

Leitfaden



Zur Existenzgründung



RENEX

Regionales Netzwerk Existenzgründung
Siegen, Wittgenstein & Olpe

Aller Anfang ist schwer, oder...?

...mit der richtigen Unterstützung muss das nicht sein...

Sie haben eine Idee und möchten sich damit selbstständig machen? Herzlichen Glückwunsch. Den ersten Schritt haben Sie getan. Sie haben den Kontakt zum **REgionalen Netzwerk EXistenzgründung** des Kreises Siegen-Wittgenstein und Olpe (**RENEX**) gesucht und damit kompetente Ansprechpartner rund um Ihre Unternehmensgründung gefunden.

In RENEX arbeiten wir als Partner in der Region Hand in Hand daran, Sie bestmöglich bei Ihrem Gründungsvorhaben zu unterstützen.

Eine gute Idee setzt sich nämlich nicht von alleine erfolgreich in die Praxis um. Gründungsideen scheitern in der Regel an einer unzureichenden Planung vor der Geschäftsaufnahme. An dieser Stelle unterstützen wir Sie gerne und stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

Einige Erfahrungen aus unserer Beratungspraxis haben wir in diesem Leitfaden für Sie zusammengestellt. Er gibt Ihnen Hinweise darauf, mit welchen Fragen Sie sich im Vorfeld Ihrer Unternehmensgründung beschäftigen sollten, egal wie klein oder groß Ihr Unternehmen am Anfang ist. Das hilft Ihnen dabei, mögliche Probleme schon im Vorfeld zu erkennen. Außerdem können Sie Ihrem Umfeld (Familie, Freunde, Unterstützungspartnern, Kapitalgeber usw.) mit diesen Informationen einen konkreten Eindruck von Ihrer Idee vermitteln.

Und ganz nebenbei bauen Sie im Laufe Ihrer Geschäftsplanung ein umfassendes und wertvolles persönliches Netzwerk zu Ansprechpartnern in Ihrer Gründerregion auf. Ein unschätzbare Wert auch für den späteren Erfolg Ihrer Selbstständigkeit.

Der Businessplan ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens. Und die sagt viel über Sie selbst aus. Nehmen Sie sich also die Zeit, sich die hier zusammengetragenen Fragen für Ihre Geschäftsidee gewissenhaft zu beantworten und legen Sie damit die Basis für Ihre erfolgreiche Gründung.

Jetzt kann es also losgehen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und gutes Gelingen für Ihre Selbstständigkeit!

Ihr RENEX-Team

Einige Grundregeln vorab...

Wenn Sie einen Businessplan schreiben, werden Sie im Laufe Ihrer Arbeit viele Informationen zusammentragen. Sie sind der Experte für Ihre Idee und stecken tief in der Materie. Schwierig wird es oft erst dann, wenn Sie versuchen die Informationen so zusammenzuschreiben, dass Ihr Konzept auch für Andere (Familie, Unterstützungspartner, Kapitalgeber etc.) nachvollziehbar wird. Wenn Sie einige Grundregeln beachten, umschiffen Sie diese Klippe.

1. Formulieren Sie Ihren Geschäftsplan so, dass er auch für Laien verständlich ist, die in Ihrem Fachgebiet nicht zu Hause sind.
2. Bestechen Sie durch Klarheit und Sachlichkeit!
3. Erstellen Sie ein Dokument wie aus einem Guss! Sie erinnern sich: Ihre Visitenkarte!
4. Testen Sie Ihren Entwurf immer wieder. Sprechen Sie mit Ihren Unterstützungspartnern und entwickeln Sie Ihr Konzept kontinuierlich weiter. Notieren Sie neue Ideen, damit diese Ihnen nicht verloren gehen.
5. Suchen Sie frühzeitig Unterstützung! Die RENEX-Partner sind bei allen Fragen rund um Ihre Gründung für Sie da.
6. Auch wenn Sie auf Ihrem Weg manchmal zweifeln...Lassen Sie sich nicht entmutigen!

Manche Fragen, die wir im Folgenden zusammengetragen haben, treffen auf Ihr Gründungsvorhaben unter Umständen nicht vollständig zu (da Sie beispielsweise zu Geschäftsbeginn kein Personal beschäftigen). Lassen Sie diese jedoch nicht ganz außer Acht. Eventuell werden sie relevant, wenn sich Ihr Unternehmen entwickelt und wächst. Bauen Sie die Aspekte dann in Ihre Vision und Langfristplanung mit ein.

Auf manche Frage finden Sie vielleicht nicht sofort eine Antwort. Das ist völlig normal. Sie stehen am Anfang Ihrer Gründung und befinden sich in einem spannenden Prozess. Sie lernen permanent dazu und entwickeln Ihr Wissen dabei andauernd weiter. Mit offenen Fragen wenden Sie sich einfach an Ihre RENEX-Partner.

Die Kontakte zu Ihren Ansprechpartnern in der Region finden Sie auf Seite 14.

Bestandteile eines Businessplans

Wenn Sie die nachfolgende Gliederung bei der Ausarbeitung Ihres Businessplans berücksichtigen und die Kapitel qualitativ „mit Leben füllen“, haben Sie eigentlich alle Aspekte eines soliden Businessplans berücksichtigt. Damit entspricht Ihr Geschäftsplan auch den inhaltlichen Anforderungen, die Kapitalgeber, öffentliche Fördermittelgeber und Beratungen an dieses Dokument stellen.

- I. Zusammenfassung
- II. Die Rechtsform
- III. Das Produkt / Die Dienstleistung
- IV. Die Branche / Der Markt
- V. Marketing und Vertrieb
- VI. Unternehmensorganisation und Unternehmensleitung
- VII. 3-Jahres-Plan und mögliche Szenarien
- VIII. Der Kapitalbedarf
- IX. Die Unternehmensvision
- X. Der Gesellschaftervertrag

Im Folgenden geben wir Ihnen für jeden der Gliederungspunkte einige Leitfragen an die Hand, die Ihnen die Bearbeitung erleichtern sollen und Ihnen einen Einstieg in die Materie geben. Die Beantwortung der Fragen wird häufig neue Fragen aufwerfen. Auch das ist völlig normal. Es ist genau das, was Ihre Selbstständigkeit ausmacht. Sie sind häufig mit neuen Umständen konfrontiert und sind gefordert Lösungen zu finden. In diesem Prozess werden Sie sich auch persönlich in ganz neuen Situationen erleben (von Stress bis Euphorie wird alles dabei sein). Genau die richtige Lernsituation also, um Ihre unternehmerische Persönlichkeit zu festigen und weiterzuentwickeln.

I. Zusammenfassung

- Die Zusammenfassung ist wie der Klappentext eines guten Buches. In der Regel fehlt dem Leser die Zeit, um Ihr Konzept beim ersten Mal vollständig zu lesen. Daher muss die Zusammenfassung alles so auf den Punkt bringen, dass sofort klar wird, was Sie vorhaben und wie Ihre Erfolgsaussichten sind. Wenn Sie auf den ersten zwei Seiten das Interesse des Lesers gewinnen, wird er sich die Zeit nehmen Ihr Konzept komplett zu lesen und zu beurteilen.
- Geben Sie hier also einen kurzen Überblick über Ihr Gründungsvorhaben (1 bis max. 2 Seiten).
- Beschränken Sie sich dabei auf die wesentlichen Aussagen und den Kern Ihres Konzeptes.

Die Zusammenfassung ist sozusagen Ihre Eintrittskarte in die „nächste Runde“. An diesem Teil Ihres Businessplans sollten Sie zum Schluss noch einmal besonders gründlich „feilen“.

Tipp:

- Schreiben Sie die Zusammenfassung zuletzt um Ihre Ideen und Ziele wirklich konkret formulieren zu können.
- Stellen Sie Ihrem Plan eine Gliederung voran. Das erleichtert dem Leser die Arbeit mit Ihrem Businessplan.

II. Die Rechtsform

Die Wahl der Rechtsform Ihres Unternehmens hat Auswirkungen auf die spätere Struktur und Organisation. Ebenso ergeben sich einige rechtliche und steuerliche Unterschiede aus den verschiedenen Rechtsformen. Wägen Sie daher ab, welche Rechtsformwahl Sie treffen. Unter Umständen machte es Sinn die Rechtsform zu einem späteren Zeitpunkt Ihrer Geschäftstätigkeit zu ändern und den neuen Rahmenbedingungen anzupassen. Grundlegend fragen Sie sich für die Entscheidung der Rechtsform zum Beispiel Folgendes:

- Welche Rechtsform wählen Sie (z.B. Einzelunternehmen, GbR, GmbH)? Und warum?
- Welche Vor- und Nachteile ergeben sich aus dieser Rechtsformwahl für Ihr Unternehmen?
- Wie sieht die Gesellschafterstruktur Ihres Unternehmens aus? Sind Sie alleine, oder gründen Sie mit anderen Gesellschaftern zusammen?
- Welcher Gesellschafter übernimmt dann was (Höhe der Kapitaleinlage, Haftung, betriebliche Funktion)?
- Soll die Haftung auf das Firmenvermögen begrenzt werden? Ist eine nachträgliche Eigenkapitalzufuhr möglich?

Tipp:

- Nutzen Sie auch zu diesem Punkt das kompetente Beratungsangebot von RENEX.

III. Das Produkt / Die Dienstleistung

Hier beschreiben Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung detailliert.

- Was verkaufen Sie konkret?
- Welche Eigenschaften hat Ihr Produkt?
- Welchen Nutzen hat es für Ihre Kunden?
- Was ist das Alleinstellungsmerkmal Ihres Produktes (Eigenschaften, die die Produkte Ihrer Mitbewerber nicht haben, oder die bei Ihrem Produkt „besser“ sind)?
- An welche Zielgruppe(n) richtet sich Ihr Angebot?
- Ist Ihr Produkt bereits marktreif?
- Wie sind die Zukunftsaussichten für Ihre Produkte/Dienstleistungen?

Es sollte klar erkennbar werden, um welches Produkt/welche Dienstleistung es sich bei Ihrem Angebot handelt. Welche Zielgruppe Sie ganz speziell damit ansprechen ist für die spätere Abschätzung Ihres Marktes wichtig. Es macht einen deutlichen Unterschied, ob Sie mit Ihrem Angebot alle Menschen ansprechen, oder sich auf eine Nische konzentrieren (z.B. Kinder, Senioren etc.). Hierzu im Folgenden einige Hinweise. Insgesamt sollten Sie das Produkt/die Dienstleistung so detailliert wie möglich beschreiben. Dies bildet schließlich den Kern Ihrer unternehmerischen Tätigkeit.

IV. Die Branche / Der Markt

Nachdem Sie durch die Wahl Ihrer Produkte und/oder Dienstleistungen auch die Branche in der Sie tätig sind weitgehend definiert haben, gilt es diese nun so genau wie möglich zu beschreiben. Dies geht einher mit der Beschreibung des Marktes, auf dem Sie tätig sein werden.

- Wodurch kennzeichnet sich die Branche?
- Wodurch kennzeichnet sich Ihr Markt?
- Welche Konkurrenzprodukte existieren bereits oder werden derzeit entwickelt?
- Wer sind Ihre Wettbewerber und wie verhalten sich diese am Markt?
- Welche Stärken / Schwächen haben die Wettbewerber im Vergleich zu Ihnen (hier sollten Sie einen ehrlichen Vergleich nicht scheuen!)?
- Wie ist die Preisgestaltung allgemein? Vergleichen Sie ähnliche Angebote am Markt. Die Preisgestaltung hat auch Auswirkungen auf Ihren Spielraum.
- Welche Trends zeichnen sich ab, die einen Einfluss (positiv/negativ) auf Ihr Angebot haben?
- Wie ist die Marktaufteilung unter den Mitbewerbern?

Darüber hinaus ist es sinnvoll den Markt für die weitere Planung genau abzugrenzen. Dies geschieht im Wesentlichen

- Räumlich
agieren Sie lokal, regional, national, international?
- Sachlich
grenzen Sie Ihren Markt ab, indem Sie Konkurrenzprodukte identifizieren, die Ihr Angebot unter Umständen ersetzen können (man spricht hier von Substitutionsgütern).

Die Frage insgesamt lautet also: Auf welchem „Spielfeld“ bewegen Sie sich mit welchen „Mitspielern“? Und nach welchen Regeln wird gespielt. Lernen Sie Ihr Tätigkeitsumfeld genau kennen, indem Sie diese Fragen beantworten.

V. Marketing und Vertrieb

Sie haben bereits Ihr Produkt definiert und Ihre Zielgruppe identifiziert. Jetzt geht es darum zu entscheiden, wie Ihre Zielgruppe von Ihrem Angebot erfährt und auf welchem Wege Ihre Produkte den Kunden erreichen.

- Wie bauen Sie Ihren Vertrieb auf?
- Benötigen Sie Vertriebspartner?
- Welche könnten das sein und zu welchen Bedingungen erhalten Sie Zugang zum Markt?
- Welchen Marktanteil streben Sie an?

Das Marketing ist vor allem auch Ihre Kommunikation nach außen. Gestalten Sie es so, dass Sie Ihre Produkte erfolgreich absetzen können.

- Welche Kommunikationsmittel und -kanäle nutzen Sie? Und Warum?
- Was kosten diese?
- Erreichen Sie damit wirklich Ihre gewünschte Zielgruppe?
- Wie sieht das Marketing Ihrer Mitbewerber aus?

Bleiben Sie hier immer auf dem Laufenden, um Veränderungen auch bei Ihren stärksten Mitbewerbern nicht zu verpassen. Wenn sich die Regeln ändern, sollten Sie das wissen. Übernehmen Sie die Maßnahmen der Konkurrenz jedoch nicht einfach. Entwickeln Sie Ihre eigene Strategie für Vertrieb und Marketing. Das ist unter Umständen eine Besonderheit, die Sie deutlich von anderen abheben kann.

VI. Unternehmensleitung und Unternehmensorganisation

Wenn Sie alleine als Einzelunternehmer gründen und (wenigstens zu Anfang) keine Mitarbeiter beschäftigen, fällt die Unternehmensorganisation weniger komplex aus, als bei der Teamgründung mit mehreren Gesellschaftern oder bei der Beschäftigung von Mitarbeitern. Egal welche Form Sie aber wählen, die anfallenden Arbeiten müssen erledigt werden und Sie müssen sich über die Aufgabenfelder, die Ihr Geschäft mit sich bringt im Klaren sein.

Unternehmensorganisation

- Welche Funktionsbereiche und Aufgabenfelder müssen in Ihrem Unternehmen abgedeckt werden?
- Wie hoch ist der dafür notwendige Personalbedarf?
- Durch wen werden welche Aufgaben erledigt?
- Unterliegt Ihr Geschäft saisonalen Schwankungen (dies kann Auswirkungen auf den Personalbedarf haben)?

Unternehmensleitung

Stellen Sie sich und Ihre Mitgesellschafter an dieser Stelle vor (ein Lebenslauf lässt sich hier besonders gut einbinden).

- Wer sind die Gründer und Gesellschafter?
- Was sind Ihre Motive für die Selbstständigkeit?
- Wie kamen Sie zu Ihrer Idee und zu der Teamzusammensetzung?
- Worin liegen die Stärken und Schwächen der (des) Gründer(s)?
- Welche Qualifikationen und Branchenerfahrungen können Sie vorweisen?
- Welche Ziele verfolgen die Gesellschafter mittel- und langfristig?
- Wer übernimmt welche Aufgaben im Geschäftsbetrieb?

VII. 3-Jahres-Plan und mögliche Szenarien

Der 3-Jahresplan bildet Ihr gesamtes Gründungsvorhaben noch einmal ab. Diesmal allerdings in Zahlen.

Hier stellen Sie dar, ob Ihre Geschäftsidee rentabel sein kann. Dies ist zum einen für Sie wichtig für die Entscheidung, ob Sie tatsächlich gründen, oder nicht. Zudem ist hiervon aber auch die Gewinnung möglicher Kapitalgeber stark abhängig.

Der 3-Jahres-Plan ist für Sie auch ein erstes Controlling-Instrument, mit dem Sie Abweichungen von Ihrer geplanten Geschäftsentwicklung identifizieren und beurteilen können.

Zunächst fragen Sie sich beispielsweise Folgendes:

- Wie sieht Ihre Kalkulation für den Preis und die Kosten der Produkte aus?
- Mit welchen eventuellen Personalkosten rechnen Sie (vergessen Sie hierbei Ihren eigenen Unternehmerlohn nicht!)?
- Welchen Deckungsbeitrag erwirtschaften Sie?
- Welche Umsätze erwarten Sie in den jeweiligen Planungsperioden (monatlich und jährlich)?
- Mit welchen Ein- und Auszahlungen rechnen Sie zu welchen Zeitpunkten?
- Mit welchen Aufwendungen und Erträgen rechnen Sie?
- Welche Zukunftsprognosen lassen sich für Ihr Unternehmensumfeld herleiten?
- Wie wahrscheinlich sind die verschiedenen Zustände?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich hieraus für Ihr Unternehmen?

Bestandteile der 3 – Jahres – Planung:

- Gewinn- und Verlustrechnung
- Liquiditäts- und Finanzplan
- Kapitalbedarfsplan

Tipp:

- Stellen Sie eine Planrechnung für eine optimistische, eine pessimistische und eine „realistische“ Annahme auf, um sich einen besseren Überblick über die mögliche Geschäftsentwicklung zu verschaffen.

VIII. Der Kapitalbedarf

In diesem Teil filtern Sie aus Ihren Plänen zum Betriebsablauf noch einmal heraus, welchen Kapitalbedarf Sie unter Umständen haben und wie Sie diesen decken wollen.

Wenn Sie Fremdkapital benötigen, sollten Sie die unterschiedlichen Quellen, die Ihnen offen stehen, recherchieren und auf Ihre Konditionen hin überprüfen.

Insgesamt fragen Sie sich:

- Wie hoch ist Ihr benötigter Kapitalbedarf?
- Aus welchen Finanzierungsquellen wollen Sie diesen Kapitalbedarf decken? (Recherchieren Sie auch Alternativen und prüfen Sie die Konditionen und Bedingungen der Kapitalgeber)
- Wie soll Ihre Finanzierungsstruktur aussehen?

Früher oder später werden Sie sich vielleicht auf ein Gespräch mit einem Kapitalgeber vorbereiten.

Bis dahin sollten Sie Ihren Businessplan so weit entwickelt haben, dass er keine gravierenden Schwächen mehr aufweist.

Eine „zerknitterte“ Visitenkarte geben Sie ja auch nicht weiter!

IX. Die Unternehmensvision

Nicht nur Sie selbst sollten wissen, welche Ziele Sie langfristig verfolgen möchten und wie Sie sich Ihre Unternehmensvision vorstellen.

Vor allem für Kapitalgeber, aber auch für Ihre Familie und andere Menschen, die von Ihrer Selbstständigkeit direkt oder indirekt betroffen sind, ist es wichtig, eine Vorstellung davon zu bekommen, wo die Reise hingeht.

Vermitteln Sie also ein Bild davon, wo Ihr Unternehmen in 3, 5 und 10 Jahren stehen wird und wie sich Ihre Geschäftstätigkeit mittel- und langfristig entwickeln soll.

Dabei reicht es nicht „Tagträumereien“ zu formulieren. Geben Sie eine klare Vorstellung der kommenden Etappen. Stellen Sie auch die Strategien und Instrumente dar, mit denen Sie diese Ziele erreichen wollen.

Mit der Darstellung Ihrer Vision können Sie noch einmal Ihre volle Motivation für die eigene Geschäftsidee zum Ausdruck bringen und auch den Leser aktiv für Ihr Vorhaben begeistern.

Vermitteln Sie den „unternehmerischen Geist“, den Sie mit Ihrem Gründungsvorhaben und mit Ihrem eigenen Unternehmen verbinden.

Lassen Sie den Funken überspringen!

X. Der Gesellschaftervertrag

Beim Geld hört die Freundschaft auf...

So, oder so ähnlich, sind schon manche vielversprechenden Gründungen schnell wieder vom Markt verschwunden oder gar nicht erst umgesetzt worden. Der Gesellschaftsvertrag regelt bei mehreren Gesellschaftern die genaue Struktur und definiert Rechte und Pflichten jedes Einzelnen. Er sollte im Falle einer Teamgründung geschlossen werden, um im Streitfall (und der ist nicht so unwahrscheinlich, wie anfangs oft gedacht) als Schlichtungsinstrument zu fungieren. Unter Umständen ein unschätzbare Wert.

Folgende Regelungen sollten enthalten sein:

- Rechtsform
- Firma bzw. Name und Sitz der Gesellschaft
- Gegenstand des Unternehmens bzw. Zweck der Gesellschaft
- Beginn und Dauer der Gesellschaft, Geschäftsjahr
- Kündigung der Gesellschaft
- Einlagen bzw. Beiträge der Gesellschafter
- Gesellschafterkonten
- Gesellschaftskapital, Gesellschafterdarlehn
- Bewertung bereits erbrachter Leistungen und/oder einzubringender Vermögensgegenstände
- Verteilung der Stimmrechte
- Geschäftsführung und Vertretung
- Haftung
- Gesellschafterversammlung
- Jahresabschluss, Gewinn- und Verlustverteilung und Regelung der Entnahmerechte
- Ausscheiden eines Gesellschafters durch Kündigung, Ausschließung, Insolvenz, Tod eines Gesellschafters
- Entgelt bei Ausscheiden
- Firmenfortführung bei Ausscheiden eines Gesellschafters
- Auflösung der Gesellschaft und Verteilung der Vermögenswerte
- Wettbewerbsabsprachen unter den Gesellschaftern
- Schlussbestimmungen

Tipp:

- Entwurfsvorlagen für Gesellschaftsverträge finden Sie auch im Internet.

Interessante Quellen im Internet

Existenzgründungsportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie

www.existenzgruender.de

→ hier finden Sie unter anderem auch umfangreiche Informationen und Hilfsmittel zur betriebswirtschaftlichen Kennzahlenplanung.

Go! Das Gründungsnetzwerk NRW

www.go.nrw.de

EXIST - Existenzgründungen aus der Wissenschaft

www.exist.de

Universität Siegen – Spezielle Gründungsangebote

www.die-unternehmer-uni.de

KfW Mittelstandsbank

www.kfw-mittelstandsbank.de

NRW.BANK

www.nrw-bank.de

Deutsches Patent- und Markenamt

www.deutsches-patentamt.de