

# *Businessplan für HightechGründungen*

---

*Schwerpunkt Finanzierung*

*Seminararbeit im Studium der Betriebswirtschaftslehre*

**Steffen Braun, Diplom Betriebswirt (FH)**

**Februar 2007**

## Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>II - III</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>IV</b>
1. Gründungssituation aktuell in Deutschland	
1.1. Daten und Fakten zur Gründungssituation in Deutschland	1-2
1.2. Defizite bei der Unternehmensgründung als Insolvenzgrund	2
2. Besonderheiten bei der Gründung und Finanzierung von innovativen Unternehmen	
2.1. Was ist Innovativ?	3
2.2. Welche Besonderheiten sind zu beachten?	3-4
3. Der Business Plan als entscheidender Erfolgsfaktor	
3.1. Definition und Geschichte des Business Plans	4
3.2. Struktur des Business Plans	4-13
3.3. Wichtige Punkte bei der Erstellung eines Business Plans	13-14
4. Finanzquellen für Hightech Gründungen	
4.1. Eigenkapital	15
4.2. Fremdkapital	
4.2.1. Banken	15
4.2.2. Bund, Länder und Kommunen	15-16
4.2.3. Bundesagentur für Arbeit	16
4.2.4. Business Angels	16
4.2.5. Venture Capitalists	16-17
4.3. Sonstige	
4.3.1. Mezzanine Kapital	17
4.3.2. Gründerwettbewerbe	17
4.3.3. Lieferantenkredite	17
4.3.4. Family, Friends and Fools	17
4.3.5. Industrie- und Handelskammer	17
5. Bedeutung des Business Plans für	
5.1. Investoren / Partnerschaften	18

5.2. Unternehmer selbst	18
5.3. Hightech Gründungen	18
Literaturverzeichnis	19

**Abkürzungsverzeichnis**

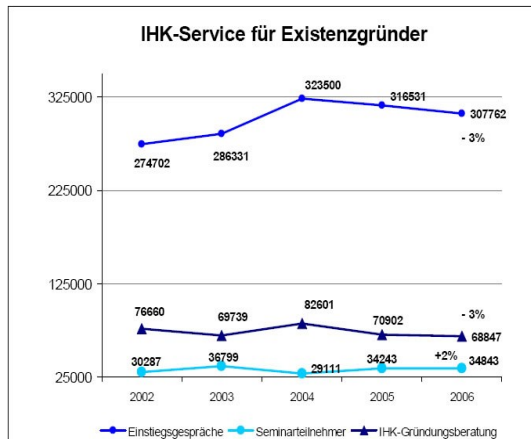
<b>GbR</b>	<b>Gesellschaft bürgerlichen Rechts</b>
<b>OHG</b>	<b>Offene Handelsgesellschaft</b>
<b>KG</b>	<b>Kommanditgesellschaft</b>
<b>GmbH</b>	<b>Gesellschaft mit beschränkter Haftung</b>
<b>AG</b>	<b>Aktiengesellschaft</b>
<b>IHK</b>	<b>Industrie- und Handelskammer</b>

# 1. Gründungssituation aktuell in Deutschland

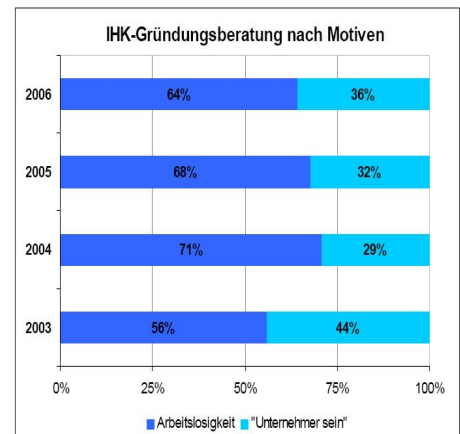
## 1.1. Daten und Fakten zur Gründungssituation in Deutschland

Eine gute Anlaufstelle für Informationen zur Existenzgründungssituation ist die Industrie- und Handelskammer. Durch ihre Vorträge, Beratungen und Stellungnahmen für Existenzgründer sind sie Anlaufpunkt Nummer eins für Existenzgründer. Von keiner Gründungsinstitution hierzulande ist eine vergleichbare Anzahl an Kontakten bekannt.

### Gründungsunterlagen Interesse<sup>1</sup>

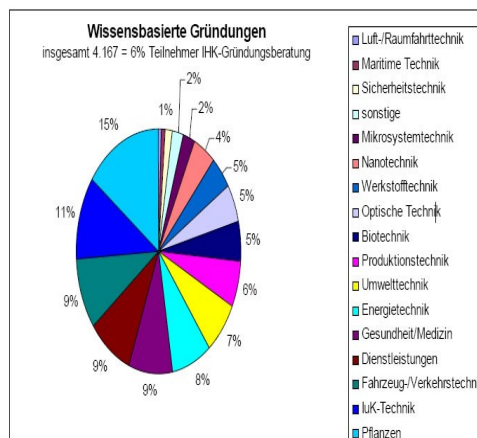


### Gründungsmotivation<sup>1</sup>

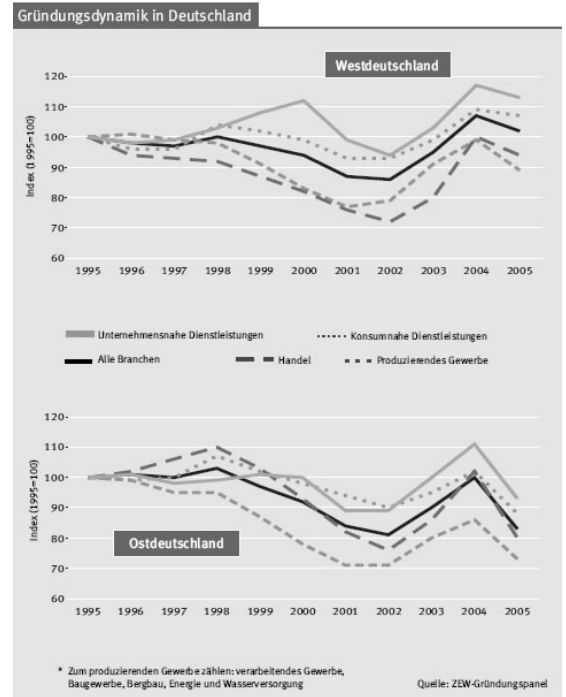


Die IHK-Gründungsberatung bildet nach den IHK-Basisinformationen die zweite Stufe des IHK-Service für Gründer. Einem IHK-Beratungsgespräch zur Existenzgründung liegt – anders als den IHK-Basisinformationen – ein konkretes Geschäftskonzept zugrunde, welches ein potentieller Existenzgründer zusammen mit einem IHK-Gründungsberater in einem ein bis zweistündigen Gespräch erörtert.

### Gründungsbereiche<sup>1</sup>



### Gründungsentwicklung<sup>2</sup>



<sup>1</sup> DIHK, (Hrsg.) Gründerreport 2007, Berlin 2007.

<sup>2</sup> Prof. Dr. Fabel O., Weber T., (ZEW Gründerreport 2006) ZEW Gründerreport Aktuelle Forschungsberichte zu Unternehmensgründungen, 6. Jahrgang 2006; Nr. 2, Seite 1.

Wie aus Grafik 1 ersichtlich ist, ist das Interesse an Informationen zur Existenzgründung leicht rückläufig. Gründe für diesen Rückgang sind zum einen in der verschärften Gründungsförderung für Arbeitslose als auch in der ansteigenden Konjunktur zu sehen. Viele die aus der Arbeitslosigkeit Unternehmen gründen wollen, sind schlecht aufgestellt und auch schnell insolvent. Viele dieser so genannten ICH AGs, sind aus der Not geboren. Durch das Scheitern vieler Arbeitsloser sowie der schlechten Berichterstattung in den Medien über ICH AGs, fragen sich viele Erwerbslose, warum Sie sich dieser „Gefahr“ stellen sollen (z. B. bei BGB Gesellschaft die private Insolvenz), denn durch die ansteigende Konjunktur erhoffen sich viele von ihnen eine Arbeitsstelle mit Festgehalt, ohne eine „Gefahr“ eingehen zu müssen. Dies sind die Hauptgründe für den Rückgang der Unternehmensgründungen, denn wie sich aus Grafik 2 erkennen lässt, sind der Hauptteil der Interessenten für eine Beratung immer noch Arbeitslose.

Wie in Grafik 3 dargestellt, streben lediglich 6% nach einer Gründung in einem wissensbasierten / Hightech Sektor. Gerade dieser Bereich gehört zu den wichtigsten Geburtsstätten innovativer Ideen. Gründe hierfür werden in dem Punkt 2.2. unter „Welche Besonderheiten sind zu beachten“ näher erläutert.

Wie in Grafik 4 dargestellt, ist die Gründungssituation insgesamt rückläufig. Der starke Anstieg in den Jahren 2002-2004 ist zurückzuführen auf die Maßnahmen der Bundesregierung zur Steigerung der Anzahl von Unternehmensgründungen.

## 1.2. Defizite bei der Unternehmensgründung als Insolvenzgrund



Wie in der vorhergehenden Grafik zu erkennen ist, haben viele Unternehmensgründer kurz vor der Gründung noch große Defizite. Gerade in den sehr wichtigen Bereichen wie „Startinvestition“ und „Kaufmännische Defizite“ herrscht ein großer Mangel an Wissen. Denn wenn der Preis falsch kalkuliert und eine zu niedrige Startinvestition angesetzt wird, ist die Insolvenz vorprogrammiert.

Über die Jahre gesehen ist jedoch eine Verbesserung der Wissenslücken vor der Existenzgründung zu beobachten. Aber im internationalen Vergleich attestieren Studien Deutschland in Punkto unternehmerischer Ausbildungen Nachholbedarf.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Vgl. Prof. Dr. Sternberg R., Dr. Brixy U., Hundt C., (Global Entrepreneurship Monitor 2007), Global Entrepreneurship Monitor Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich Länderbericht 2006, Hannover, Nürnberg 2007.

<sup>3</sup> DIHK, (Hrsg.) Gründerreport 2007, Berlin 2007.

## 2 Besonderheiten bei der Gründung und Finanzierung von innovativen Unternehmen

### 2.1. Was ist innovativ?

#### Definition:

„Innovation. I. Allgemein: Bezeichnung in den Wirtschaftswissenschaften für die mit technischem, sozialem und wirtschaftlichen Wandel einhergehenden (komplexen) Neuerungen. – Bisher liegt kein geschlossener; allgemein gültiger Innovationsansatz bzw. keine allgemein akzeptierte Begriffsdefinition vor. Gemeinsam sind allen Definitionsversuchen die Merkmale: (1) Neuheit oder (Er-) Neuerung eines Objekts oder einer sozialen Handlungsweise, mindestens für das betrachtete System und (2) Veränderung bzw. Wechsel durch die I. in und durch die Unternehmung, d.h. I. muss entdeckt/erfunden, eingeführt, genutzt, ungewandt und institutionalisiert werden...“<sup>3</sup>

In den letzten 200 Jahren gab es viele Innovative Produkte bzw. Handlungsumstellungen, Beispiele hierfür sind:

Fahrrad	Dampflokomotive	Auto	Flugzeug
Industrialisierung	Arbeitsteilung	Fließbandfertigung	Umstellung Analog zu Digital
Telefon	Fax	Schnurloses Telefon	Mobiltelefon
Radio	Fernseher	Walkman	MP3-Player
Computer	Internet	E-Mail	Web 2.0

Nicht alles was innovativ ist, ist auch gleichzeitig geeignet ein Unternehmen zu gründen. Es fällt zwar unter die Definition, ist aber z. B. nicht patentierbar oder verkaufbar. Handlungsweisen bieten meist einen Vorteil bzw. Weiterentwicklung zur Konkurrenz, aber sind vielfach erschwert zu vermarkten.

### 2.2 Welche Besonderheiten sind zu beachten?

Viele der heutigen innovativen Gründungen entstehen im Hightech Bereich. Deshalb findet dieser im Folgenden verstärkt Gewichtung.

Zu beachtende Besonderheiten sind:

- Bei Hightech Gründungen wird im Verhältnis ein überdurchschnittliches Startkapital benötigt und die Gründungen haben im Verhältnis ein höheres Risiko. Dies liegt an der langen Vorlaufzeit, den hohen Kosten für Forschung und Entwicklung und der schwer kalkulierbaren Marktsituation.
- Häufig sind die Qualifikationen an einzelne Personen gebunden, so genannten „Hi-Potentials“. Hi-Potentials aus Bereichen wie Informatik, Elektrotechnik, Maschinenbau etc. fehlt es meist am kaufmännischen Know-how für eine Gründung.
- Ein Businessplan ist nicht statisch, sondern „lebt“. Besonders in Branchen, die durch eine extreme Dynamik gekennzeichnet sind, stellt die Erstellung eines Businessplans höchste Anforderungen an alle Beteiligten. Wichtig bleibt, zuverlässige Aussagen über die Strategie und die zu erwartende Entwicklung des Unternehmens zu erarbeiten.

<sup>3</sup> Sellien R, Sellien von Gabler H., (Gabler Wirtschaftslexikon 1997), Gabler Wirtschaftslexikon A-K, S. 1496.

- Innovative Produkte locken schnell Konkurrenten an. Wichtig ist eine erfolgreiche Patentierung in allen angestrebten Märkten. Eine Überprüfung der Patentsituation für Deutschland, Europa und den anderen relevanten Märkten ist erforderlich.
- Zudem sollte man auch auf den Erfolg seines Unternehmens gefasst sein. „Existenzgründungen in wissensbasierten oder technologieorientierten Branchen bewirken überdurchschnittliche Beschäftigungs- und Wachstumsimpulse. Während arbeitslose Existenzgründer in den ersten zwei Jahren zumeist allenfalls einen Beschäftigten einstellen, schaffen Gründer in technologieorientierten Branchen schon innerhalb des ersten Jahres zwischen vier und sechs Arbeitsplätze.“<sup>4</sup>

## Der Businessplan als entscheidender Erfolgsfaktor

### 3.1. Definition und Geschichte des Businessplans

- **Definition**

„Business Plan, Geschäftsplan, Geschäftskonzept = Beschreibung von unternehmerischen Vorhaben, in denen die unternehmerischen Ziele, geplante Strategien und Maßnahmen sowie die Rahmenbedingungen inhaltlich und quantitativ vollständig und übersichtlich dargestellt werden. Der B. P. soll im Wesentlichen die unterschiedlichen Phasen der Unternehmensentwicklung mit besonderer strategischer Bedeutung darstellen. Typischerweise wird ein B. P. im Rahmen von Unternehmensgründungen, bei der Einführung von neuen Produkten oder zur Einleitung von Umstrukturierungsmaßnahmen erstellt...“<sup>5</sup>

In der folgenden Struktur des Businessplans soll durch die Thematik der Hausarbeit auf die wichtigsten Punkte für eine Unternehmensgründung eingegangen.

- **Geschichte**

Ursprünglich diente der Businessplan in den USA als Hilfsmittel zur Kapitalakquisition bei privaten Investoren und Wagniskapitalgebern, so genannten Venture Capitalists.

Nur stellt sich die Frage: „Ist das wirklich der Ursprung des Businessplans?“ Vielleicht wie wir ihn in der heutigen Form kennen. Gehen wir in der Geschichte 1000 Jahre zurück, in eine Zeit in der es noch kein Geld gab. Wenn ein Bauer einem anderen damals 1kg Saatgut auf „Pump“ geliehen hatte und 2 kg zurückwollte, tat er auch nichts anderes als Investoren heute. Er schaute sich die Person an, beachtete seinen Hof, seine Arbeiter, prüfte wie er sein Korn anbaute usw. Genauso machen es Investoren heute, nur wird es auf Papier niedergeschrieben, umfasst ca. 30 Seiten und nennt sich Businessplan.

### 3.2. Struktur des Businessplans

„Ein B. P. besteht idealerweise zunächst aus einem Executive Summary, das in prägnanter Form komprimierte Auskunft über das Vorhaben gibt. Anschließend wird das Vorhaben beschrieben, geplante Produkte oder Dienstleistungen dargestellt, die

<sup>4</sup> Niefert M., Metzger G., Heger D., Licht G., (Hightech Gründungen in Deutschland 2006) Hightech-Gründungen in Deutschland: Trends und Entwicklungsperspektiven, Mannheim 2006 S. 20.

<sup>5</sup> Sellien R, Sellien von Gabler H., (Gabler Wirtschaftslexikon 1997), Gabler Wirtschaftslexikon A-K, S. 571.

Marktsituation analysiert, Aussagen über Marketing und Vertrieb getroffen, das Management, Personal und Organisation skizziert, Aussagen zu Kapitalbedarf und Finanzierungsalternativen getroffen und quantitative Überlegungen zum Vorhaben angestellt...“<sup>6</sup>

Wie bereits festgestellt, gibt es verschiedene Situationen in denen ein Businessplan erstellt wird. Er wird z. B. bei Unternehmensgründungen, bei der Einführung von Produkten oder zur Einleitung von Umstrukturierungsmaßnahmen erstellt. Nachdem bei den unterschiedlichen Situationen auch unterschiedliche Schwerpunkte im Businessplan zu setzen sind, soll sich diese Hausarbeit aus Gründen des Umfangs auf den Schwerpunkt Unternehmensgründung beschränken.

„Elemente des Business Plans

- I. Zusammenfassung, Executive Summary
- II. Produkt oder Dienstleistung
- III. Markt und Wettbewerb
- IV. Marketing und Vertrieb
- V. Geschäftsmodell, Geschäftssystem und Organisation
- VI. Unternehmerteam, Management, Personal
- VII. Realisierungsfahrplan
- VIII. Chancen und Risiken
- IX. Finanzplanung und Finanzierung
- X. Anhang“<sup>7</sup>

Im Folgenden werde ich auf die oben genannten Punkte eingehen und erläutern was hierbei zu beachten ist.

## **I. Executive Summary, Zusammenfassung**

„Investoren erhalten viele Geschäftspläne und haben einfach nicht die Zeit, jeden vollständig zu lesen. ...Er wird zehn bis maximal zwanzig Minuten Lesezeit investieren...Damit wird klar welche große Bedeutung die Zusammenfassung hat... Nach dem Lesen der Zusammenfassung muss klar sein, um welche Produkte und Märkte es geht, welche Kompetenz die Schlüsselpersonen haben, was die Sache den Investor kostet und was dabei herauspringt. ...“<sup>8</sup>

Der Executive Summary bzw. die Zusammenfassung ist eine Art Aushängeschild des Businessplans. Die folgenden Elemente erhalten keine völlig neuen Aussagen oder Konzepte, sondern unterstreichen nur die Zusammenfassung mit Details und Erläuterungen.

Der Executive Summary sollte am besten am Ende des Businessplans geschrieben werden, aber er sollte stets am Anfang des Geschäftsplans stehen.

Er sollte sich kurz fassen und nicht mehr als sieben und nicht weniger als zwei Seiten umfassen.

*„Never use a long word where a short one will do.“<sup>9</sup>*

<sup>6</sup> Sellien R, Sellien von Gabler H., (Gabler Wirtschaftslexikon 1997), Gabler Wirtschaftslexikon A-K, S. 571.

<sup>7</sup> Prof. Dr. Voight K., (Handbuch zur Businessplan-Erstellung), Handbuch zur Businessplan-Erstellung Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen., 6. überarbeitete Auflage, Nürnberg, S. o. J..

<sup>8</sup> Struck U., (Geschäftspläne 2001), Geschäftspläne, 3. Auflage, Stuttgart, 2001.

<sup>9</sup> George Orwell, Schriftsteller.

Hilfreich bei der Antwort auf die Frage welche Länge die Zusammenfassung haben sollte, ist die Vorstellung, dass man in einem Aufzug steht und von Stockwerk 3-18 fährt, und in der 5. Etage ein Investor einsteigt der bis zu 10. Etage will. Wie fasst man sich so kurz, dass man in 5 Etagen alles über seine Existenzgründung erzählen kann und den Kapitalgeber von dieser Idee überzeugt?

## II. Produkt oder Dienstleistung

Nachdem durch die Zusammenfassung Interesse beim Investor geweckt wurde, kommt dieser zum zweiten Punkt des Geschäftsplans. Auf einem guten Produkt oder Dienstleistung baut das ganze Unternehmen auf. Es ist sozusagen das Fundament der Existenzgründung.

„Deshalb ist es notwendig, dass Sie die herausragenden Produkteigenschaften, d.h. Ihre Alleinstellungsmerkmale (unique selling propositions) als auch Ihre Zusatzleistungen zu dem Produkt (Service) beschreiben.“<sup>10</sup>

Alleinstellungsmerkmale sind Leistungsmerkmale, die das Produkt deutlich vom Wettbewerber abgrenzen. Man muss ihn verteidigen können und er kann sich auf die Bereiche Zeit, Preis oder Qualität beziehen.

Zusatzleistungen sind Leistungen die mit dem Kernprodukt nur entfernt zu tun haben. Als Beispiel könnte man hier eine spezielle Garantie, einen speziellen Service, ein Finanzierungsangebot oder eine kostenlose Installation nennen.

## III. Markt und Wettbewerb

*„Wer sich nicht nach dem Markt richtet, wird vom Markt bestraft.“<sup>11</sup>*

Um einen Investor von einer Idee zu überzeugen, muss man ihm zeigen dass man den Zielmarkt, in den das Produkt platziert werden soll, sehr gut kennt und die eventuellen Wettbewerber analysiert hat.

Wer den Zielmarkt nicht genauestens analysiert hat, wird vom Markt durch entgangene Gewinne bestraft werden.

*„Ich glaube, der Weltmarkt hat Raum für fünf Computer - nicht mehr.“<sup>12</sup>*

Ein gutes Beispiel für Unkenntnis des Marktes und schlechte Zukunftseinschätzung war der damalige Weltmarktführer IBM.

oder auch Phillips *„Wer braucht eigentlich diese Silberscheide?“<sup>13</sup>* Durch diese Fehleinschätzung lies sich Phillips viel Geld an der Einführung der CD-ROM entgehen.

### Wie und warum wird der Zielmarkt bestimmt?

Eine Geschäftsidee wird fast nie bei allen potentiellen Kunden des Gesamtmarktes auf das gleiche Interesse stoßen. Dafür sind die Bedürfnisse zu unterschiedlich. Deshalb ist die Bestimmung eines definierten Zielmarktes erforderlich.

<sup>10</sup> Swetje G., Dr. Vaseghi S., (Der Businessplan 2004), Der Businessplan – Wie sie Kapitalgeber überzeugen, Heidelberg, 2004.

<sup>11</sup> Wilhelm Röpke (1899-1966), dt. Nationalökonom u. Soziologe.

<sup>12</sup> Thomas J. Watson, Vorstandsvorsitzender IBM, 1943.

<sup>13</sup> Jan Timmer, Phillips Vorstand, 1982.

Schritte zur Evaluierung des Zielmarktes:

- **Schritt 1:** Zuerst grenzt man den Gesamtmarkt für die Geschäftsidee ein und berechnet die Marktgröße. Wichtig hierbei sind die Anzahl der Kunden, die Anzahl der Mengeneinheit und der Gesamtumsatz in EUR. Wenn möglich sollte man auch die Marktentwicklung in den nächsten 5 Jahren einschätzen. Bei einem bestehenden Markt sind diese Daten relativ leicht zu ermitteln. Bei innovativen Produkten sieht das wiederum anders aus, hierzu ist es deshalb wichtig eine primäre Marktforschung durch z.B. Interviews oder Umfragen (schriftlich oder online) zu betreiben, da die Märkte oftmals noch nicht existent sind.
- **Schritt 2:** Im Folgenden sollte man jetzt den ermittelten Gesamtmarkt in Sparten bzw. Segmente untergliedern. Der Grund für diese Unterteilung besteht z. B. in der Marketingplanung, im unterschiedlichen Vertrieb aber auch im unterschiedlichen Gewinn, in der unterschiedlichen Konkurrenzsituation, usw. Wichtig bei der Segmentierung ist, dass sie effektiv, messbar (oder einschätzbar), zugänglich und so groß ist, dass es sich lohnt, sie zu erfassen.

„Zehn Beispiele für eine Marktsegmentierung“ <sup>14</sup>		
Variabel	Verbraucher	Industriell
Firmenaktivitäten	Nach Beruf	Nach Branchensektor
Größe	Familie, Haus	Mitarbeiter, Aktiva, Umsatz
Standort	Stadt, ländlich, Region	Region, Land
Ressourcen	Einkommensgruppen	Aktiva, Gewinne
Verhaltensweisen	Förderer, neutral	Risikoscheu, qualitäts-
Nutzervorteile	Spart Geld	Bewusst
Beziehungen	Vorhandener Käufer	Erhöht Effizienz
Kaufgewohnheiten	Impuls, regelm. Benutzer	Vorhandener Kunde
Finanzierung	Mietkauf	Zentralisiert, dezentralisiert
Treue	Häufiger Käufer	Leasing Nachbestellung

Nachdem der Gesamtmarkt in Segmente unterteilt ist, sind die wirtschaftlich attraktivsten für die Geschäftsidee auszuwählen. Kriterien wie Größe, Umsatz, Wachstum, Überlegenheit des Produktes, Nachhaltigkeit der Abgrenzung von dem Konkurrenten oder der eventuelle Gewinn können dabei helfen.

Wie das Produkt im Zielmarkt platziert wird, soll im folgenden Abschnitt Marketing und Vertrieb erläutert werden.

Nachdem der Markt analysiert und segmentiert ist, sollte man sich mit den Wettbewerbern auseinandersetzen. Hier kommt die Frage auf, ob innovative Produkte überhaupt Konkurrenten haben?

Dies soll an der oben geschilderten Situation von IBM/Personal Computern erklärt werden. Ausgehend vom Zielsegment „Büroangestellte, Sekretärinnen/Sekretär“ wird die Annahme getätigt, dass der Computer das Programm Word installiert hat mit dem Dokumente geschrieben und am Computer bearbeiten werden können. In seiner Sache ist der Computer innovativ. Er ist eine Neuerung, die es zuvor nicht gab.

Aber die Frage ist, besitzt er Konkurrenz? In diesem geschilderten Fall, besitzt er sie. Denn wie viele Unternehmen hätten damals umgerüstet, wenn der Computer nur

<sup>14</sup> Stutely R., (Der Professionelle Businessplan 2002), Financial Times Managementpraxis Der Professionelle Businessplan Ein Praxisleitfaden für Manager und Unternehmensgründer, München, 2002.

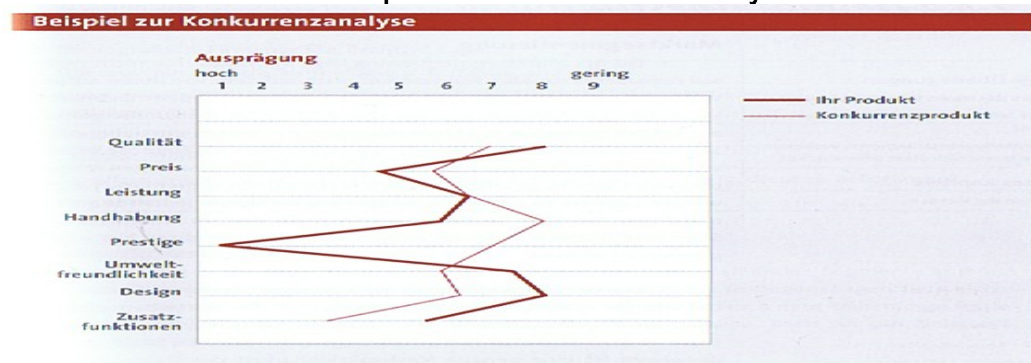
diesen einen Vorteil gehabt hätte, dass man den Text am Bildschirm sieht und ihn dort bearbeiten kann? Die Schreibmaschine war damals um ein vielfaches billiger. Ein weiteres Beispiel ist die CD sie hatte im Speichermedium Bereich die Diskette als Konkurrenten.

Wichtig bei innovativen Produkten ist es Substitute zu untersuchen, denn diese stellen oftmals ein Konkurrenzprodukt dar. Gute Möglichkeiten um sich mit dem Wettbewerber zu vergleichen sind die Konkurrenzanalyse und die SWOT Analyse.

- **Konkurrenzanalyse**

In der Konkurrenzanalyse bewerte man sich und den stärksten Konkurrenten anhand von bestimmten Kriterien wie Qualität, Preis usw. Die Kriterien sind frei wählbar, Sie sollten aber den Bedürfnissen an dem Produkt des Marktsegmentes in dem man sein Produkt platzieren will entsprechen.

### Beispiel für eine Konkurrenzanalyse<sup>15</sup>

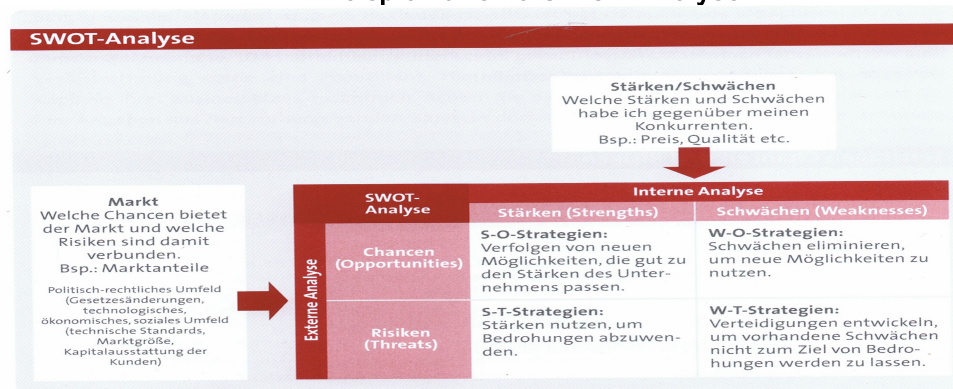


- **SWOT-Analyse (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)**

*„Eines der größten Märchen über Unternehmer ist, dass diese alle wagemutige Draufgänger seien, jeder vernünftige Mensch möchte Risiken vermeiden.“<sup>16</sup>*

Man muss Stärken und Schwächen seines Unternehmens kennen und Chancen und Risiken mit Vernunft beurteilen. Dies kann man am besten mit der sog. SWOT-Analyse. Hierbei beziehen sich die Stärken und Schwächen auf das eigene Unternehmen und die Chancen und Risiken auf die Marktsituation. Somit verbindet die SWOT-Analyse interne Fakten mit externen Einflüssen. Sie bietet dem Investor somit einen guten Überblick über die Situation in der sich das neue Produkt befindet.

### Beispiel für eine SWOT-Analyse<sup>17</sup>



<sup>15</sup> Prof. Dr. Voight K., (Handbuch zur Businessplan-Erstellung), Handbuch zur Businessplan-Erstellung Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen., 6. überarbeitete Auflage, Nürnberg, S. o. J..

<sup>16</sup> William A. Sahlmann, Professor (Harvard).

<sup>17</sup> Prof. Dr. Voight K., (Handbuch zur Businessplan-Erstellung), Handbuch zur Businessplan-Erstellung Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen., 6. überarbeitete Auflage, Nürnberg, S. o. J..

## IV. Marketing und Vertrieb

Nachdem in Punkt III der Markt ermittelt wurde und das Segment in dem das Produkt platziert werden soll, stellt sich nun die Frage, der Umsetzung.

*„Unsere Aufgabe ist es, dem Kunden zu geben..., wovon er noch nicht einmal im Traum wusste, dass er es haben wollte.“<sup>18</sup>*

Bei innovativen Produkten ist es ähnlich wie in der Mode: Sie sind beide nicht bekannt und am Anfang denkt man, man braucht es nicht. Nun muss ein Existenzgründer im Bereich Marketing und Vertrieb dem Investor zeigen, wie er ein Bedürfnis bei dem zukünftigen Kunden wecken will. Eine Faustregel für diesen Bereich gibt es nicht.

Ein zentraler Punkt des Marketing ist der Marketing Mix:

Produktpolitik: Ist ein Sortiment geplant? Wie soll die Qualität verbessert werden? Wie der Service? Wie soll im Laufe der Zeit das Produkt verbessert werden?

Preispolitik: Welche Rabattstaffelungen sind geplant? Welche Skonti Arten? Sind Kredite geplant? Welche Lieferungs- und Zahlungsbedingungen? Welcher Preis ist geplant? Wie staffelt sich der Preis bei Massenabnahme?

Kommunikationspolitik: (Corporate Design, Corporate Identity): Gestaltung der Produktinformationen (Corporate Design). Sehr wichtig bei innovativen Produkten ist die Planung der Bekanntmachung des Produktes. Wie soll dies ablaufen? Welche Medien (Fernsehen, Mailing, persönlicher Verkauf, Sponsoring, Events, Messen, Öffentlichkeitsarbeit) sollen genutzt werden (Corporate Identity)? Welche Verkaufsförderungsmaßnahmen sind geplant?  
(Kunden: Verkostung, Preisausschreiben, Musterprodukte  
Verkäufer: Schulung, Verkaufshilfen, Technikerläuterung,  
Handel, Schulung, Geschäftsausstattung, Lichtdesign, Mietzuschuss)

Distributionspolitik: Wie ist die Logistik geplant? Welche Verkehrsmittel? Wie soll die Haftung geregelt werden? In-Time-Produktion? Wie soll der Vertrieb gewählt werden? Wer soll Direktvertrieb übernehmen (Vermittler, Kommissionär, Fabrikverkauf, Internetshop, Katalogverkauf)? Wer soll den indirekten Vertrieb übernehmen (Groß- und Einzelhandel, Shop in Shop-System, Franchising)?

## V. Geschäftsmodell, Geschäftssystem und Organisation

- **Geschäftsmodell**

Ein Geschäftsmodell beschreibt die Wertschöpfungskette marktspezifisch. Es zeigt wo das unternehmensspezifische Geschäftssystem eingebettet werden kann.

Das Geschäftsmodell zeigt den ganzen Wertschöpfungsprozess in der Branche in der das Produkt eingebettet werden soll.

Beispiel einer vereinfacht dargestellten Wertschöpfungskette:

Betrachtet man einen Rohstoff, zum Beispiel Kohle:

1. Diese wird aus der Erde geholt und an ein Stahlwerk verkauft.

<sup>18</sup> Dewys Lasdon, Stardesigner.

2. Das Stahlwerk verfeuert die Kohle und stellt dafür Stahlstreben her. Diese werden an einen
3. Automobilzulieferer verkauft, der sie in ein Karosserie-Teil verarbeitet, welches an einen
4. Automobilhersteller verkauft und dort zu einem Auto verbaut wird.
5. Dieses Auto wird an einen Händler verkauft und landet schließlich beim
6. Verbraucher, in dem dieser das Auto kauft.

Dies war eine vereinfachte Darstellung eines Geschäftsmodells, ähnlich wie diese auch im Businessplan vorhanden sein sollte.

- **Geschäftssystem**

In diesem Punkt ist das Geschäftssystem der geplanten Existenzgründung zu beschreiben. Es sollte Punkte wie Forschung und Entwicklung, Produktion/Beschaffung, Marketing/Vertrieb und Service umfassen. Dies ist eine allgemeingültige Unterteilung, die aber von Branche zu Branche individuell angepasst werden muss.

Eine feste Faustregel für den Aufbau des Geschäftssystems gibt es nicht, aber es sollte logisch aufgebaut sein, alle Bereiche abdecken und sicherstellen, dass sämtliche Arbeitsschritte kostengünstig und koordiniert ablaufen können.

Unter kostengünstig ist zu verstehen, dass man bestimmte Bereiche des zu gründenden Unternehmens eventuell auch Auslagern sollte. Bei bestimmten Tätigkeiten ist es günstiger Fremdfirmen zu beauftragen und sich um das Kerngeschäft zu kümmern. Beispiele hierfür sind die Buchhaltung, Wartung von Kommunikationstechnik, Büroraumpflege usw.

Denkbar ist aber nicht nur die Auslagerung an Fremdfirmen sondern auch das Eingehen von Partnerschaften mit etablierten Unternehmen. Eine gute Partnerschaft basiert auf einer Win-Win-Situation, d.h. beide oder auch mehrere Unternehmen gewinnen ausschließlich an der Partnerschaft. Wichtig bei der Beachtung von Partnerschaften ist die vertragliche Regelung der Partnerschaft und zu welchem Zeitpunkt sich ein Unternehmen aus der Partnerschaft zurückziehen darf, denn wenn das Partnerunternehmen insolvent wird, ist es wichtig sich schnell von dem Partner lösen zu können.

- **Organisation**

Eine großartige Planung der Organisation bei der Neugründung von Firmen ist nicht erforderlich, solange es sich um eine kleine Anzahl von Mitarbeitern handelt. Eine kurze Aufzählung der Vorstände und der Mitarbeiter reicht hierbei aus. Die Stufen sollten so gering wie möglich gehalten werden, diese ergeben sich später ohnehin aus der Geschäftstätigkeit. Unter dem Punkt Organisation sollte man auch kurz auf die Unternehmenskultur eingehen, also welche Werte und Normen das Unternehmen vertreten soll.

Im weiteren Sinne gehören auch Vergütungs- und Anreizsysteme zur Unternehmenskultur. Mitarbeiterbeteiligungen wie z. B. Anteile am Unternehmen, Mitarbeiterdarlehen, stille Beteiligungen oder Aktienoptionen zeigen Investoren dass die gesetzten Ziele vom Vorstand bis zum Angestellten zielgerichtet verfolgt werden.

## **VI. Unternehmerteam, Management, Personal**

Unter diesem Punkt sollte das Führungsteam ausführlich dargestellt werden. Bei diesem Punkt zu bedenken, dass dem Anhang ein Lebenslauf beigelegt wird.

*„Ich investiere in Menschen, nicht in Ideen.“<sup>19</sup>*

Für den Investor ist an dieser Stelle entscheidend, welche Erfahrungen in dem Marktsegment in welchem das Unternehmen platziert werden soll, vorhanden sind, z.B. Ausbildung, Berufserfahrung und Referenzen. Wichtig ist aber auch die Fähigkeit ein Unternehmen auch kaufmännisch zu leiten. Wenn diese Kenntnisse nicht vorhanden sind, sollte die Einbeziehung von Beratern überdacht werden und dies auch im Businessplan dargestellt werden (z. B. Wirtschaftsprüfer, PR-Agenturen oder Unternehmensberater).

Unter diesem Punkt sollte Berücksichtigung finden welches Personal beschäftigt werden soll. Zur Kostenreduzierung sollte über 400€ Kräfte, Mini-Jobs oder auch Studenten nachgedacht werden. Gerade Studenten können ihr erlerntes Wissen direkt von der Universität/Fachhochschule mit einbringen und sind relativ kostengünstig.

## VII. Realisierungsfahrplan

Im Realisierungsfahrplan sollte dargestellt werden zu welchem Zeitpunkt die Schritte zur Existenzgründung gemacht werden (z. B. Entwicklung, Marketingmaßnahmen, Unternehmensgründung usw.).

Bei einem Realisierungsfahrplan für eine Existenzgründung ist eine realistische Planung nicht einfach.

*„Unternehmer haben Macken, sind Besessen und Querdenker, geben sich mit dem Status quo nicht zufrieden, brechen aus vorgegebenen Gestaltfigurationen aus.“<sup>20</sup>*

Gerade bei innovativen Ideen ergeben sich oft neue Einsatzbereiche, ungeahnte Kosten, usw. Hier ist es wichtig die Risiken zu minimieren und „vorsichtig zu planen“. Durch einen sorgfältigen Realisierungsfahrplan gewinnt der Unternehmer Glaubwürdigkeit beim Investor. Im Realisierungsplan sollte auch auf die Rechtsform des Unternehmens eingegangen werden, z. B. Einzelunternehmen, GbR, OHG, KG, GmbH, AG.

Es sollte auf das Produkt speziell eingegangen werden, z. B. „Wann ist die Fertigstellung?“, „Welche Entwicklungsschritte stehen noch bevor und sind wann ca. abgeschlossen?“ usw. Gerade bei der letzten Frage sollte beachtet werden, dass der Investor sein Risiko niedrig halten will und oft nicht über das gleiche technische Wissen wie der Unternehmer verfügt, deshalb sollte die Erläuterung anschaulich und leicht verständlich sein.

## VIII. Chancen und Risiken

In diesem Punkt des Businessplans sollte nicht noch einmal die SWOT-Analyse abgebildet werden, sondern noch einmal die 3-5 deutlichsten Stärken und die 3-5 deutlichsten Schwächen des Unternehmens abgebildet und ausführlicher erläutert werden.

Anschließend sollte auf das Markt und Wettbewerb Kapitel verwiesen werden, indem die ausführliche Stärken- und Schwächen- / Chancen- und Risiken-Analyse im Vergleich zur stärksten Konkurrenz dargestellt wird.

In diesem Punkt sollten auch alternative Planungsszenarien dargestellt werden, d.h. wenn sich die Stärken verringern oder Schwächen verstärken, wie wird dann weiter

<sup>19</sup> Eugen Kleiner, Venture Capitalist.

<sup>20</sup> Günter Faltin und Jürgen Zimmer, Professoren der Freien Universität Berlin.

verfahren.

## IX. Finanzplanung und Finanzierung

An dieser Stelle wird kurz die Finanzplanung für Existenzgründer erläutert. Wegen der Wichtigkeit des Punktes „Finanzierungsquellen für Existenzgründer“ wird dieser Punkt in Punkt 4 dieser Arbeit ausführlich behandelt.

Unter dem Punkt Finanzplanung sollte die Art und Höhe des Finanzierungswunsches dargestellt und dies wird mit betriebswirtschaftlichen Zahlen untermauert. Dies überzeugt Kapitalgeber und Investoren von der unternehmerischen Fähigkeit einen Mehrwert für alle Parteien zu erwirtschaften.

Meist sind bei Existenzgründern die nötigen Erfahrungen in der Finanzplanung nicht vorhanden, deshalb ist es wichtig schon frühzeitig Wirtschaftsprüfer und Steuerberater mit ins Team einzubeziehen bzw. einen geeigneten Partner zu finden. Die Finanzplanung sollte für die ersten 5 Jahre aufgestellt werden.

Folgende Punkte sollte die Finanzplanung umfassen:

- **Personalkosten**

Zu berechnen sind hierbei die Kosten für das benötigte Personal. Zu berücksichtigen sind hierbei aber auch Personalnebenkosten und deren eventuelle Entwicklung (z.B. Tarifsteigerungen, Überstundenvergütungen, evtl. Erfolgsbeteiligungen und Personalzusatzkosten wie Sozialversicherung, Berufsgenossenschaft, Ausfallzeiten, Altersversorgung und Fahrtkostenzuschüsse).

- **Investitionskosten**

Unter diesem Punkt sind die Investitionen, Abschreibungen und Restbuchwerte darzustellen. Investitionen sind alle Güter die für das Geschäft angeschafft werden und mindestens für zwei Jahre genutzt werden.

- **Liquiditätsplanung**

Auch rentable Unternehmen können Probleme mit der Liquidität bekommen. Sobald Kunden ihre Rechnungen nicht mehr zahlen können, kann dies auch an dem eigenen Unternehmen „kratzen“. Deshalb gilt der Grundsatz: Erst Liquidität dann Rentabilität! Deshalb sollte die Liquidität sicher geplant werden. Für die ersten 12 Monate sollten monatliche Ein- und Auszahlungen aufgestellt werden. Für die folgenden Jahre kann in Quartalen bzw. Jahreszahlen gerechnet werden. Einzuplanen sind immer eventuelle Zahlungsverzögerungen, wie z. B. Saisonschwankungen, Urlaubszeiten und eventuell nicht genutzte Skonti. Es sollte hierbei auch eine Reserve berücksichtigt werden. Dies kann nicht genutztes Kapital sein oder ein Kontokorrentkredit der Hausbank.

- **Gewinn und Verlustrechnung**

„Die Gewinn- und Verlustrechnung weist durch die Gegenüberstellung der Aufwendungen und Erträge in Staffelform den Periodenerfolg aus. Deshalb bezeichnet man sie auch als Erfolgsrechnung.“<sup>21</sup>

Erträge sind z. B. Einnahmen aus Verkauf, Vermietung oder Verpachtung der angebotenen Produkte oder Dienstleistungen im Rahmen der normalen Geschäftstätigkeit.

Aufwendungen sind z.B. Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe sowie für

---

<sup>21</sup> Prof. Dr. Jung H., (Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2004), 9. überarbeitete Auflage, München, 2004.

bezogene Waren und Dienstleistungen.

Im Businessplan sind drei verschiedene Erfolge zu ermitteln.

- 1) Der operative Erfolg, er umfasst alle Erträge und Aufwendungen der Unternehmertätigkeit
- 2) der Finanzerfolg, er beinhaltet alle Zinsen und ähnliche Aufwendungen und Erträge
- 3) der außerordentliche Erfolg, in dem außerordentliche und betriebsfremde Aufwendungen und Erträge enthalten sind.

- **Planbilanz**

Die Planbilanz ist zu jedem Jahresende für die ersten fünf Jahre zu planen. Eine Bilanz stellt auf der Aktivseite das Vermögen dar. Aufgeteilt in Anlagevermögen, welches alle Vermögensgegenstände umfasst die länger dem Betriebszweck dienen und Umlaufvermögen, welches alle Vermögenswerte umfasst, die nicht dauernd dem Geschäftsbetrieb dienen. Auf der Passivseite der Bilanz sind die Vermögensquellen aufgelistet, welche unterteilt sind in Eigenkapital und Fremdkapital.

- **Cash-Flow**

Der Cash-Flow dient als wichtigster Indikator um die Zahlungskraft bzw. die finanzielle Gesundheit eines Unternehmens zu ermitteln und ermöglicht die Beurteilung des Innenfinanzierungspotentials.

„... kann der Cashflow als die Summe aus dem Jahresüberschuss, den Erhöhungen und den Abschreibungen gesehen werden. Diese Definition wird auch als Netto-Cash-Flow bezeichnet.“<sup>22</sup>

Der Cash-Flow kann auf zwei Wegen aus der vorherigen Planung ermittelt werden.

- 1) Aus der Liquiditätsplanung ist der Cash-Flow der Saldo der Ein- und Auszahlungen ohne die Veränderung der Finanzmittel.
- 2) In der Gewinn- und Verlustrechnung wird der Cashflow aus dem Jahresüberschuss / -fehlbetrag zuzüglich der Abschreibungen und dem Saldo aus Anlageabgängen abzüglich Sachinvestitionen errechnet.

## **X. Anhang**

Der Anhang sollte Lebensläufe des Managements enthalten, Nebenrechnungen, Patentinformationen und eventuelle Organisationsdarstellungen.

### **3.3 Wichtige Punkte bei der Erstellung eines Businessplans**

Ein Businessplan legt die Chancen und Risiken einer Geschäftstätigkeit umfassend, realistisch und gleichzeitig übersichtlich dar. Bei der Erstellung eines Businessplans gibt es aber noch weitere wichtige Details die man formell beachten sollte.

Im Folgenden soll hierfür eine Übersicht gegeben werden, die nicht nur die Wichtigkeit der Struktur aufzeigt, sondern dass auch noch weitere Aspekte in die Beurteilung des Empfängers des Businessplans mit einfließen.

#### **1. Aktualität**

Die noch zu Beginn der Erstellung eines Businessplans aktuellen Daten, können gegen Ende des Erstellungszeitraums bereits überholt sein. Hierbei ist es wichtig zu bedenken, dass die Erstellung des Geschäftsplans mehrere Monate in Anspruch

---

<sup>22</sup> Prof. Dr. Jung H., (Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2004), 9. überarbeitete Auflage, München, 2004.

nehmen kann und deshalb am Ende überprüft werden sollte, ob das gesammelte Datenmaterial noch aktuell ist.

## **2. Umfang**

Der Umfang eines Businessplans sollte ca. 35 Seiten betragen (+-5 Seiten). Hierbei ist auch zu beachten, dass eine Überfülle an Analyse- und Datenmaterial nicht sinnvoll ist. Es ist anzuraten, klare Antworten auf die etwaigen Fragen des Empfängers zu geben und sich dabei im Datenmaterial auf das Wesentliche zu konzentrieren.

## **3. Objektivität**

Trotz der subjektiven Einstellung zu seinem eigenen Projekt, sollte bei der Erarbeitung des Geschäftsplans eine objektive Stellungnahme zu dem Projekt angefertigt werden. Ein Businessplan soll keine Werbung für das Projekt sein. Dies erzeugt nur Argwohn, Skepsis und Voreingenommenheit. Es sollte aber auch im Gegenzug kein Fehler von der Vergangenheit aufgerollt werden, ohne hierzu eine handfeste Lösung zu bieten.

## **4. Klarheit**

Der Adressat des Geschäftsplans ist nicht immer ein Experte seines Faches. Gerade bei innovativen Neugründungen ist zu beachten, die Idee sehr klar darzustellen. Zeichnungen, Fotografien und Computermodelle stellen ein kompliziertes Thema für den Laien besser dar.

## **5. Homogenität**

Wenn bei einer Existenzgründung mehrere Personen beteiligt sind und alle an dem Businessplan arbeiten, ist es von Bedeutung, dass am Ende die einzelnen Teile des Plans auch zusammenpassen. Dies kann durch den Einsatz von Korrekturlesern gewährleistet werden.

## **6. Optisch ansprechend**

Der Businessplan ist das Aushängeschild der zukünftigen Firma. Bei Existenzgründungen kennen die Investoren und Partner meist nur den Firmenneugründer als Person und haben daneben nur noch den Businessplan vorliegen. Deshalb sollte der Businessplan optisch ansprechend gestaltet sein. Dies bedeutet, dass etwaige Logos aufgedruckt werden sollen, auf die feste Verwendung von Schrifttypen geachtet werden sollte und nur hochwertiges Papier zum Einsatz kommt damit eine gewisse Seriosität ausgedrückt wird.

## **7. Dem Leitfaden folgen**

Am Anfang der Planungsphase sollte ein „roter Faden“ erstellt werden, dem bei der Produktion des Geschäftsplanes gefolgt wird. Hierbei ist die Gefahr geringer, sich in Einzelanalysen zu verlieren. Das Projekt wird hierbei besser als Gesamtes gesehen. Es empfiehlt sich auch das permanente Nachlesen des gesamten Planes, um einen festen Zusammenhang zu behalten.

## **8. Querleser**

Bei der Erstellung sollte darauf Acht gegeben werden, dass es bei manchen Investoren nicht unüblich ist, dass diese an einem Tag mehrere Businesspläne beurteilen müssen. Hierzu zählen z. B. kleinere Banken. Deshalb sollte auch Querleser Aufmerksamkeit bekommen und das Executive Summary kurz und prägnant ausfallen sowie die Chancen und Risiken klar dargestellt werden. Der Kundennutzen, das Renditepotential und das Geschäftsziel sollten hierbei immer im Auge behalten werden.

# **4. Finanzquellen für Hightech Gründungen**

## 4.1 Eigenkapital

In den allermeisten Fällen kann bei einer Gründung das Unternehmerteam nur einen Bruchteil der benötigten Mittel stellen. Durch den Einsatz von Eigenkapital kann der zukünftige Unternehmer den Investoren deutlich machen, wie wichtig es ihm ist die Idee in die Tat umzusetzen. Bei der Eingabe von Eigenkapital sollte darauf geachtet werden, dass man die Lebenshaltungskosten berücksichtigt, denn diese werden weiterhin auch als Unternehmer bestehen.

Beispiele für Eigenkapitalquellen: Eigene Ersparnisse, Barvermögen, Bankguthaben, Wertpapiere, Fonds, Bausparverträge, Haus- und Grundbesitz, Lebensversicherung, Sacheinlagen wie Büroausstattung usw.

## 4.2 Fremdkapital

### 4.2.1. Banken

Banken sind der erste Anlaufpunkt bei der Finanzierung. Sie bieten Darlehen für die Existenzgründung oder auch die Eröffnung eines Geschäftskontos an. Die Banken bieten auch Beratungen für Existenzgründer an. Bei der Entscheidung welche Bank die richtige ist, sollte auch nach anderen Maßstäben, wie z. B. der Höhe der zu zahlenden Zinsen getroffen werden. Zu beachten sind auch die Beratungsleistungen die verschiedene Banken anbieten, z.B. Gründerservice, E-Commerce Beratung<sup>23</sup>, Businessplanberatung, usw.

Als Finanzquellen bieten Banken folgende Darlehensformen an:

- Mittel oder langfristige Darlehen: Fremdkapital wird dem Unternehmer unter unterschiedlicher zeitlicher Perspektive zur Verfügung gestellt. Mittel- oder langfristige Kredite sind zur Finanzierung von Anlagevermögen gedacht (z.B. Maschinen, Gebäuden, Grundstücke, usw.). Als Jungunternehmer sind meist Sicherheiten zu erbringen. Dies kann z.B. eine Bürgschaft, privater Personen sein.
- Kontokorrentkredite: Sie stellen eine kurzfristige Finanzierungsform dar. Ein Kontokorrentkredit ist z. B. das ins „Minus gehen“ auf dem Konto. Die Zinsen für die Form der Finanzierung liegen normalerweise weit über den Kosten für einen mittel- oder langfristigen Kredit. Ein Vorteil des Kontokorrentkredites ist, dass die Zinsen nur für den Teil zu bezahlen sind, der in Anspruch genommen wurde und keine zusätzlichen Bearbeitungsgebühren anfallen.

### 4.2.2. Bund, Länder und Kommunen

Seit vielen Jahrzehnten verfolgen Bund und Länder mit einer Vielzahl von Förderprogrammen das Ziel, Finanzierungshemmnisse von Existenzgründern zu mindern und so erfolgreich Gründungen zu fördern. Es wird gegenwärtig eine Vielzahl von Programmen zur Verfügung gestellt, weit über 900. Da sich die Programme von Region zu Region von Branche zu Branche unterscheiden, kann hier nicht explizit auf die Programme eingegangen werden. Im Folgenden werden einige Interessante Internetseiten zu dem Thema aufgezählt:

- Risikokapital: Für die meisten Gründer besteht die Schwierigkeit genügend Eigenkapital zu akquirieren. Eine ausreichende Basis an haftendem Kapital ist jedoch für die Beschaffung von Fremdkapital notwendig. Quellen für Risikokapital:

Hightech Gründerfonds: <http://www.high-tech-gruenderfonds.de/htgf/>

<sup>23</sup> [http://www.sparkasse.de/firmenkunden/K\\_e-commerce/index.html](http://www.sparkasse.de/firmenkunden/K_e-commerce/index.html)

ERP Startfonds: <http://www.foerderdatenbank.de/Foerder-DB/Navigation/Foerderrecherche/suche.html?get=4baa65c40b6f73ec0d7eb4116c3f1167;views=document&doc=9061>

EXIST: <http://www.exist.de/>

Eine sehr gute Zusammenfassung der wichtigsten Förderprogramme findet sich unter: <http://www.foerderdatenbank.de/>

#### 4.2.3. Bundesagentur für Arbeit

- Die Bundesagentur fördert die Gründung durch den so genannten Gründerzuschuss.

„Förderungsfähig ist man wenn:

- ein Anspruch auf Entgeltersatzleistungen nach dem Sozialgesetzbuch III vorliegt
- oder man in einer Arbeitsbeschaffungsmaßnahme nach dem Sozialgesetzbuch III beschäftigt war.

Bei Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit muss ein Restanspruch auf Arbeitslosengeld von 90 Tagen vorliegen.<sup>24</sup>

Höhe und Dauer: Der Zuschuss wird 9 Monate in Höhe des Arbeitslosengeldanspruches + 300€ zur monatlichen sozialen Absicherung bezahlt. Zusätzlich können für weitere 6 Monate 300€/Monat gewährt werden.

- Gründerseminar: Arbeitslose können zur Vorbereitung an einem entsprechenden Seminar teilnehmen
- Europäischer Sozialfonds: „Bei Bezug von Überbrückungsgeld, eines Existenzgründerzuschusses oder eines Gründungszuschusses, kann die selbstständige Tätigkeit im ersten Jahr nach der Gründung durch ein Coaching begleitet werden.“<sup>24</sup>

Hier empfiehlt es sich einen Termin für ein Beratungsgespräch beim Arbeitsamt zu vereinbaren, um eventuelle Details nicht zu übersehen.

#### 4.2.4. Business Angels

Business Angel sind vermögende Privatpersonen die durch ihr Kapital junge Unternehmer unterstützen. Zudem bieten sie Management-Know-how und gute Branchenkontakte. Sie sitzen meist im Aufsichtsrat oder im Beirat des zu gründenden Unternehmens. Ein Business Angel ist somit ein guter Partner für den Aufbau eines Unternehmens.

Kontakte und Netzwerke zu den Business Angels findet sich unter: <http://www.business-angels.de/>.

#### 4.2.5. Venture Capitalists

Auf Deutsch heißen sie auch Wagniskapitalgeber oder auch Chancenkapitalgeber. Venture Kapitalgeber steigen bei jungen Technologie-Unternehmen ein, bei denen sie sich eine Wertsteigerungsrate von 25-60% versprechen. Ihre Einlagesumme liegt meist deutlich über 500.000€. Sie bieten ähnlich wie der Business Angel Kontakte, dafür erhalten die Venture-Kapitalgeber ein Mitspracherecht bei wichtigen Entscheidungen wie Investitionen oder beim Besetzen von Geschäftsführerpositionen. Der Wagniskapitalgeber strebt einen so genannten „Exit“ nach mehreren Jahren an. Der Ausstieg erfolgt normalerweise über den Börsengang oder über den Verkauf an eine andere Firma. Die Partnerschaft ist somit zeitlich begrenzt. Es ist auch keine Seltenheit, dass der Gründer seine Anteile mit verkaufen muss.

<sup>24</sup> Hinweise zur Existenzgründung, Bundesagentur für Arbeit, Flyer, August 2006.

Nähere Informationen unter: <http://www.venture-capital-finanzierung.de/>

### 4.3. Sonstige

#### 4.3.1. Mezzanine Kapital

Mezzanine Kapital ist eine Mischform von Eigen- und Fremdkapital. Hierbei werden den Unternehmen wie bei anderen Fremdfinanzierungsarten Eigenkapital zugeführt, aber die Kapitalgeber erhalten kein Stimmrecht. Es kann insbesondere in Form von Darlehen, Genussscheinen und stillen Beteiligungen vergeben werden. Die Investoren - in der Regel Private-Equity-Gesellschaften und Banken- setzen bei der Vergabe weniger auf Sicherheiten und Bürgschaften sondern mehr auf den zukünftigen Unternehmenserfolg. Zielgruppe der Investoren sind vor allem Unternehmen mit einem hohen Finanzbedarf, wie er beispielsweise bei Management-Buy-outs und Expansionsfinanzierungen (z. B. Erweiterungen von Produktionskapazitäten, Erschließung neuer Märkte usw.) besteht. Die Vergabe ist wie bei einem Kredit zeitlich befristet.

#### 4.3.2. Gründerwettbewerbe

Es gibt bundesweit zahlreiche Gründerwettbewerbe bzw. Businessplanwettbewerbe. Diese bieten potentiellen Gründern die Möglichkeit, unter Hilfestellung der Wettbewerbsausrichter aus ihren innovativen Geschäftsideen tragfähige Geschäftskonzepte aufzustellen, Kontakte zu entwickeln und potentielle Partner kennen zu lernen. Zudem erhalten die Gewinner meist ein Preisgeld.

#### 4.3.3. Lieferantenkredite

Der Lieferantenkredit ist eine problemlose aber teure Form der Finanzierung. Die Zahlung von Ware und Dienstleistungen fällt nicht sofort an sondern erst Wochen später. Somit kann die Ware gleich genutzt werden und eventuell auch schon weiterverkauft werden. Mit den Einnahmen aus dem Verkauf werden somit die Lieferanten bezahlt. Nachteil dieser Finanzierungsform sind die hohen Kosten, denn durch die späte Zahlung verspielt man das Skonto und muss zusätzlich noch einen Zins bezahlen. Somit ist diese Art der Finanzierung in den meisten Fällen nicht zu empfehlen.

#### 4.3.4. Family, Friends and Fools

„Bei der Finanzierung einer Unternehmensgründung kommt in den meisten Fällen in der allerersten Phase das Kapital von den Gründern selbst oder den *drei F's* Family, Friends und Fools - Verwandten, Freunden und risikoliebenden Verrückten - werden angepumpt. Dieses Kapital dient dann dafür, die Idee so weit auszubauen und zu verwirklichen, dass man den Venture Capitalists, den Risikokapitalgebern den ausgearbeiteten Businessplan vorlegen kann.“<sup>25</sup> Grundsätzlich ist von dieser Finanzierungsform abzuraten, denn bei Problemen mit der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens, reißt man die Familie und Freunde mit in die Krise. Dadurch können die sozialen Kontakte, die gerade in dieser Zeit wichtig sind, verloren gehen.

#### 4.3.5. Industrie- und Handelskammer

Von der Industrie- und Handelskammer erhält der Unternehmensgründer nicht direkt finanzielle Mittel, jedoch bietet die IHK kostenlose Serviceleistungen wie z. B. Hilfe beim Erstellen des Geschäftskonzepts, Hilfe beim Fertigen des Businessplans usw. an.

Weitere Informationen unter: [www.ihk.de](http://www.ihk.de)

## 5 Bedeutung des Businessplans für

<sup>25</sup> [http://www.g26.ch/politik\\_02.html](http://www.g26.ch/politik_02.html) .

## 5.1. Investoren / Partnerschaften

Häufig ist die erste Hürde, die es bei der Unternehmensgründung zu überwinden gilt, die Akquisition von Startkapital. Der Businessplan ist die Visitenkarte im Wirtschaftsleben. Er erleichtert das Knüpfen neuer Kontakte und zeigt den Investoren und den Partnern die Strategie, mit der aus einer Idee ein Unternehmen gegründet oder erweitert werden soll. Der Businessplan schildert detailliert das unternehmerische Gesamtkonzept. Er beschreibt das wirtschaftliche Umfeld, die gesetzten Ziele und die aufzuwendenden Mittel. Der aus Amerika importierte Businessplan, gilt auch längst schon in Deutschland zum „guten Ton“, insbesondere im Umgang mit Kapitalgebern. Investoren fördern in der Regel nur Projekte, denen ein fundierter Geschäftsplan zu Grunde liegt.

## 5.2. Unternehmer selbst

Ein Businessplan öffnet Türen – nicht nur als Argumentationsgrundlage gegenüber Kapitalgebern spielt der Businessplan eine entscheidende Rolle. Richtig abgefasst und eingesetzt, wird der Businessplan zum Schlüsseldokument für die Beurteilung und Steuerung der gesamten Geschäftstätigkeit. Der Businessplan zwingt den Gründer, seine Geschäftsidee systematisch zu durchdenken, deckt Wissenslücken auf, verlangt Entscheidungen und fordert strukturiertes und fokussiertes Vorgehen. Diese klare Analyse der aktuellen Situation fördert die gesamte geschäftliche Effektivität und dient als Leitfaden. An Ihm kann man sich orientieren und überprüfen, inwieweit das gesetzte Ziel erreicht wurde.

## 5.3. Hightech Gründungen

Gerade bei Hightech Gründungen ist der Businessplan besonders wichtig. Denn diese sind:

- Kapitalintensiv
- Betreten meist einen unbekannt Markt
- Und verschlingen hohe Entwicklungskosten

Nur durch einen gut ausgearbeiteten Businessplan kann der Kapitalgeber das Risiko seiner Investition abschätzen und minimieren.

Somit ist gerade in dem Segment der Hightech Gründungen der Businessplan unabdingbar.

## Literaturverzeichnis

DIHK, (Hrsg.) Gründerreport 2007, Berlin 2007.

Prof. Dr. Fabel O., Weber T., (ZEW Gründerreport 2006) ZEW Gründerreport Aktuelle Forschungsberichte zu Unternehmensgründungen, 6. Jahrgang 2006; Nr. 2.

Prof. Dr. Sternberg R., Dr. Brixy U., Hundt C., (Global Entrepreneurship Monitor 2007), Global Entrepreneurship Monitor Unternehmensgründungen im weltweiten Vergleich Länderbericht 2006, Hannover, Nürnberg 2007.

Sellien R, Sellien von Gabler H., (Gabler Wirtschaftslexikon 1997), Gabler Wirtschaftslexikon A-K.

Niefert M., Metzger G., Heger D., Licht G., (Hightech Gründungen in Deutschland 2006) Hightech-Gründungen in Deutschland: Trends und Entwicklungsperspektiven, Mannheim 2006.

Prof. Dr. Voight K., (Handbuch zur Businessplan-Erstellung), Handbuch zur Businessplan-Erstellung Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen., 6. überarbeitete Auflage, Nürnberg.

Struck U., (Geschäftspläne 2001), Geschäftspläne, 3. Auflage, Stuttgart, 2001.

Swetje G., Dr. Vaseghi S., (Der Businessplan 2004), Der Businessplan – Wie sie Kapitalgeber überzeugen, Heidelberg, 2004.

Stutely R., (Der Professionelle Businessplan 2002), Financial Times Managementpraxis Der Professionelle Businessplan Ein Praxisleitfaden für Manager und Unternehmensgründer, München, 2002.

Prof. Dr. Jung H., (Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2004), 9. überarbeitete Auflage, München, 2004.

Hinweise zur Existenzgründung, Bundesagentur für Arbeit, Flyer, August 2006.