



Schritt für Schritt zum Ziel

Konzept

Andreas Petersell, Johann Petersell

Version 0.1, 24.04.2021

Inhalt

Zusammenfassung	2
Zwei Zielgruppen	2
Produkt	2
Produktbeschreibung	2
Funktionen	5
Kundennutzen für das Unternehmen	10
Value Proposition für das Unternehmen	11
Kundennutzen für die Fachkraft	12
Value Proposition für die Fachkraft	13
Zielgruppen	14
Entwicklungsstand	15
Schutz der Innovation	16
Gründerteam	16
Andreas Petersell (Chief Executive Officer)	16
Schließen von Lücken	17
Marktanalyse	17
Beschreibung des Gesamtmarktes	17
Marktsegmentierung und Marktpotenzial	17
Wettbewerbsumfeld	18
Marketing	20
Produktpolitik	20
Preispolitik	21
Kommunikationspolitik	22
Vertriebspolitik	22
Das Unternehmen	22
Geschäftssystem und Kerngeschäft	22
Organisation	23
Meilensteinplanung	23
Rechtsform und Eigentumsverhältnisse	24
Standort	24
Finanzplanung und Finanzierung	24
Gewinn- und Verlustplanung	24
Index	25

Zusammenfassung

Der Name *Cardstepper* leitet sich aus *Card* und *Step* ab. Mit Hilfe von Cards auf einem Pfad kann der Hilfesuchende Schritt für Schritt eines Prozesses abarbeiten und sicher das gestellte Ziel erreichen.

Der Anwender sieht immer nur die Card des aktuellen Schritts auf dem Pfad eines Prozesses. Er kann durch Wischbewegung zum nächsten Schritt gehen, aber auch zum vorherigen zurückgehen.

Sie sind Anwender einer Software oder eines Gerätes?



Stellen Sie sich vor, Sie könnten vom Start bis zum Ziel immer genau einen Schritt der Handlungsanleitung auf Ihrem Smartphone sehen? Und wenn Sie ihn gegangen sind, wischen Sie ihn einfach weg und gelangen zum nächsten Schritt!

Sie sind Lehrer?



Stellen Sie sich vor, Sie könnten vom Start bis zum Ende immer genau einen Schritt im Stundenablauf auf Ihrem Smartphone sehen? Und wenn Sie ihn absolviert haben, wischen Sie ihn einfach weg und gelangen zum nächsten Schritt!

Zwei Zielgruppen

Cardstepper richtet sich an Anwender, die mit Hilfe der App Ziele bequem erreichen wollen.

Cardstepper richtet sich an Redakteure, Lehrer, Autoren, Köche uvm., die mit Hilfe des Portals ihr Wissen, wie man am einfachsten zum Ziel kommt, mitteilen möchten.

Produkt

Produktbeschreibung

Jedes Unternehmen bildet mit seinen Mitarbeitern für sich gesehen eine bestimmte Struktur: ein Geflecht aus kulturellen und persönlichen Beziehungen. Darin eingewoben jahrelang erworbenes Wissen und Fertigkeiten. Wenn das Unternehmensmanagement nichts falsch macht, steht das Unternehmen als Einheit für sich stabil, wie diese Zusammenstellung von Mikado-Stäbchen.



Abb. 1. Ohne äußere Einflüsse

Da die Unternehmen dringend Fachkräfte benötigen, suchen sie diese nicht mehr nur auf dem freien Arbeitsmarkt, sondern auch in der Mitarbeiterschaft fremder Unternehmen. Der gesamte Arbeitsmarkt ist zu einem "War of Talents" entbrannt. Die Spieler bedienen sich gegenseitig munter im Stäbchenbündel des anderen.



Abb. 2. Täglich äußere Einflüsse

Jedes Unternehmen sollte in zufriedene Mitarbeiter investieren. Ist die Mitarbeiterbindung gering, ist auch der Schutz vor fremden Spielzügen gering. Im Ernstfall werden so viele Mikadostäbchen gezogen, dass die einst stabile Struktur zerfällt.



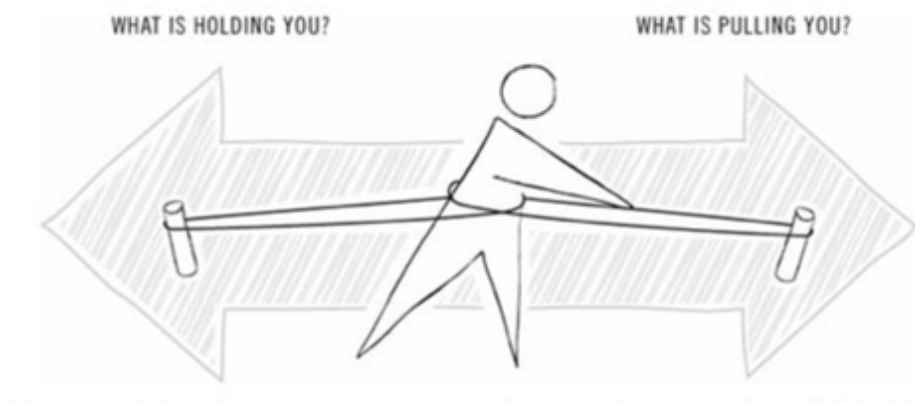
Abb. 3. Ernstfall

Der Name Jobikado leitet sich von einer großen Gefahr ab: kündigen zu viele Fachkräfte zur gleichen Zeit, ist es nicht mehr möglich, jahrelang erworbene Erfahrung weiterzugeben. Das Unternehmen kollabiert, ähnlich wie beim Mikado. Entzieht man dem Wirrwar zugleich zu viele Stäbchen, fällt alles in sich zusammen.

Jobikado ist ein Portal für Mitarbeiterbindung und Karriere. Mit Jobikado überprüft der Unternehmer die Mitarbeiterbindung im Unternehmen und kann ggf. früh Einfluss nehmen. Zugleich fördert Jobikado die individuellen Karrieren der Mitarbeiter: entweder durch eine Anpassung des Gehalts oder durch die Unterstützung bei der Jobsuche.

Die Unternehmen suchen ständig nach neuen Fachkräften. Dies können sie über Jobikado tun. Aber Jobikado gibt auch allen Unternehmen die Möglichkeit, die eigenen Mitarbeiter ans Unternehmen zu binden und die Angebote anderer Firmen abzuwehren.

Jobikado hilft den Fachkräften, sich über eine Entscheidung bewußt zu werden. Es ist die Versinnbildlichung des *Rubber Band Model of Decision Making*.^[1]



From "The Decision Book: 50 Models for Strategic Thinking (1 ed.)."

Abb. 4. Rubber Band Model

- **Was hält dich:** die Bindung zu deinem derzeitigen Arbeitgeber.
- **Was zieht dich:** das Jobangebot des fremden Unternehmens.

Die Fachkraft wird durch Jobikado angehalten, zu überlegen, was sie an den derzeitigen Arbeitgeber bindet. Es konzentriert sich auf die positiven Aspekte der beiden Optionen. Niemand soll vorschnell aus negativen Erfahrungen, eventuell nur aus einer Abteilung herrührend, seinen

derzeitigen Arbeitgeber verlassen.

Jobikado erweitert als erstes Geschäftsmodell den Fokus weg von der zentrierten Person hin auf 3 Akteure, die gleichermaßen Verantwortung füreinander, aber auch für sich selbst übernehmen können. Je nach Einsatz der eigenen Ressourcen bringt Jobikado Vor- und Nachteile für die Mitspieler.^[2] Grundlage von Jobikado ist

- **Transparenz:** kein vorschnelles Handeln der Beteiligten
- **Ausgewogenheit:** jeder kann gleichermaßen Verantwortung übernehmen



Abb. 5. Das Jobikado-Gummiband nach Dave Boddin

Funktionen

Jobikado richtet sich im Unternehmen

- an die **Geschäftsleitung** und
- die **festangestellten Fachkräfte** ohne Personalverantwortung.

Diese beiden Zielgruppen melden sich auf Jobikado an. Der Mitarbeiter hinterlegt im Wesentlichen das aktuelle Gehalt und seine fachlichen Qualifikationen.

Gehaltsangebote mit Weiche

Ein Unternehmen A unterbreitet einer fremden Fachkraft (Unternehmen B) eine Jobofferte mit Gehaltsangebot. Dabei sieht es jedoch nicht das aktuelle Gehalt der angefragten Fachkraft. Es dient lediglich als Bezugsgröße:

Gehaltsangebot liegt über einer 20%igen Erhöhung des aktuellen Gehalts

- Die Fachkraft erhält das Angebot und kann entscheiden, ob sie zu diesem Unternehmen A Kontakt aufnimmt.
- Das eigene Unternehmen B erfährt davon nichts.

Gehaltsangebot liegt unterhalb einer 20%igen Erhöhung des aktuellen Gehalts

- Die Fachkraft erhält das Angebot nicht. Sie bekommt lediglich Kenntnis, dass eines eingegangen ist.
- Das eigene Unternehmen B erhält vom Angebot Kenntnis. Das Unternehmen kann nun entscheiden, ob es seinem Mitarbeiter mehr Gehalt zahlt.

Die 20%-Marke ist anfänglich festgelegt. Sie kann zu einem späteren Zeitpunkt variabel angepasst werden. Diese Funktionalität, die *Jobikado-Weiche*, ist das Herzstück von Jobikado.

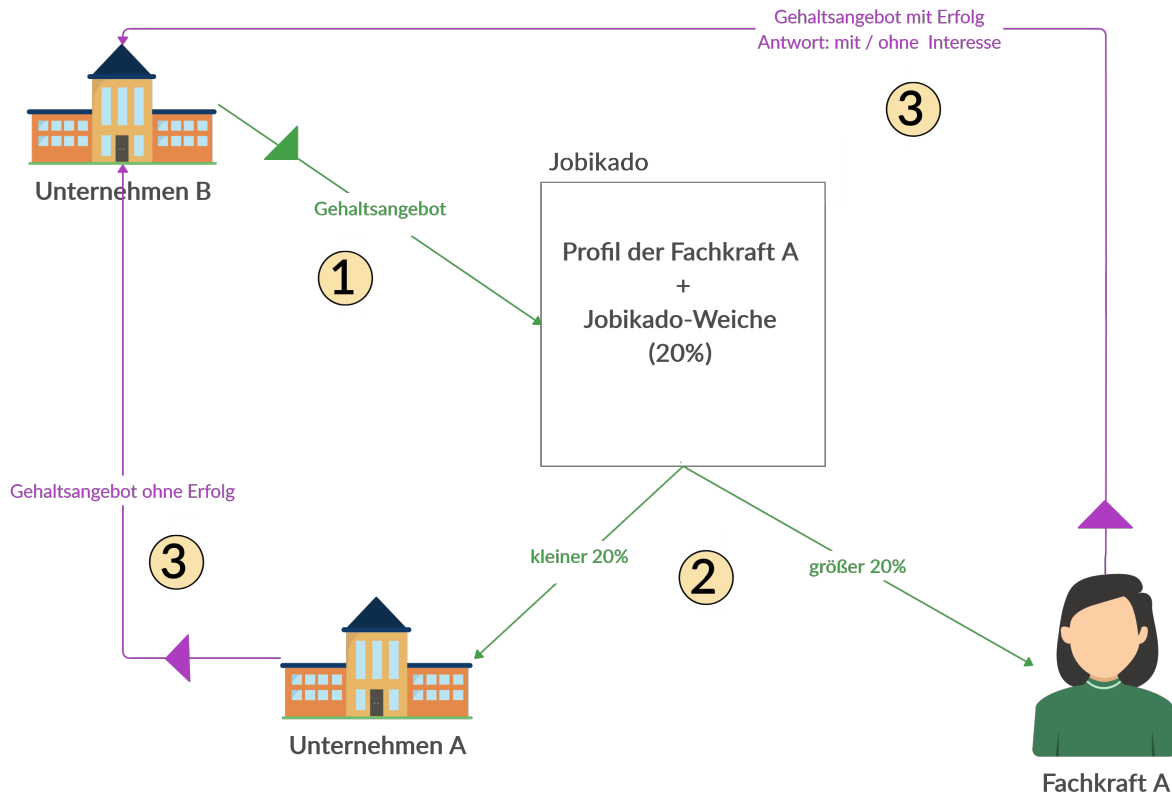


Abb. 6. Wer erhält das Jobangebot?

Überspitzt formuliert: Die Gehaltsangebote an fremde Fachkräfte wirken wie Raketenangriffe auf diese Unternehmen, jedoch bekommt jedes Unternehmen mit Jobikado einen Schutzschirm in die Hand. Für die Wirksamkeit dieses Schutzschirms kann jedes Unternehmen selbst etwas unternehmen: Es passt kontinuierlich das Gehalt der angefragten Fachkraft an.

Statistikportal

Neben der Mitarbeiterbindung und Mitarbeitersuche gibt es eine weitere Funktionalität des Portals. Sie dient nicht der Haupteinnahmequelle, ist jedoch aus vielerlei Gründen nicht zu unterschätzen. Jobikado garantiert die Dateneigentümerschaft. Die Fachkräfte müssen im Anmelde-Prozeß ihr Gehalt angeben. Da dies verifizierte Daten sind, haben statistische Auswertungen eine hohe Aussagekraft. Nichtmitglieder müssen für anonyme Statistiken eine Gebühr entrichten. Für Jobikado-Mitglieder sind Auskünfte kostenfrei.

Konkurrenzprodukte

Es gibt keine vergleichbaren Konkurrenzprodukte, die ihren Fokus auf die Mitarbeiterbindung legen. Jedoch gibt viele Recruiting-Portale. Letztere fokussieren sich auf die Mitarbeiter-

Abwerbung. Das nachhaltige Wohlergehen der einzelnen Firmen spielt bei Xing und den Jobportalen keine Rolle.

Jobikado bewegt sich innerhalb einer Vielzahl von Merkmalen, die von der Konkurrenz einzeln abgedeckt werden. Hinzu kommen weitere Ausprägungen des Recruiting-Marktes. Hier einige Mitbewerber und ihr hauptsächlichster Charakter:

1. Charakter des Jobnetzwerks/Socializing: Xing, LinkedIn
2. Charakter von Online-Personalberatungen: Honeypot, get-in-it.de, 4scotty.com
3. Charakter der Stellensuche: Stepstone, Monster
4. Charakter des Abwerbens: Headhunter
5. Charakter des Messens der Mitarbeiterbindung: Peakon.com, heartcount.com

Jobikados Schwerpunkte liegen im Bereich *Steigerung des Gehalts* und *Mitarbeiterbindung* gleichermaßen.

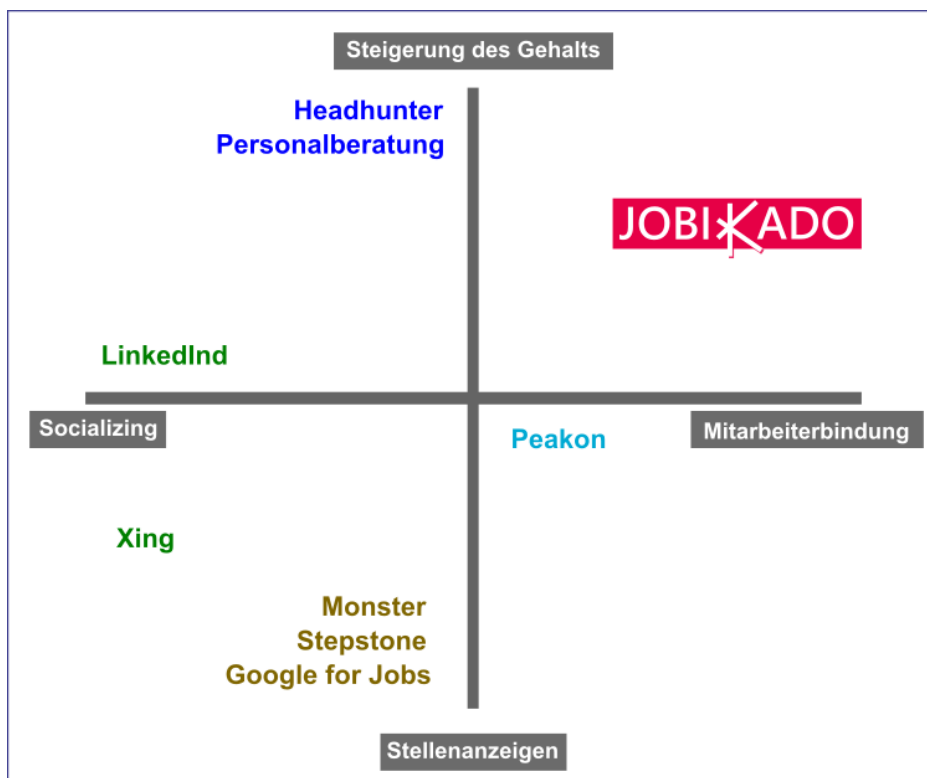


Abb. 7. Jobikado vereint Interessen

Es gibt noch ein Konkurrenzprodukt, welches seinen Fokus auf die Mitarbeiterbindung legt: das schwedische Benify mit seinem deutschen Ableger Benify Deutschland GmbH. Dies ist ein guter Anfang, hat nur einen Haken: das Produkt ist eindimensional, denn es denkt nur an eine eindimensionale Kommunikation: von der Geschäftsführung zum Mitarbeiter. Bei der direkten Kundenansprache auf der Firmenwebseite ist wohl die Unternehmensführung gemeint:

Wir halten automatisierte Abläufe für jede Phase des Mitarbeiter-Lebenszyklus bereit. Und Sie können sich endlich wieder auf die wichtigen Teile Ihrer Arbeit konzentrieren.

Schon die Wortschöpfung *Mitarbeiter-Lebenszyklus* untermauert die Eindimensionalität. Vertrauen jedoch entsteht nur im ausgewogenem Verhältnis. Erschwerend kommt hinzu, dass die Lebenswirklichkeit des Mitarbeiters, also der Fachkraft ohne Personalverantwortung, nicht die Geschäftsführung zum Dreh- und Angelpunkt hat. Es sind die unmittelbaren Vorgesetzten. Ein Mitarbeiter kommt neu in ein Unternehmen wegen der guten Reputation des Unternehmens in der Gesamtheit, kündigt aber wegen eines bestimmten Vorgesetzten. Vor diesem Hintergrund nützen auch Ansagen (eindimensionale Kommunikation) der Geschäftsführung via App wenig.

Ein Webportal hat die Nöte von Fachkräften erkannt: www.getwanted.com. Das Startup *Wanted*, das seit Juli 2019 an einer Plattform arbeitet, wo Unternehmen sich mit einem Stellenangebot bei einer anonymen Fachkraft bewerben. Bedingungen: Angabe des Jahresgehalts.

Business-Netzwerk wie Xing

Das Business-Netzwerk Xing ist klar auf den Wechselwillen der Fachkräfte zugeschnitten. Das nachhaltige Wirtschaften und das einvernehmliche Arbeiten an gemeinsamen Zielen innerhalb eines Unternehmens ist nicht gewünscht. Xing ist eine AG und hat ein großes Interesse, die Daten der angemeldeten Fachkräfte mehrfach zu verkaufen. Das Arbeitgeberbewertungsportal Kununu von Xing sorgt dafür, dass sich das Wechselkarussell nicht zu schnell dreht und nicht gleich ganze Firmen kollabieren. Es soll durch Kununu der Eindruck entstehen, dass Xing sich um ihre Belange kümmert.

Alleinstellungsmerkmal zu Konkurrenzprodukten

Mitarbeiterbindung - Die Fachkraft vertraut der Geschäftsführung, dass diese aufgrund der Informationen über Gehaltsangebote fremder Firmen das Gehalt kontinuierlich anpasst. Die Fluktuation der Fachkräfte wird eingedämmt. Dies ist geradezu ein "just in time controlling" der Zufriedenheit und des Vertrauens der einzelnen Fachkräfte.

Permanentes Feedback - Die Kennzahl eines Unternehmens, der durchschnittliche Jobikado-Weichenwert in Prozent wird im Profil des Unternehmens sichtbar ausgegeben. Die Fachkräfte können den Standardwert von 20% verändern - erhöhen oder senken. Aus den Werten aller angemeldeten Fachkräfte eines Unternehmens wird der Durchschnittswert berechnet. Aus einem sinkenden Jobikado-Weichenwert kann die Unternehmensführung ersehen, dass die Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen schwindet. Sie sollte Ursachenforschung betreiben und gegensteuern.

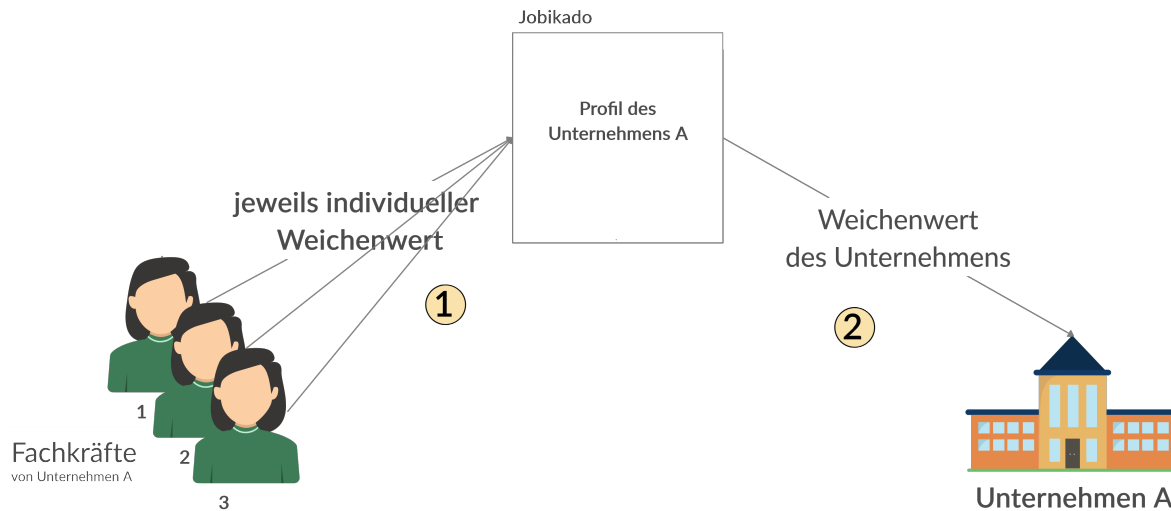


Abb. 8. Aktuelles ehrliches Feedback

Der durchschnittliche Jobikado-Weichenwert ist ehrlich, da anonym. Er ist im höchsten Maße aktuell, denn die Fachkräfte passen ihn jederzeit an. Dieser Weichenwert dient nicht nur als Feedback-Signal, sondern hat konkrete Folgen: Es gehen mehr oder weniger Jobangebote an die Adresse der Fachkraft. Dagegen sind Arbeitgeber-Bewertung auf Kununu dagegen nahezu statisch und werten die Vergangenheit aus.

Datenschutz - Im Gegensatz zu Xing, wo jeder zahlungskräftige Interessent den sogenannten Talent Manager nutzen kann, verifiziert Jobikado Unternehmen und Personalberatungen. Nur Jobikado-Mitglieder können anonyme statistische Auswertungen über Gebiete und Branchen abfragen, nie jedoch über einzelne Mitglieder der Plattform. Jobikado sammelt keine Daten über die Aktionen der Fachkräfte.

Es gibt keinen "Status" wie *An Jobangeboten interessiert* oder ähnliches. Kein Gewissenszwang für Fachkräfte. Alle Fachkräfte fällen die selbe eine Entscheidung: den Jobikado-Weichenwert. Der individuelle Weichenwert einer Fachkraft bleibt immer geheim. Der durchschnittliche, das Mittel aller Fachkräfte eines Unternehmens, wird öffentlich zur Anzeige gebracht.

Vertrauen und Ausgewogenheit - Diese beiden Begriffe gelten sowohl zwischen den beiden Kunden-Zielgruppen von Jobikado, Unternehmensleitung und Fachkräften, aber auch zwischen dem Portal Jobikado und seinen Kunden. Niemand soll über übervorteilt oder getrackt bzw. überwacht werden.

Antidiskriminierend - Die Fachkraft veröffentlicht in ihrem Profil lediglich ihre Qualifikationen und Kenntnisse sowie die Dauer, wie lange sie bereits diese Kenntnisse anwendet. Nicht jedoch das Alter, Herkunft, Geschlecht und Hautfarbe. Diskriminierungen diesbezüglich werden weniger wahrscheinlich.

Nachhaltigkeit

Jobikado versteht sich als ein in hohem Maße nachhaltiges Geschäftsmodell im gesellschaftlichen Bereich, was seine ökonomischen und sozialen Zielsetzungen betrifft.

- **Mitarbeiterbindung I** - ressourcensparendes und effizientes Arbeiten an gemeinsamen Zielen von Unternehmen und Fachkräften.

- **Mitarbeiterbindung II** - durch eine hohe Mitarbeiterbindung sinkt die Fluktuationsrate. Fachkräfte nehmen Anteil am Unternehmen in gewohnter Umgebung und gewohntem sozialen Umfeld. Krankenkassenstudien haben mehrfach aufgezeigt, dass unzufriedene Mitarbeiter in Folge auch öfter krank werden.
- **Lohnsicherung** - Jobikado ist behilflich bei der Lohnsicherung und, falls nötig, auch bei der Suche nach einer neuen Arbeitsstelle. Lohndumping wird drastisch reduziert.

Kundennutzen für das Unternehmen

Problem 1: Unternehmen sucht Mitarbeiter - will keine Mitarbeiter verlieren

Eine bedrohliche Situation für den Fortbestand einer Firma ist es, wenn zu viele Fachkräfte zeitgleich kündigen. Besonders bedroht sind kleinere und mittlere Firmen. Vollzieht sich der Fortgang des mobilen Teils der Belegschaft (Fachkräfte ohne Personalverantwortung) zu schnell, kann dies nicht mehr mit dem immobilen Teil der Belegschaft abgefangen werden. Dann verbleibt nicht genügend Zeit, das Wissen und die Erfahrung weiterzureichen. Die Firma ist in ihrem Fortbestand gefährdet. Aber selbst wenn noch genügend Zeit bleibt: die Einarbeitung neuer Fachkräfte ist zeitraubend und kostspielig.

Problem 2: Mitarbeiterbindung intransparent - Unternehmen will Mitarbeiterbindung auf hohem Niveau

Das Unternehmen möchte für eine hohe Mitarbeiterbindung sorgen. Doch für das Unternehmen gibt es derzeit keine wirkungsvolle, unverfälschte Methode, die Zufriedenheit seiner Mitarbeiter transparent zu machen. Erst wenn dem Unternehmen der Grad der Mitarbeiterzufriedenheit bekannt ist, kann es ggf. gegensteuern.

Problem 3: Unternehmen will Innovationskraft steigern - Unternehmen will Innovationskraft nicht verlieren

Jedes Unternehmen möchte für die Zukunft gewappnet und innovativ sein. Doch was passiert, wenn eine Fachkraft geht? Es kommt ein neuer Mitarbeiter hinzu. Dieser ist Monate damit beschäftigt, sich einzuarbeiten. Zumindest in der Probezeit wird sich der neue Kollege nicht kritisch äußern.

Wie entstehen Innovation innerhalb einer Firma? Es reicht nicht, Ideen zu äußern. Für deren Verwirklichung muss der Innovator Politik betreiben und Verbündete finden, muss Überzeugungsarbeit leisten - er muss dafür zwingend auf das in Jahren zuvor erlangte Vertrauen der Kollegen der gesamten Firma zurückgreifen. Dieses abteilungsübergreifende Vertrauen kann sich aber nie aufbauen, wenn die Mitarbeiter immer wieder die Firma verlassen.

Ein Unternehmen bleibt nur innovativ, wenn es erfahrene Fachkräfte hat, die sich gegenseitig vertrauen. Ohne diese abteilungsübergreifenden, persönlichen Netzwerke werden neue Ideen nicht aufgenommen und transportiert. Jede gemeinsam neu entwickelte Innovation ist sinnstiftend für das ganze Unternehmen und erhöht die Mitarbeiterzufriedenheit exorbitant.

Alleinige Lösung: Hohe Mitarbeiterzufriedenheit und sofortiges Feedback

Damit das Schreckenszenario einer hohen, zeitgleichen Fluktuation nicht eintritt, ist es für das Unternehmen besser, die Mitarbeiterzufriedenheit auf einem hohen Niveau zu halten. Der wirksamste Weg dahin ist eine kontinuierliche Anpassung des Gehalts der Fachkräfte. Ein angemessenes Gehalt über Jahre hinweg ist die tiefste Anerkennung der Leistungen einer festangestellten Fachkraft.

Der Autor Steffen Heuer ^[3] berichtet, dass der Jobikado-Effekt (Mitarbeiterbindung durch kontinuierliche Gehaltsanpassungen) in Ansätzen im Silicon-Valley bereits zur Anwendung kommt:

Behauptet der Kandidat, er habe bereits Angebote von der Konkurrenz? "Dann lassen wir uns diese Angebote schriftlich zeigen und denken über ein Gegenangebot nach", so der Personalchef des schnellwachsenden Start-ups. Netflix etwa ermutigt seine Angestellten, regelmäßig Bewerbungsgespräche mit anderen Unternehmen zu führen, damit sie ihren Marktwert kennen. "Wer das Gefühl hat dass ihm sein Arbeitgeber zu wenig zahlt, sollte das seinen Manager wissen lassen, damit der das Fluchtrisiko rechtzeitig einschätzen und ggf. reagieren kann", sagt eine Personalchefin.

Die Fachkraft vertraut der Geschäftsführung, dass diese aufgrund der Informationen über Gehaltsangebote fremder Firmen das Gehalt kontinuierlich anpasst. Wenn das Unternehmen es mit einer Vermeidung einer hohen Fluktuationsrate ernst meint, ist es gut beraten, das Vertrauen seiner Fachkräfte nicht zu enttäuschen.

Das Unternehmen erhält nicht erst mit dem Weggang eines Mitarbeiters ein Feedback, sondern schon Jahre davor. Mit der Anzahl der von der Jobikado-Weiche durchgereichten Gehaltsangebote fremder Firmen kann das Unternehmen den Grad der Mitarbeiterzufriedenheit ableiten.

Eine weiteres Indiz ist der durchschnittliche Jobikado-Weichenwert für das Unternehmen, welcher den Durchschnitt des Weichenwerts aller Mitarbeiter abbildet. Der durchschnittliche Jobikado-Weichenwert ist ehrlich, da anonym. Er ist im höchsten Maße aktuell, denn die Fachkräfte passen ihn kontinuierlich an.

Value Proposition für das Unternehmen

Geringere Kosten

Kündigungen und teure Neueinstellungen können vermieden werden.

Bisher	Mit Jobikado
Unternehmen erfährt erst durch Kündigung eines Mitarbeiters, dass etwas im Argen ist.	Unternehmen erhält lange vor einer Kündigung rechtzeitig Rückmeldung über Unzufriedenheit im Unternehmen bzw. bestimmter Abteilung und kann gegensteuern.
Mitarbeiter-Feedback auf der Webseite <i>Kununu</i> gibt dem Unternehmen nur eine statische Rückmeldung: nämlich von einem Mitarbeiter zu einer bestimmten Zeit.	Unternehmen erhält tagesaktuelle, unverfälschte Rückmeldung von mehreren Mitarbeitern. Das Unternehmen erhält mehr Zeit, gegenzusteuern.

Hohe Reputation

Das Unternehmen findet Anerkennung als souveräner Arbeitgeber, der Probleme frühzeitig identifiziert und löst.

Bisher	Mit Jobikado
Unternehmen zeigt keine Eigeninitiative in Sachen Transparenz. Mitarbeiter bekunden ihren Unmut über das Unternehmen oder eine Abteilung auf der externen Webseite <i>Kununu</i> .	Unternehmen ist um Transparenz bemüht und nimmt den Unmut direkt auf und richtet sein Handeln danach aus.

Kundennutzen für die Fachkraft

Problem 1: Wünscht sich höheres Gehalt - traut sich nicht, es einzufordern

Das Gehalt ist Grundlage eines jeden Arbeitsverhältnisses. Habe ich ein zu geringes Gehalt, nützen mir auch die sogenannten Benefits wenig: der Vermieter fordert die Miete in Euro ein und nicht in Form von gefüllten Kaffeetassen. Habe ich als Fachkraft ein adäquates Gehalt, bin ich in der Lage, für alles Weitere im Unternehmen zu kämpfen: für Innovation, Respekt, Wohlfühlklima uvm. Ein angemessenes Gehalt über Jahre hinweg ist die tiefste Anerkennung der Leistungen einer festangestellten Fachkraft.

Für eine kontinuierliche Gehaltsanpassung wäre es das Optimum, dass jede Fachkraft ein gutes Verhältnis zum Vorgesetzten hat und womöglich im ständigen Kontakt zur Geschäftsführung steht. Darüber hinaus hat er oder sie ein gesundes Selbstbewusstsein. Viele Mitarbeiter haben jedoch nicht den Mut, kontinuierlich beim Vorgesetzten vorzusprechen.

Lösung: Wenn das Unternehmen seinen Schutzschirm effektiv nutzt, erhöht es nach einigen Gehaltsangeboten fremder Unternehmen das Gehalt des Mitarbeiters.

Problem 2: Fühlt sich wohl - erhält Jobangebote fremder Unternehmen

Die Fachkraft fühlt sich im Unternehmen sehr wohl, erhält jedoch kein angemessenes Gehalt. Zu allem Überfluss erhält sie unaufgefordert viele Jobangebote fremder Firmen. Dies in einem solch

hohem Maße, dass es schon den Charakter von Spam annimmt.

Lösung: Wenn der Mitarbeiter schon Jobangebote erhält, obwohl er sich im eigenen Unternehmen wohl fühlt, was liegt da näher, die Jobangebote ungelesen weiterzureichen, um auf diesem Wege eine stetige Anpassung seines Gehalts zu erreichen?

Problem 3: Fühlt sich nicht mehr wohl - erhält Jobangebote fremder Unternehmen

Dem Unternehmen gelingt es nicht, die Mitarbeiterbindung aufrecht zu halten.

Lösung: Die Fachkraft kann, wenn sie ein überdurchschnittlich hohes Gehaltsangebot erhält, darüber nachdenken, ob sie in direkten Kontakt zum Angebotssteller tritt. Die Gefahr, dass sie einen Urlaubstag umsonst verwendet, um das Vorstellungsgespräch wahrnehmen zu können, ist deutlich geringer als ohne Jobikado: über die wichtigste Frage, nämlich über das Gehalt, bestehen schon ähnliche Vorstellungen.

Die Fachkraft wird ebenso von Jobangeboten geschützt, die mit einer Ungewißheit und Unsicherheit behaftet sind, und ihm dabei nur maximal das gleiche Gehalt bieten. Mit anderen Worten: die Fachkraft spart Zeit und Geld und erspart sich viel Streß.

Problem 4: Auf Jobsuche - Gefahr der Diskriminierung

Die Fachkraft ist zum Jobwechsel entschlossen, muss aber aufgrund ihres Alters Nachteile befürchten.

Lösung: Die Fachkraft veröffentlicht in ihrem Profil lediglich ihre Qualifikationen und Kenntnisse sowie die Dauer, wie lange sie bereits diese Kenntnisse anwendet. Nicht jedoch das Alter, Herkunft, Geschlecht und Hautfarbe. Diskriminierungen diesbezüglich werden weniger wahrscheinlich.

Value Proposition für die Fachkraft

Unterstützung bei Gehaltsanpassungen

Bisher	Mit Jobikado
Die Fachkraft muss viel Mut aufbringen, um beim Vorgesetzten Gehaltsverhandlungen zu führen. Wer einfach zuverlässig seine Arbeit tätigt, wird bei Gehaltsanpassungen nicht berücksichtigt.	Die Arbeit spricht für die Fachkraft. Wer viel Kenntnisse und vollendete Projekte vorweisen kann, bekommt viele Jobofferten, mit denen sich die Fachkraft Aufmerksamkeit verschaffen kann.

Unterstützung bei der Jobsuche

Bisher	Mit Jobikado
Einmal entschlossen, das Unternehmen zu verlassen, riskiert die Fachkraft bei einem externen Vorstellungsgespräch viel Zeit und einen Urlaubstag zu verlieren. Am Ende geht man auseinander, weil am Ende des Interviews ein zu geringes Gehalt angeboten wurde.	Über das wichtigste, nämlich das Mindestgehalt, ist man sich schon im Vorfeld einig. Die Gefahr eines Scheiterns einer Übereinkunft ist geringer.

Eigentümer seiner Daten

Bisher	Mit Jobikado
Bisher muss die Fachkraft bei <i>Xing</i> für den kostenpflichtigen Account bezahlen, um den eigenen Personalchef blockieren zu können, damit dieser nicht den Status <i>Auf Arbeitsuche</i> einsieht. Die Fachkraft bezahlt, um sich vor den eigenen Daten zu schützen!	Die Fachkraft und das Unternehmen arbeiten direkt und vertrauensvoll auf gemeinsamer Datenbasis, ohne Mittler wie <i>Xing</i> oder <i>Kununu</i> . Das Verhältnis ist ausgewogen, mit einer Spur von Gamification. Keiner übervorteilt den anderen. Die Daten gehören der Fachkraft und dem Unternehmen. Ein Weiterverkauf der Daten an Dritte ist ausgeschlossen.

Jobikado hat einen Weg gefunden, die oben genannten Probleme mit EINER Lösung zu bekämpfen und abzumildern.

Zielgruppen

Jobikado richtet sich **im Unternehmen** an die **Geschäftsleitung** und die **festangestellten Fachkräfte** ohne Personalverantwortung. Diese beiden Zielgruppen melden sich auf Jobikado an. Der Mitarbeiter hinterlegt im Wesentlichen das aktuelle Gehalt und seine fachlichen Qualifikationen.

Insbesondere kleinere und mittlere Unternehmen (KMUs) können einen Mehrwert aus Jobikado ziehen, denn diese sind relativ flexibel in ihrer Ausgestaltung des Gehaltsgefüges. In größeren Firmen mit einem festen Tarifgefüge greift zumindest der Schutzschirm für Unternehmen nicht optimal.

Personalberatungen und **Headhunter** können nur so lang kostenlose Gehaltsangebote unterbreiten, wie das Unternehmen der Fachkraft nicht angemeldet ist. Sobald das Unternehmen auf Jobikado angemeldet sind, ist jede Jobofferte mit Gehaltsangebot für Personalberatungen kostenpflichtig.

Jobikado versteht sich als ein in hohem Maße **nachhaltiges Geschäftsmodell** im gesellschaftlichen Bereich, was seine ökonomischen und sozialen Zielsetzungen betrifft. Es hat die Mitarbeiterbindung als oberstes Ziel. Das heißt, dass Jobikado das ressourcensparende und effiziente Arbeiten an gemeinsamen Zielen von Unternehmen und Fachkräften fördert.

Sowohl in der Unternehmensführung als auch unter festangestellten Fachkräften sind die Verfechter der LOHAS-Lebensweise (dt. etwa *Lebensstil auf der Basis von Gesundheit und Nachhaltigkeit*) stark vertreten. Ob dieser Begriff als begehrenswerte Zielgruppe dauerhaften Bestand haben wird, ist abzuwarten. Jedoch glauben die beiden Gründer, dass

- Werte wie *Authentizität, Ehrlichkeit, Harmonie* und *Autonomie*,
- Ziele wie *Gerechtigkeit, faire Gesellschaft* und *Selbstverwirklichung* und
- Eigenschaften wie *hinterfragend, sozial* und *kritisch*

in der Zielgruppe der gebildeten Akteure im Unternehmen vorherrschend sind. Zahlungsbereitschaft und Statusbewußtsein für ein Portal bzw. eine Community sind stark ausgeprägt.

Jobikado richtet sich **NICHT** explizit an:

- Unternehmen wie Zeitarbeitsfirmen und Freiberufler und
- Fachkräfte mit Personalverantwortung und strategische Führungskräfte.

Letztere Fachkräfte gehören zum immobilen Teil der Belegschaft und bedürfen folglich keiner Mitarbeiterbindung. Die Suche nach ihnen erfolgt über Headhunter.

Entwicklungsstand

Zum aktuellen Zeitpunkt steht noch kein vorführfähiger Prototyp zur Verfügung. Aktuell wird an den Anwendungsfällen mittels UML gearbeitet. Anschließend wird eine Entwicklung gegen ein cloudbasiertes Baukasten (SaaS) zum Austesten der Usecases vorangetrieben. Als Minimum Viable Product (MVP) wird clientseitig ein Webbrowser zum Einsatz kommen. Im Zuge eines ständigen Anpassungsprozesses durch regelmäßiges Userfeedback werden später mobile Testclients (Apps) folgen. Die App-Programmierung startet nach einem optimalen Product-Market Fit.

Mittels eines Wireframing-Tools (Adobe XD) werden prototypisch Screens klickbar dargestellt, die das Handling für die Jobikadoanwendung visualisieren und für die Stakeholder erfahrbar machen. Der ständige Rückfluss von Marktanalysen und Kundenmeinungen kann hier schnelle Anpassung an das zugrunde liegende Konzept verfeinern.

Entwicklungsstand der Wettbewerber

Jobikado hat im Bereich der Mitarbeiterbindung keine Mitbewerber. Da es aber ebenso ein Portal für Karriere ist, gibt es Überschneidungen zu Vermittlungsportalen im Personalberatungsbereich wie www.4scotty.de, www.get-in-it.de und honeypot.com.

Die beiden ersten, 4scotty.de und get-in-it.de, haben eine funktionierende Infrastruktur. Unseres Erachtens ist die Zukunft der beiden Portale, die von der Vermittlungsprovision leben, jedoch ungewiß. Der Pool an angemeldeten Fachkräften bei Xing und LinkedIn ist einfach größer und zumeist haben die Fachkräfte parallel auch dort bereits ein Profil hinterlegt.

Honeypot hat durch seine internationale Ausrichtung eine klare Zukunftsperspektive. Der Strom von ausländischen Fachkräften, die in Deutschland arbeiten möchten, wird nie versiegen.

Schutz der Innovation

Jobikado wendet sich an zwei Zielgruppen: an die Geschäftsführung und die Fachkräfte ohne Personalverantwortung. Letztere gehören für uns Gründer klar zum mobilen Teil der Belegschaft. Im Gegensatz zu Managern und anderen Führungskräften, die eng an ein Unternehmen gebunden sind und wir demzufolge zum immobilien Teil des Unternehmens zählen. Wenn es also gilt, für mehr Mitarbeiterbindung zu sorgen, dann ganz klar bei den Fachkräften ohne Personalverantwortung. Jobikado richtet sich damit zwar an einen kleineren Kreis von Personen, jedoch an genau den selben großen Kreis an Unternehmen wie Xing. Das Geld wird, ähnlich wie bei Xing, zum großen Teil über die Unternehmen verdient.

Schützen lässt sich diese Innovation nur durch konsequente Nachhaltigkeit: Datenschutz, Dateneigentümerschaft und Mitverdienst der Fachkräfte. In Zeiten des Fachkräftemangels müssen Unternehmensleitungen und Fachkräfte spüren, dass es sich lohnt, für ein starkes Unternehmen an einem Strang zu ziehen.

Jobikado steht für:

- eine langfristige Zusammenarbeit zwischen Fachkraft und Unternehmen,
- eine profundere zwischenmenschliche Beziehung zwischen den Mitarbeitern selbst und zwischen Mitarbeiterschaft und Unternehmensleitung,
- psychologische Wohlbefinden aller Beteiligten im Unternehmen, ja, selbst die des Kunden, der nicht unter ständigen Kundenbetreuerwechsel leiden muss.

Dieses Modell ist für die Mitbewerber nur schwer adaptierbar. Wir sehen eher Chancen als Risiken, wenn wir nachhaltige Aspekte berücksichtigen.

Jobikado wird die ständige Weiterentwicklung des Portals mit der Community vorantreiben.

Gründerteam

Die beiden Unternehmensgründer Andreas Petersell und Roman Meyer arbeiten seit vielen Jahren in einer Softwarefirma, deren innere Abläufe sie detailliert über mehrere Abteilungen mit ihren verschiedensten Tätigkeiten studieren konnten: eine außerordentlich erfolgreiche Firma, die jedoch mehrmals vor einer personalbedingten Implosion stand.

Beide sind es gewohnt, im Team beharrlich und zielorientiert auf die Auslieferung eines Stücks Software hinzuarbeiten. Beiden setzen sich in ihrer Firma für mehr Teamarbeit ein: www.operation-teamwork.de. Seit September 2019 entwickeln die beiden Gründer das Konzept für Jobikado - dem Portal zur Mitarbeiterbindung und Karriere.

Andreas Petersell (Chief Executive Officer)

Andreas Petersell (53) ist der Schöpfer der Geschäftsidee. Als Innovationmanager erkannte er, dass mit Zunahme von neuen Kollegen die Innovationskraft der Firma stark schwand. Ja, dass sogar der Fortbestand der Firma durch den massiven, zeitgleichen Fortgang von Fachkräften gefährdet war. Als er sich selbst auf Stellenangebote anderer Firmen bewarb, merkte er, wieviel Zeit, Kraft und

Selbstzweifel er für einen ungewissen Ausgang investierte. Er entdeckte nicht nur seine immer noch große Bindung an die Firma, sondern auch die Jobikado-Weiche.

Andreas Petersell hat an der Humboldt-Universität Germanistik und Anglistik auf Lehramt studiert. Er arbeitete mehrere Jahre als Technischer Redakteur und Dozent. Erklärungsbedürftige Zusammenhänge zu kommunizieren und erfahrbar zu machen, ist seine große Leidenschaft. Als Innovationmanager lernte er, überall die Möglichkeiten zu entdecken, in dem er Erfolgreiches aus einer Branche mit Anpassungen in andere Branchen adaptierte oder Ideen aus verschiedenen Zusammenhängen miteinander verknüpfte. Er bedient als Technischer Redakteur im Single-Source Publishing und als Informationsarchitekt eine Schnittstelle zwischen Technologie, Strukturierung und sprachlichem Ausdruck.

Schließen von Lücken

Aus den obigen Kompetenzen der beiden Gründer ergeben sich Lücken in einigen wichtigen Bereichen der Unternehmensführung. Es ist der Besuch von IHK-Kursen zu Themen wie Geschäftsführung (GF) und Finanzcontrolling geplant.

Die Beauftragung eines Steuerberaters und eines externen Personalbüros werden Lücken abmindern.

Marktanalyse

Beschreibung des Gesamtmarktes

Jobikado bewegt sich im großen Gesamtmarkt der 2,5 Mio deutschen Unternehmen. Doch zahlende Kunden sind für Jobikado nur jene Unternehmen, in denen abhängig beschäftigte Wissensarbeiter, also gelernte bzw. studierte Fachkräfte angestellt sind. Im Jahre 2017 gab es allein in der Wirtschaftsgliederung *Information und Kommunikation* des Statistischen Bundesamtes 132.769 Unternehmen.^[4]

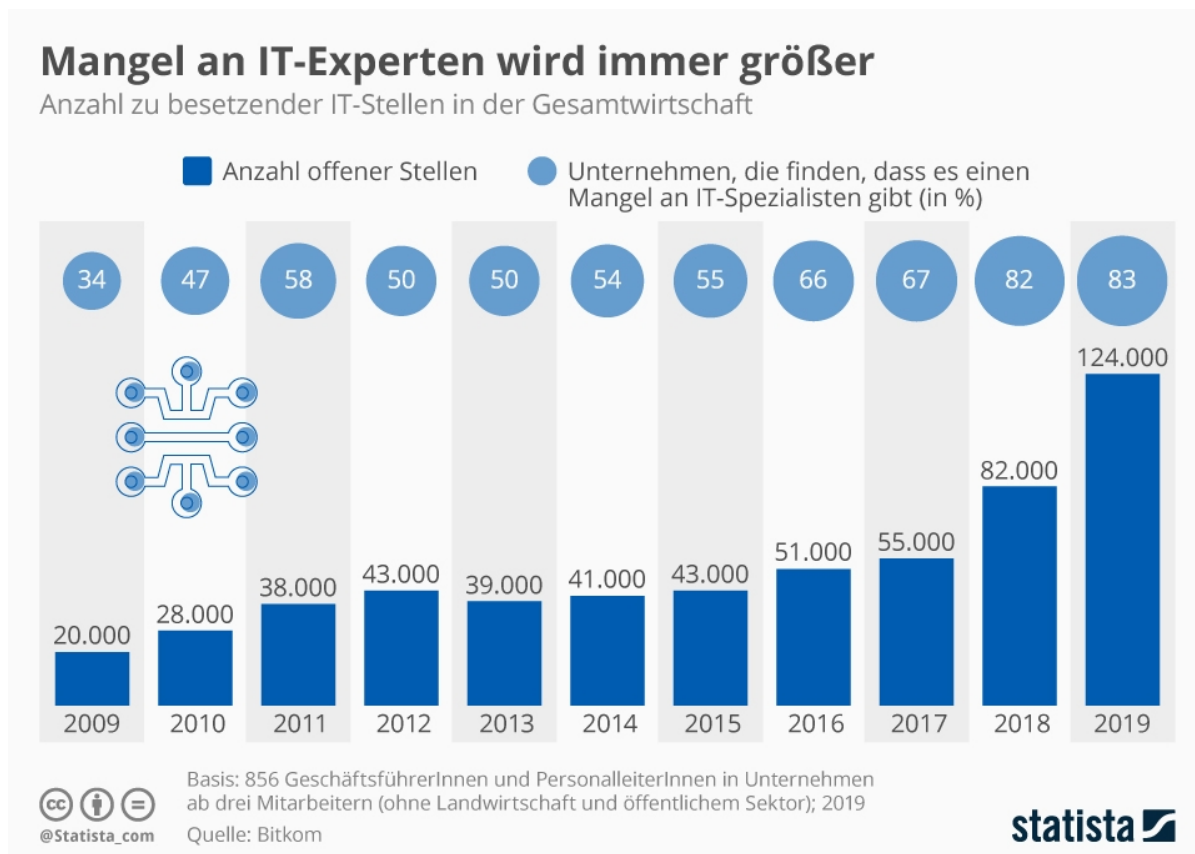
Von denen wiederum einzig der **mobile Teil** der Wissensarbeiter die Zielgruppe von Jobikado bilden, denn Jobikado unterscheidet zwei Gruppen innerhalb der Belegschaft eines Unternehmens: dem mobilen und immobilien Teil. Und genau über diese unsichtbare Grenze gibt es keine verifizierten Daten. Selbst über den Begriff gibt es keine Einigkeit. Die Grenze taucht immer auf, wenn es heißt: *"Kannst ja gehen, wenn es dir hier nicht gefällt!"*.

Die beide Gründer möchten nicht ergründen, warum die Grenze existiert, was sie befördert u.ä.. Sie haben diese unsichtbare Grenze jedoch über 10 Jahre schmerzhaft erfahren: mit jedem Weggang eines geschätzten Kollegen.

Marktsegmentierung und Marktpotenzial

Jobikado konzentriert sich auf einen Teilmarkt der Wissensarbeiter als Einstiegsmarkt, nämlich auf die der IT-Jobs. Schon 2016 ging man nach einer Umfrage auf Stack Overflow und einer Bitkom-Schätzung von einer ungefähren Anzahl von 800.000 Software-Entwicklern aus.^[5] Da sind also noch nicht die IT-Techniker wie Netzwerkadmins etc. inkludiert. Der Mangel an IT-Experten beläuft sich

laut Bitkomverband im Jahr 2019 auf 124.000 unbesetzten IT-Stellen.^[6]



Jobikado wird auch den Charakter einer Weiterempfehlungs-Community tragen. Darum konzentrieren wir uns auf einen ersten der sechs Software-Entwicklermetropolen Deutschlands: **Berlin**, mit etwa 82.000 Entwicklern.^[5] In Berlin gibt es in der Wirtschaftsgliederung *Information und Kommunikation* 12.031 Unternehmen. Doch allein sich auf diese Wirtschaftsgliederung zu beschränken, ist irreführend: die produzierte Software wird in vielen Wirtschaftsgliederungen wie Gesundheitswesen, Verkehr, Energie und Wohnungswesen eingesetzt. Also sitzen auch in diesen Unternehmen Fachkräfte, die diese Software einsetzen und supporten.

Zusätzlich zum Gesetzgeber bekommt die Softwarebranche inklusive ihrer SaaS-Anbieter eine höhere Sensibilisierung der Kundschaft in Sachen Datenschutz zu spüren. Datensammelei jeglicher Art wird stärker hinterfragt. Der Datenschutz birgt ein riesiges Marktpotenzial.

Einnahmequellen

- Mitgliedschaft des Unternehmens
- Mitgliedschaft der Fachkraft
- Kosten pro Gehaltsangebot von Personalberatungen, so lang das Unternehmen der Fachkraft nicht Mitglied ist
- Gebühr pro Statistikabfrage für Nichtmitglieder

Wettbewerbsumfeld

Der größte Wettbewerber ist das Businessnetzwerk *Xing*. Es hat in Deutschland laut einer eigenen Erhebung 2019 etwa 15 Millionen Nutzer.^[7] Die angemeldeten Headhunter und Personalberatungen

bzw. Personalchefs können sich also aus einem Pool von 15 Millionen Profilseiten mit Lebenslauf und bisherigen Erfahrungen bedienen. Egal, was ein Nutzer für einen "Suchstatus" vermerkt: kontaktiert wird der Nutzer von Headhuntern immer.

Die Feststellung, dass Xing der größte Mitbewerber ist, ist relativ. In seinem Kurzbeitrag *Wo Unternehmen neue Mitarbeiter finden*, schreibt Matthias Janson.^[8]

Deutsche Unternehmen stellen mehrheitlich Mitarbeiter ein, die sie über Internet-Stellenbörsen oder ihre eigene Webseite gefunden haben. Das zeigt eine Erhebung, die im Auftrag des Stellenportals Monster Worldwide Deutschland GmbH durchgeführt wurde. Eine geringere Rolle spielen Mitarbeiterempfehlungen, Printmedien, die Arbeitsagentur und Karrierenetzwerke. Soziale Netzwerke haben kaum Bedeutung bei der Personalsuche.



Auch wenn die Quelle der Auswertung ein Stellenanzeigenportal ist: Stellenanzeigen wird es immer geben, ob nun über die Karriere-Webseite eines Unternehmens, bei Xing, bei Stellenbörsen wie Stepstone oder über aggregierte Stellenanzeigen via Google Jobs. Die Möglichkeit, sich als Stellensuchender bei einem Unternehmen zu bewerben, wird es und muss es immer geben. Der Fokus von Jobikado liegt auf der Mitarbeiterbindung. Unternehmen bezahlen eine Mitgliedschaft, um rechtzeitig informiert zu werden, wie gefragt ihre Mitarbeiter auf dem umkämpften Fachkräfte-Markt sind.

Durch die Berücksichtigung nachhaltiger Aspekte wird Jobikado einen großen Wettbewerbsvorteil erlangen.

Marketing

Produktpolitik

Jobikado baut als Geschäftsmodell auf einen Primärkunden auf: der festangestellten Fachkraft. Diese nutzt den Service von Jobikado zum Selbstkostenpreis. Der Sekundärkunde, das Unternehmen, zahlt für Jobikado nur in Verbindung mit der Information, die er vom Primärkunden erhält.

Für die **Fachkraft (Primärkunde)** gilt:

1. Sie zieht Nutzen aus dem Produkt und mißt ihm einen Wert bei.
2. Sie bezahlt für das Produkt zum Selbstkostenpreis.

Für das **Unternehmen (Sekundärkunde)** gilt:

1. Es zieht Nutzen aus dem Produkt und mißt ihm einen Wert bei.
2. Es bezahlt für das Produkt.

Produkt Specialist (Spezialist)

- Kunde = **Fachkraft**
- bezahlte Mitgliedschaft zum Selbstkostenpreis
- bildet mit den Spezialisten seines Unternehmens eine Community: Special Unit (Spezialeinheit)

Die **Spezialisten** können:

1. Individuellen Jobikado-Weichenwert bestimmen
2. Jobikado beauftragen, den Mindestjahreslohn bei Jobofferten nachträglich zu erfragen
3. Kann anderem Spezialisten bestätigen, dass er/sie ohne Personalverantwortung ist
4. Kann anderem Spezialisten bestätigen, dass er/sie ein Teamplayer ist und man gern mit ihm zusammenarbeitet
5. Kostenlose Auswertungen bundesweit tätigen
6. Kann Profil pflegen (Änderung in: Kenntnisse, Weichenwert, Arbeitgeber, Gehaltshöhe uvm.)

Die **Spezialeinheit** (mind. 3 Spezialisten) kann:

1. Durchschnittlichen Jobikado-Weichenwert fürs Unternehmen veröffentlichen
2. Durchschnittlichen Jahreslohn der Spezialisten erfahren

Produkt Enterprise (Unternehmen)

- Kunde = **Unternehmen der Fachkraft**
- bezahlte Mitgliedschaft

- bildet mit den Spezialisten und der Spezialeinheit eine Partnerschaft

Die **Spezialisten** können:

1. Individuellen Jobikado-Weichenwert *scharfschalten* und somit Jobofferten fremder Unternehmen ungelesen ans eigene Unternehmen weiterleiten, so sie unterhalb ihres Jobikado-Weichenwertes liegen

Das **Unternehmen** kann:

1. Den durchschnittlichen Jobikado-Weichenwert auf Abteilungsebene ausrechnen. Bisher gibt es nur **öffentlichen Jobikado-Weichenwert für das gesamte Unternehmen**. Das Unternehmen hat nun die Möglichkeit, jeweils einen **internen Weichenwert auf Abteilungsebene** herunterzuberechnen. Voraussetzung ist, dass einer Abteilung mindestens 3 Spezialisten angehören. Das Unternehmen erhält also einen Weichenwert pro Abteilung und kann nachverfolgen, in welcher Abteilung die Mitarbeiterzufriedenheit am größten ist.
2. Den Spezialisten, die gehäuft Jobofferten erhalten, eine Lohnerhöhung gewähren. Sie sollte aber auch von Zeit zu Zeit die anderen Spezialisten berücksichtigen.
3. Fremden Spezialisten Jobofferten mit Gehaltsangebot unterbreiten.

Produkt *Hunter*

Kunde = **Headhunter bzw. Personalberatung**

- Kostenlose Jobofferten = Unternehmen der Fachkraft ist **nicht** auf Jobikado Mitglied
- Kosten pro Jobofferte = Unternehmen des Spezialisten ist Mitglied auf Jobikado

Nebenprodukt Statistik

Nichtmitglieder (Headhunter und andere) können kostenpflichtig Auswertungen erstellen lassen.

Skalierbare Produktpalette

Eine Produkterweiterung wäre ein zukünftiges **Referral-Produkt**. Empfehlungen von den Mitarbeitern auf freie Stellen im Unternehmen sind ebenfalls Kennzeichen einer hohen Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterbindung.

Preispolitik

- **Spezialist** = 1 Anteil monatlich/jährlich
- **Enterprise** = 10 Anteile monatlich/jährlich pro Spezialist

Beispiel: Beahlt der Spezialist 1,00 EUR pro Monat und in der Spezialeinheit des Unternehmens sind 3 Spezialisten versammelt (3,00 EUR), dann bezahlt das Unternehmen für das Produkt *Enterprise* 30 EUR monatlich bzw. 360 EUR jährlich.

Hunter = Kosten pro Gehaltsangebot (10 Anteile), im Beispiel 10,00 EUR Schutzgebühr.

Kommunikationspolitik

Jobikado wird seine Präsenz in den **Social Media Kanälen** ausbauen. Neben den klassischen Portalen wie Twitter, Facebook etc, wird Jobikado verstärkt dort in Erscheinung treten, wo die Zielgruppe der Fachkräfte, im ersten Eintrittsmarkt vertreten ist: auf github.com, gitlab.com, gitea.com und dev.to.

Da das Geschäftsmodell Jobikados im gesellschaftlichen Bereich ein im hohen Maße nachhaltiges Modell ist, was seine ökonomischen und sozialen Zielsetzungen betrifft, werden die Gründer im Rahmen einer **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** ausführlich darüber berichten.

Jobikado steht für

- eine langfristige Zusammenarbeit zwischen Fachkraft und Unternehmen,
- eine profundere zwischenmenschliche Beziehung zwischen den Mitarbeitern selbst und zwischen Mitarbeiterschaft und Unternehmensleitung,
- sowie für das psychologische Wohlbefinden aller Beteiligten im Unternehmen.

Diese Ziele werden wir verstärkt nach außen, in den Social Media Kanälen und in unserer Öffentlichkeitsarbeit, kommunizieren. Wir versprechen uns davon Aufmerksamkeit in den Medien und in Folge den Zulauf von Spezialisten.

Vertriebspolitik

Die Gründer verlassen sich zu einem hohen Anteil auf die **virale Ausbreitung des Produkts**, da es einen starken Community-Charakter trägt. Spezialisten empfehlen Jobikado weiter und werben weitere Kollegen und Bekannte in anderen Firmen. Im Bereich des Produktes *Spezialist* für Fachkräfte setzen wir im Rahmen des viralen Marketings auf den Empfehlungsvertrieb. Rabatte und Gamification-Elemente ermutigen die Fachkräfte, neue Mitglieder zu gewinnen.

Das Unternehmen

Geschäftssystem und Kerngeschäft

Geschäftlich arbeitet Jobikado profitorientiert. Die Einnahmen sollen hauptsächlich aus monatlichen Abogebühren für die Nutzung der Plattform generiert werden. Durch ein Jobangebot oder durch den Abruf von aufbereiteten statistischen Daten werden weitere Einmalzahlungen eingebracht. Sowohl der Anwender, der seine Jobprofil hochlädt und als Fachkraft am Jobikado-System teilnimmt als auch die Firmen, die ihren Fachkräfte halten oder andere abwerben wollen, werden zu monatlichen Gebührenzahlungen gebeten. Dafür bietet Jobikado unterschiedliche Abo-Modelle an.

Vergeben Sie Aktivitäten an Dritte?

Aus welchen Funktionen besteht Ihre Organisation und wie ist sie strukturiert?

Wer ist wofür zuständig/verantwortlich?

Wollen Sie mit Partnern zusammenarbeiten?

Was sind die Vorteile der Zusammenarbeit?

Sind ökologische Aspekte (z. B. Energieverbrauch, Abfallentsorgung) bei allen Arbeitsabläufen (z. B. Büro, Produktion, Supply Chain) berücksichtigt?

Sind gesellschaftliche Aspekte (z. B. Mitarbeiterinteressen) berücksichtigt?

Nutzt Ihr Unternehmen aktiv die besonderen Chancen, die sich aus einer nachhaltigen Unternehmensorganisation ergeben (z. B. durch Ressourceneinsparungen)?

Organisation

Als Organisationsform begründet sich Jobikado auf einer momentan noch angemeldeten GbR.

Aus welchen Funktionen besteht Ihre Organisation und wie ist sie strukturiert?

Wie gestaltet sich die personelle Besetzung der wichtigsten Funktionen in Ihrem Unternehmen?

Meilensteinplanung

Was sind die wichtigsten Meilensteine in der Entwicklung Ihres Unternehmens?

Welche Aufgaben und Meilensteine hängen voneinander ab?

Sind die Überlegungen sowohl optimistisch als auch realistisch?

Wann und in welchem Umfang beginnen Sie mit dem Verkauf Ihrer Produkte/Leistungen und zu welchem Preis?

Sind Beschaffung, Produktion und Absatz aufeinander abgestimmt?

Welchen Personalbedarf haben Sie in den einzelnen Bereichen Ihres Unternehmens in den nächsten Geschäftsjahren?

Welche Personalkosten fallen dabei an?

Wie sieht Ihre kurzfristige Investitionsplanung aus?

Welche Investitionen sind längerfristig geplant?

An welchen Meilensteinen werden diese fällig?

Ist ein Nachhaltigkeitsmanagement geplant, das ökologische und gesellschaftliche Auswirkungendes Unternehmens messbar und beeinflussbar macht?

Welche Kosten verursacht das Unternehmen (Produktions-, Vertriebs-, Verwaltungskosten)?

Rechtsform und Eigentumsverhältnisse

Im weiteren Verlauf 2020 soll eine Umwandlung in eine UG (Unternehmensgemeinschaft) angestrebt werden. In ihrer Struktur werden die beiden Gründer Gesellschafter und Geschäftsführung stellen. Ein Wachstum um weitere Angestellten oder Gesellschafter soll mit der neuen Unternehmensform leichter erreicht werden.

Wer sind die Gesellschafter und wer übernimmt die Geschäftsführung?

Welche Standortfaktoren sind für Ihr Unternehmen wichtig?

Standort

Der Hauptstandort der Jobikado - Gesellschaft ist Berlin. Eine Abweichung dieser Entscheidung ist auch zukünftig nicht vorgesehen. Die Netzwerke beider Gründer soll es Jobikado erleichtern, weitere Ressourcen für die Entwicklung der Plattform zu akquirieren. Bisher dienen die privaten Büros der Gründer und kurzfristig angemietete Shared Office Dienstleistungen als Geschäftsräume.

Finanzplanung und Finanzierung

Die erwarteten Gewinne oder Verluste in den ersten Jahren (mit einer Übersicht der Gewinn-und-Verlust-Planung)

Erreichung der Gewinnschwelle (Ab wann decken bzw. übersteigen die Erträge die Aufwendungen?)

Höhe des Kapitalbedarfs

Geplante Finanzierung

Erläuterung, welche Annahmen Sie zur Schätzung der Erträge, Aufwendungen, Investitionen usw. getroffen haben.

Gewinn- und Verlustplanung

Die erwarteten Gewinne oder Verluste in den ersten Jahren (mit einer Übersicht der Gewinn-und-Verlust-Planung)

Erreichung der Gewinnschwelle (Ab wann decken bzw. übersteigen die Erträge die Aufwendungen?)

Höhe des Kapitalbedarfs

Geplante Finanzierung

Erläuterung, welche Annahmen Sie zur Schätzung der Erträge, Aufwendungen, Investitionen usw. getroffen haben.

Welche Investitionen werden Sie wann und in welchem Umfang tätigen?

Wie hoch sind die aus der jeweiligen Investition entstehenden Abschreibungen?

Liquiditätsplanung: Wie wird sich Ihre Liquidität entwickeln?

Ist Ihre Zahlungsfähigkeit gesichert?

Ab wann rechnen Sie mit einem Einzahlungsüberschuss?

Wie wirken sich gewährte Zahlungsziele (Skonti) auf Ihre Liquidität aus?

Finanzbedarf: Wie hoch ist der sich aus der Liquiditätsplanung ergebende Finanzbedarf Ihres Unternehmens?

Wie verteilt sich der Finanzbedarf auf die Dreijahresplanung?

Welche Finanzierungsquellen (Fremdkapital, Eigenkapital) stehen Ihnen zur Deckung des Finanzbedarfs zur Verfügung?

Wann werden Sie dem Unternehmen aus welchen Quellen Kapital zuführen?

Welche Geschäfts- und Finanzrisiken ergeben sich aus Ihrem Konzept und wie wollen Sie diesen entgegenwirken?

Gewährleistet die Finanzplanung Ihrem Unternehmen langfristige Stabilität?

Index

@

4scotty, [15](#)

A

Alleinstellungsmerkmal, [9](#)

Anonyme Gehaltsangebote, [6](#)

B

Belegschaft

mobile Teil, [17](#)

mobiler Teil, [10](#)

E

Einnahmequellen, [18](#)

F

Festangestellte Fachkraft, [14](#)

G

Gründer

Andreas Petersell, [17](#)

I

Innovation, [10](#)

Schutz, [16](#)

IT-Jobs, [18](#)

J

Jobikado-Weichenwert, [11](#)

Jobnetzwerk, [8](#)

K

Kununu, [8](#)

L

LOHAS, [15](#)

Lohnsicherung, [10](#)

P

Personalberatung, [14](#)

Produkt

Enterprise, [21](#)

Hunter, [21](#)

Referrals, [21](#)

Spezialist, 20

Statistik, 21

Prototyp, 15

S

Silicon-Valley, 11

Statistikportal, 6

Stellenanzeigenportal, 19

Stepstone, 19

V

Value Proposition

Fachkraft, 13, 14

Unternehmen, 12

W

War of Talents, 5

Z

Zeitarbeit, 15

[1] Mikael Krogerus und Roman Tschappeler, The Decision Book: 50 Models for Strategic Thinking, London 2012

[2] Adaption des Rubberband-Modells an Jobikado von Dave Boddin, Berlin 2020

[3] Steffen Heuer, in: brand eins, Heft 09/2019, S. 67

[4] Statistisches Jahrbuch 2019 - Kapitel 20 Produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen im Überblick, <https://www.destatis.de/DE/Themen/Querschnitt/Jahrbuch/jb-prod-gewerbe-dienstleistungen.pdf>

[5] <https://www.heise.de/developer/meldung/Stack-Overflow-Ueber-700-000-Softwareentwickler-in-Deutschland-3328648.html>

[6] Mangel an IT-Experten wird immer größer, <https://de.statista.com/infografik/16584/zu-besetzende-it-stellen-in-der-deutschen-gesamtwirtschaft/>

[7] <https://werben.xing.com/daten-und-fakten/>

[8] Wo Unternehmen neue Mitarbeiter finden, <https://de.statista.com/infografik/16326/recruiting-kanale-nach-anteil-der-neueinstellungen/>