

Probleme und Lösungsansätze bei Existenzgründungen

I. Begriffsklärung und Abgrenzung

- Definitionen

Unter Gründung versteht man „den Grund zu etwas legen, errichten, etwas ins Leben rufen“. Sie ist ein zeitlich ausgedehnter Prozess, der ein für die Zukunft tragfähiges und flexibles Fundament schaffen soll.

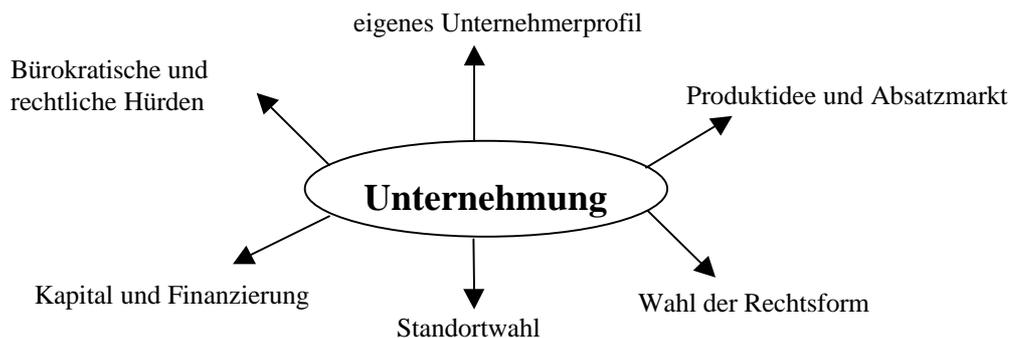
Selbständig sein heißt: „Selber stehen können, sich nicht mehr an einen Vorgesetzten anlehnen wollen, seinen eigenen Stand haben“ (Sieber).

- Abgrenzung

Strukturexistenz Selbständigkeit	derivative Gründung <small>(Rückgriff auf bestehende Wirtschaftseinheit)</small>	originäre Gründung <small>(völlig neue Wirtschaftseinheit)</small>
unselbständige Gründung <small>(angestellter Mitarbeiter)</small>	unechte Gründung	Betriebsgründung
selbständige Gründung	Existenzgründung <small>durch Betriebsübernahme</small>	Unternehmensgründung

II. Probleme und Lösungsansätze

1. Überblick



2. Die Probleme und Lösungsansätze im Einzelnen

2.1 Prüfung des eigenen Unternehmerprofils

Kommunikation

Gründer müssen kommunikativ sein. Sie müssen offen, zielorientiert und hartnäckig in der Kommunikation mit Kunden, Lieferanten, Banken, Experten, Geschäftspartnern etc. sein.

Motivation

Die Motivation des Gründers ist der „Motor“ des ganzen Unternehmens. Aus einem positiven Umfeld kann die Unterstützung und Kraft geholt werden, die nötig sind, um auch schwere Zeiten zu bewältigen.

Flexibilität

Je starrer das wirtschaftliche Betätigungsfeld, desto flexibler muss der Existenzgründer sein. Ist man in einer flexiblen Branche, hat man sowieso keine andere Wahl. Daher ist Flexibilität im Denken und Handeln ein unerlässlicher Erfolgsfaktor für den unternehmerischen Erfolg.

2.2 Planung der Existenzgründung

Unternehmenskonzeption

Zielvorstellungen werden konkretisiert und die Planungen exakt aufeinander abgestimmt. Es erleichtert die Verhandlungen mit Kreditinstituten, Unternehmensberatern etc.

- i. Inhaltsverzeichnis
- ii. Persönliche Ausgangssituation einschl. beruflichen Lebenslauf
- iii. Arbeitsschwerpunkte des künftigen Unternehmens
(Innerhalb der Unternehmenskonzeption sollte der Jungunternehmer das anzubietende Dienstleistungsangebot detailliert festhalten und beschreiben.)
- iv. Marktpotential (Makroumfeld und Mikrostandort)
- v. Konkurrenzsituation
- vi. Beschreibung der Vorbereitungsmaßnahmen
- vii. Beschreibung des geplanten Unternehmens (Rechtsform, Standort, Mitarbeiter, siehe unten)
- viii. Voraussichtliche Anlaufzeit und Unternehmensentwicklung in den ersten drei Jahren
- ix. Planungsunterlagen (Kostenplan, Erfolgsplan, Liquiditätsplan, Kapitalbedarfsplan)

I. Marketingkonzeption

Die Marketingkonzeption umfasst alle Unternehmensbereiche, die auf den Verkauf und den Kunden ausgerichtet sind. Die Marketingstrategien orientieren sich am Markt und den Unternehmenszielen. Der Gesamtmarkt wird durch Segmentierung in Teilmärkte aufgespaltet, um eine gezielte Preis- und Produktpolitik zu erreichen.

- i. Zielsetzung
- ii. Zielgruppe
- iii. Preis- und Produktpolitik
- iv. Mitarbeiter

Werbung

- i. Werbekonzeption
- ii. Marketingplan
- iii. Werbeetat
- iv. Corporate Identity
- v. Öffentlichkeitsarbeit

2.3 Wahl der Rechtsform

Persönliche, steuerliche, betriebswirtschaftliche und gesellschaftsrechtliche Kriterien genau abgewägen. Es bieten sich vor allem folgende Rechtsformen für zu gründende Gesellschaften an:

- Einzelunternehmung
- Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)
- Offene Handelsgesellschaft (OHG)
- Kommanditgesellschaft (KG)
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- (Kleine) Aktiengesellschaft (AG)

Diese verschiedenen Rechtsformen unterscheiden sich vor allem in den Regelungen über Geschäftsführung, Eigenkapitalbeschaffung, Haftung, Gewinnverteilung und Firmenbezeichnung.

2.4 Standortwahl

Der selbständige Unternehmer sollte von Anfang an darauf achten, für seine Geschäftsräume den richtigen Standort auszuwählen. Diese Wahl kann für einen Betrieb lebenswichtig sein. Sie ist in der Regel eine langfristige Entscheidung, da sie während der Laufzeit eines Mietvertrages nicht ohne weiteres revidiert werden kann. Eine Standortanalyse gehört daher zu den Voraussetzungen der Existenzgründung.

2.5 Kapital und Finanzierung

Kapitalausstattung

Der Kapitalbedarf ist abhängig von der Betriebsgröße, der Betriebsform, der Kapitalbindung, der Kapitalüberlassung und außerdem davon, wie viel kurz- oder langfristiges Fremdkapital benötigt wird.

Kostenplanung

Der Bedarfsplan sagt dem Existenzgründer, welche Anschaffungen er für seine Aufgabe benötigt. Die Menge der Eigenmittel sagt aus, was der Jungunternehmer aus seinem privat gesparten Vermögen zur Existenzgründung beitragen kann. Reichen die Eigenmittel nicht aus, muss er Fremdmittel aufnehmen, um sich die Anschaffungen, die er für sein Unternehmen benötigt, leisten zu können.

Umsatz- und Gewinnplanung

Zunächst sollte der für die Deckung des Lebensunterhaltes, also des „Mindestgewinnes“, und der voraussichtlich anfallenden Kosten zwingend erforderliche Umsatz errechnet werden. Sind die Kosten und die Umsatzplanung abgeschlossen, kann der voraussichtliche Gewinn des Unternehmens ermittelt werden.

Liquiditätsplanung

Die Liquidität eines Unternehmens ist gewährleistet, wenn es jederzeit seinen finanziellen Verpflichtungen nachkommen kann. Die Liquiditätsplanung ist eine permanente und nicht nur für den Anfang gedachte unternehmerische Aufgabe.

Finanzplanung

- Die Planung der Mittelverwendung
- Die Planung der Mittelherkunft

Absicherung der betrieblichen Risiken

- Sachversicherungen
- Vermögensversicherungen

2.6 Bürokratische Hürden

3. Weitere Gründungshilfen

3.1 Öffentliche Finanzierungshilfen (Beispiele)

- ERP-Existenzgründungsprogramm
- ERP-Eigenkapitalhilfeprogramm
- DtA-Existenzgründungsprogramm

3.2 Beratungsleistungen (Beispiele)

- Business Angels
- Senior Experten Service (SES)

4. Netzwerke

Virtuelle oder vernetzte Unternehmen. Entstehen einer technologischen „Community“, die Synergieeffekte für alle Partner erwarten lässt. Netzwerkpartner besinnen sich auf Kernkompetenz. Die Grenzen zwischen den Einheiten verwischen sich, die vorübergehend gebildeten Verbände definieren sich über die Aufgabe, statt über die Form und arbeiten entsprechend zielgerichtet. Ist die zu lösende Aufgabe erledigt, wird auch die temporäre Organisation überflüssig. Mit jeder neuen Aufgabe entsteht ein neues Netzwerk.

III. Literaturquellen

- Bundesministerium für Wirtschaft (Hrsg.): Starthilfe, Der Erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit, Bonn 1996
- Neuhäuser, Rainer: Betriebswirtschaft für Existenzgründer. Schnellkurs: Kostenrechnung – Finanzierung – Buchführung, Regensburg 1998
- Mehrmann, Elisabeth: Handbuch für Existenzgründer, München 1996

IV. Anhang: Definitionen der wichtigsten Grundbegriffe

Business Angels

Business Angels bringen Kontakte, Marktkenntnisse und unternehmerische Erfahrungen in neugegründete Unternehmen ein und tragen zur Realisation vielversprechender Ideen bei. Sie investieren eigenes Kapital und ihre Zeit in Neugründungen, ohne dafür Honorar oder Zinsen zu erwarten. In der Regel erwerben sie Anteile am Unternehmen, um diese nach einigen Jahren wieder zu verkaufen. Business Angels profitieren so von der Wertsteigerung des Unternehmens.



Beyer, Horst-Tilo (Hg.): Online-Lehrbuch BWL, <http://www.online-lehrbuch-bwl.de>