis.

4. Das richtige Modell für DICH (bewährt)

Phase 1–2 (Start & Wachstum): Zentral gesteuerte Preise

So funktioniert es:

- Du definierst:
 - Produktkategorien (z. B. „Classic Suit“, „Premium Suit“)
 - Preisrange oder Fixpreis
- Schneider bekommen:
 - klaren Anteil
 - verlässliche Marge
- Kunde sieht:
 - einen klaren Preis
 - keine Vergleichshölle

 Das ist überlebensnotwendig am Anfang.

Phase 3 (Skalierung): Preis-Korridore

Ab gewisser Größe:

- Du definierst:
 - Mindestpreis
 - Maximalpreis
- Schneider wählen innerhalb dieses Rahmens
- Aufpreise:
 - Stoff
 - Details
 - Extras

 Das ist echtes Plattform-Verhalten.

5. Warum Airbnb trotzdem „freie Preise“ erlaubt (und du nicht)

Airbnb:

- verkauft **keine eigene Qualitätsgarantie**
- kein standardisiertes Produkt
- Unterkunft ist immer einzigartig

Du:

- verkaufst **standardisierte Produktkategorien**
- **mit Qualitätsversprechen**
- **und starker Marke**

 Vergleich nicht Äpfel mit Maßanzügen.

6. Was passiert bei Wachstum? (deine berechtigte Sorge)

„Ab einer gewissen Größe kann ich doch nicht alle Preise festlegen“

Doch – **indirekt**.

Du steuerst über:

- Kategorien
- Stoffklassen
- Service-Level
- Preisuntergrenzen

Amazon macht das genauso.

Booking macht das genauso.

Uber macht das genauso.

 Keiner lässt Anbieter komplett frei.

7. Fairness für die Schneider (sehr wichtig)

Kontrollierte Preise ≠ Ausbeutung.

Im Gegenteil:

- kalkulierbare Einnahmen
- kein Preiskampf
- Fokus auf Qualität
- langfristige Zusammenarbeit

Viele gute Schneider **wollen keine Preishoheit**, sondern:

- Stabilität
- Planung

- faire Bezahlung
-

8. Konkretes Beispiel für DEIN Modell

Endkundenpreis:

- Maßanzug: **650 €**

Aufteilung:

- Schneider: 380 €
- Plattform (du): 170 €
- Rücklagen / Risiko / Support: 100 €

 Schneider verdient über lokales Niveau

 Du hast echte Marge

 Kunde bekommt klaren Preis

9. Wann darf der Schneider Preise mitbestimmen?

Erst wenn:

- deine Marke etabliert ist
- Kunden dir blind vertrauen
- Qualität messbar & konstant ist
- Support-Prozesse stehen

 Nicht früher.

10. Entscheidende Erkenntnis (die viele Gründer verpassen)

Plattform = Preisarchitektur, nicht Preisfreiheit.

Wenn du:

- Vertrauen
- Qualität
- Marke

willst, **musst** du steuern.

Nächster sinnvoller Schritt

Wenn du willst, erkläre ich dir als Nächstes:

1. Ein konkretes Preismodell (Fixpreis → Korridor)

2. Wie du das sauber & fair mit Schneidern vertraglich regelst
3. Wie du später trotzdem echtes Plattform-Feeling schaffst
4. Wie du das EXIST-konform formulierst (wichtig!)

Sag mir einfach, **welchen Punkt wir zuerst vertiefen sollen.**

kannst du mir für diesen konkreten business case bitte 3 sachen anfertigen (auf deutsch logischerweise): - eine komplette empathy map canvas - ein komplettes business model canvas - ein komplettes value proposition canvas

Sehr gut – das ist genau der richtige Schritt auf **konzeptioneller Profi-Ebene**.

Ich erstelle dir jetzt **alle drei Canvas vollständig, sauber und konsistent** – so, dass du sie:

- für **EXIST / Inkubator**
- für **Mentoren / Professoren**
- für **eigene strategische Entscheidungen**

direkt verwenden kannst.

Ich halte sie **realistisch, nicht geschönt**, und exakt auf **deinen Maßanzug-Use-Case** zugeschnitten.

1 EMPATHY MAP CANVAS

Zielgruppe: Westlicher Endkunde (25–45), nachhaltig & qualitätsbewusst, kauft Maßanzug

👤 Wer ist die Person?

- Berufstätig (Angestellter, Gründer, Berater, Manager)
 - Urban, gebildet
 - Kauft selten Anzüge, aber **bewusst**
 - Hat wenig Zeit, aber hohe Ansprüche
 - Will **kompetent, souverän, seriös** wirken
-

👀 SIEHT

- Maßanzüge in Deutschland ab 1.000 €
 - Online-Anbieter mit mittelmäßigen Bewertungen
 - Fast-Fashion-Anzüge mit schlechter Passform
 - Nachhaltigkeits-Versprechen, denen er misstraut
 - Social Media Content zu „Slow Fashion“, „Fair Trade“
-

HÖRT

- „Ein guter Anzug kostet halt Geld“
 - „Online-Maßanzüge sind Glückssache“
 - „Fast Fashion ist Ausbeutung“
 - Empfehlungen aus Freundeskreis („Geh zu XY, aber teuer“)
 - Influencer, die über Qualität & Stil sprechen
-

DENKT & FÜHLT

- Will **keinen Fehlkauf**
 - Hat Angst vor schlechter Passform
 - Will fair konsumieren, ohne moralischen Zeigefinger
 - Will **Preis-Leistung**, nicht Luxus um des Luxus willen
 - Fragt sich:
 - „Ist das seriös?“
 - „Passt mir das wirklich?“
 - „Werde ich abgezockt?“
-

SAGT & TUT

- Vergleicht lange, kauft selten
 - Liest Bewertungen & Erfahrungsberichte
 - Fragt Freunde um Rat
 - Ist bereit, mehr zu zahlen, **wenn Vertrauen da ist**
 - Erzählt gern von „guten Funden“
-

PAINS (Schmerzpunkte)

- Sehr hohe Preise für Maßanzüge
 - Intransparente Preisgestaltung
 - Unsicherheit bei Online-Maßanfertigung
 - Keine Ahnung, wie fair Produkte wirklich sind
 - Komplexität & Überforderung bei Auswahl
-

GAINS (Wünsche)

- Perfekt sitzender Anzug
 - Fair & nachhaltig produziert
 - Klarer, nachvollziehbarer Preis
 - Einfacher, geführter Prozess
 - Stolz auf Kaufentscheidung
-

2 BUSINESS MODEL CANVAS

Digitale Maßanzug-Marke & Plattform (Startphase)

Key Partners

- Ausgewählte Schneidereien in Vietnam
 - Stofflieferanten (kuratierte Auswahl)
 - Remote-Measurement-Software
 - Zahlungsanbieter (z. B. Stripe Connect)
 - Versanddienstleister (DHL, UPS)
 - Hochschule / Inkubator / Förderstellen
-

Key Activities

- Auswahl & Qualitätskontrolle der Schneider
 - Markenaufbau & Storytelling
 - Plattformbetrieb & Zahlungsabwicklung
 - Kundenservice & Passform-Management
 - Preis- & Angebotssteuerung
 - Aufbau von B2B-Kontakten
-

Key Resources

- Marke & Vertrauen
- Plattform & Prozesse
- Schneider-Netzwerk
- Qualitätsstandards

- Kunden- & Bestelldaten
 - Fördermittel / Zeit
-

Value Propositions

(siehe *Value Proposition Canvas unten, hier nur Überblick*)

- Hochwertige Maßanzüge zu fairen Preisen
 - Transparente, faire Produktion
 - Einfacher Online-Prozess
 - Vertrauen & Qualitätsgarantie light
 - Nachhaltige Alternative zum lokalen Maßschneider
-

Customer Relationships

- Persönlich, beratend (Startphase)
 - Vertrauensbasiert
 - Klar kommunizierte Erwartungen
 - After-Sales-Support & Anpassungsguthaben
 - Langfristige Kundenbindung
-

Channels

- Eigene Website / Plattform
 - Social Media (Instagram, TikTok)
 - Content Marketing (Storytelling)
 - Empfehlungen & Mundpropaganda
 - Später: B2B-Direktvertrieb
-

Customer Segments

- Primär:
 - Männer 25–45
 - beruflich aktiv
 - qualitäts- & nachhaltigkeitsbewusst
- Sekundär (später):

- Startups
 - Unternehmen
 - Hochzeitsgesellschaften
-

Revenue Streams

- Provision pro Anzug (z. B. 20–30 %)
 - Service Fee pro Bestellung
 - Aufpreise für Stoffe & Extras
 - Später: B2B-Großaufträge
-

Cost Structure

- Software & Plattformbetrieb
 - Marketing & Content
 - Kundenservice
 - Rücklagen für Passformprobleme
 - Recht, Buchhaltung
 - Reisekosten / Qualitätsbesuche (später)
-

3 VALUE PROPOSITION CANVAS

Fokus: Endkunde – Maßanzug

CUSTOMER PROFILE

Jobs to be Done

- Einen Anzug kaufen, der perfekt sitzt
 - Seriös & kompetent auftreten
 - Fair & nachhaltig konsumieren
 - Preislich eine gute Entscheidung treffen
 - Aufwand & Risiko minimieren
-

Pains

- Sehr hohe Preise im Westen

- Unsicherheit bei Online-Maßanfertigung
 - Misstrauen gegenüber Nachhaltigkeitsversprechen
 - Komplexe Auswahlprozesse
 - Angst vor Fehlpassform
-

Gains

- Maßanzug mit sehr guter Passform
 - Deutlich günstiger als lokale Maßschneider
 - Transparente Herkunft & faire Bezahlung
 - Einfacher, digitaler Prozess
 - Stolz & Sicherheit bei der Kaufentscheidung
-

◆ VALUE MAP

Products & Services

- Digitale Maßanzug-Bestellung
 - Kuratierte Stoff- & Designauswahl
 - Remote-Measurement-Integration
 - Zahlungs- & Versandabwicklung
 - Anpassungsgutschrift
-

Pain Relievers

- Klare, einheitliche Preise
 - Erwartungsmanagement („maßnah, nicht Savile Row“)
 - Passform-Garantie light
 - Transparente Darstellung der Schneider
 - Geführter Bestellprozess
-

Gain Creators

- Hochwertige Anzüge zu 30–50 % geringeren Preisen
- Faire, nachhaltige Produktion
- Starke Marke als Vertrauensanker
- Individuelles Produkt mit Geschichte

- Bequemer Zugang zu Maßarbeit
-

Abschließende Einordnung

Diese drei Canvas zusammen zeigen:

- **hohe konzeptionelle Reife**
- **klare Marktposition**
- **EXIST- und Inkubator-Tauglichkeit**
- **skalierbares Plattformmodell**

👉 Wenn du willst, kann ich als Nächstes:

- die Canvas **EXIST-konform zuschneiden**
- daraus eine **1-seitige Projektbeschreibung** machen
- oder die **Risiken & Gegenmaßnahmen** (wichtig für Förderanträge) ausarbeiten

Sag mir einfach, **wie tief wir jetzt gehen sollen.**

rückfrage: ich habe mir ursprünglich gedacht, der Schneider lädt individuell auf der Plattform hoch welches Anzug sortiment er so zur verfügung hat. das macht es je schneider ein wenig individueller und außerdem muss ich mir keine gedanken machen welche stoffe ich besorgen muss, weil der schneider ja nur anbieten kann was er selbst auch da hat bzw. sowieso besorgen kann. feedback dazu bitte

Sehr gute Rückfrage – und sie ist **entscheidend für Skalierbarkeit, Qualität und Markenvertrauen**. Ich sage es dir direkt: **Deine ursprüngliche Idee ist logisch gedacht, aber strategisch gefährlich in Phase 1.**

Nicht „falsch“, aber **zu früh**.

Ich erkläre dir **warum, wo sie später Sinn macht** und **wie du sie richtig einbaust**, ohne dir das Modell zu zerstören.

1. Deine Idee – warum sie auf den ersten Blick sinnvoll wirkt

Deine Gedanken sind absolut nachvollziehbar:

- ✓ Jeder Schneider ist individuell
- ✓ Kein Stofflager für dich
- ✓ Geringerer operativer Aufwand
- ✓ Mehr Freiheit für Anbieter
- ✓ „Echte Plattform-Logik“

👉 Das ist die klassische Marktplatz-Intuition.

2. Das Kernproblem: Du verkaufst KEINE Vielfalt, du verkaufst VERTRAUEN

Bei Maßanzügen gilt:

Kunden wollen nicht Auswahl.

Kunden wollen Sicherheit.

Und genau da bricht dein Ansatz in Phase 1.

3. Die 5 konkreten Risiken deines Ansatzes (Startphase)

3.1 Kognitive Überforderung (Conversion-Killer)

Stell dir vor:

- 5 Schneider
- jeder mit 20 Stoffen
- unterschiedliche Bezeichnungen
- unterschiedliche Qualitäten

 Der Kunde denkt:

„Woher soll ich wissen, was gut ist?“

 Kaufabbruch.

3.2 Qualitätsinkonsistenz (Markenkiller)

- Stoff A bei Schneider X ≠ Stoff A bei Schneider Y
- Kunde bekommt:
 - schwankende Qualität
 - unterschiedliche Haptik
 - unterschiedliche Haltbarkeit

 Deine Marke leidet, nicht der Schneider.

3.3 Preislogik wird unverständlich

- Unterschiedliche Stoffkosten
- Unterschiedliche Aufpreise
- Keine Vergleichbarkeit

 Support explodiert

 Vertrauen sinkt

3.4 Remote Measurement + Stofffreiheit = Risiko²

- Schon Passform ist schwierig
- Unterschiedliche Stoffe reagieren unterschiedlich:
 - Fall
 - Dehnung
 - Schrumpfung

 Fehlerquote steigt massiv.

3.5 Du verlierst Verhandlungsmacht

Wenn jeder Schneider „sein Ding macht“:

- du kannst Preise nicht sauber steuern
- du kannst Qualität nicht erzwingen
- du kannst Prozesse nicht standardisieren

 Du bist **kein Plattformbetreiber**, sondern **Durchreicher**.

4. Warum Airbnb das darf – und du (noch) nicht

Airbnb:

- verkauft **Unterkünfte**, keine Produkte
- jedes Objekt ist per se einzigartig
- Fehler = einmalige Erfahrung

Du:

- verkaufst **ein Produkt mit Wiederholung**
- Kunden vergleichen
- Kunden erwarten Standard

 **Falscher Vergleich im frühen Stadium.**

5. Die richtige Lösung für DEIN Business (bewährt)

Phase 1–2: Zentral kuratierte Stoff- & Modellbibliothek

So sieht das konkret aus:

- Du definierst:
 - 3–5 Anzugmodelle (z. B. Classic, Business, Premium)

- 10–20 Stoffe je Modell
- Schneider:
 - beziehen diese Stoffe selbst **nach deinen Spezifikationen**
 - oder bestätigen Kompatibilität

👉 **Du hast Kontrolle, ohne Lager zu halten.**

Phase 3: Geführte Individualisierung

Erst wenn:

- Prozesse sitzen
- Marke etabliert ist
- Qualität konstant ist

Dann:

- Schneider dürfen:
 - eigene Stoffe **einreichen**
 - nach Freigabe anbieten
- innerhalb:
 - definierter Qualitätsklassen
 - klarer Preisaufschläge

👉 **Plattform-Freiheit mit Leitplanken.**

6. Fairness & Praxis für die Schneider

Wichtig:

- Gute Schneider **haben kein Problem** mit Standards
- Sie wollen:
 - verlässliche Aufträge
 - klare Anforderungen
 - keine Diskussionen mit Kunden

Dein Modell:

- schützt sie vor Preisdruck
- reduziert Reklamationen
- steigert ihre Einnahmen

7. Operative Wahrheit (aus Erfahrung)

Je früher du Vielfalt zulässt, desto später wirst du profitabel.

Plattformen, die zu früh „offen“ werden:

- sind unsteuerbar
 - verbrennen Vertrauen
 - scheitern leise
-

8. Konkrete Empfehlung für deine Entscheidung

JETZT:

- Kein individuelles Sortiment pro Schneider
- Zentrale Modelle & Stoffe
- Einheitliche Produktseiten
- Klare Preise

SPÄTER:

- Individualität
 - Designer-Profile
 - Signature-Stoffe
 - Premium-Upgrades
-

9. Entscheidender Leitsatz für dich

Standardisierung ist keine Einschränkung – sie ist die Voraussetzung für Freiheit.