

GRÜNDUNGSHANDBUCH

DER BAUKASTEN FÜR DEIN BUSINESS

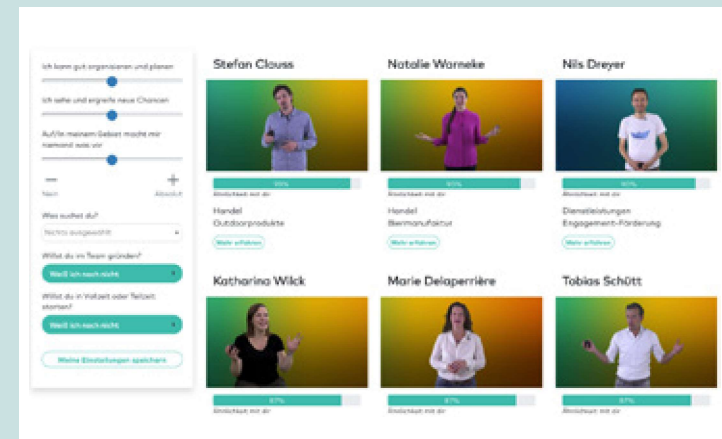


GRÜNDEN MIT DER GRÜNDERPLATTFORM – INSPIRIEREND, DIGITAL, NAH

Für den Start ins eigene Business steht in Deutschland allen Gründungswilligen kostenfrei die Gründerplattform zur Verfügung. Mit ihren interaktiven Tools zu den wichtigsten Stationen jeder Gründung – Idee erarbeiten, Geschäftsmodell entwickeln, Businessplan erstellen, Förderung/Finanzierung und Formalitäten – begleitet dich die Gründerplattform digital mit einem standardisierten Gründungsprozess. Das Vorgehen passt genauso zum Laden von nebenan wie zum Fintech-Startup, wenn es darum geht, ideal vorbereitet zu sein.

Im Mittelpunkt steht das Lernen von erfolgreichen Vorbildern: In zahlreichen Videos beschreiben Unternehmerinnen und Unternehmer, wie sie den Start geschafft haben. Auch ihre Geschäftsmodelle oder Businesspläne sind sichtbar.

Alle zentralen Akteure der Gründungsunterstützung – ob Kammern, Landesförderinstitute, Bürgschaftsbanken oder Kreditinstitute – sind mit ihren Angeboten auf der Plattform vertreten. Du kannst über die Plattform direkt den Kontakt zu passenden Partnern in deiner Region aufnehmen. Die von Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und KfW ins Leben gerufene, kostenfreie Gründerplattform dient einem einzigen großen Ziel: dich bei allen entscheidenden Phasen der Gründungsvorbereitung zu unterstützen und Gründungen sowohl einfacher als auch sicherer zu machen.



Du suchst Inspirationen, Anleitungen und Vorlagen für deine Gründung?

Dann lass dich von über 50 echten Gründungsgeschichten in den Bann ziehen. Finde das Unternehmen, das zu deiner Idee passt, und erfahre mehr über spannende Geschäftsideen und -modelle oder lies echte Businesspläne.

WERDE MITGLIED

1 DIE GESCHÄFTSIDE

3 verschiedene Typen von Geschäftsideen	5–6
4 Schritte zur richtigen Geschäftsidee	7

2 DAS GESCHÄFTSMODELL

Vorteile des Geschäftsmodells	10
Die 4 Säulen des Geschäftsmodells	11–12

3 DIE RECHTSFORM

Kapitalgesellschaft oder Personengesellschaft?	15
Die 3 beliebtesten Rechtsformen	16

4 DER BUSINESSPLAN

Businessplan – der Textteil	19–20
Businessplan – der Zahlenteil	21
Tipps für deinen überzeugenden Businessplan	22

5 DIE FINANZIERUNG & FÖRDERUNG

Welche Finanzierungsformen gibt es?	24–25
Die passende Finanzierungsform auswählen	26
Die Hausbank – ein wichtiger Partner*innen bei der Gründung	26

6 DER VERTRIEB

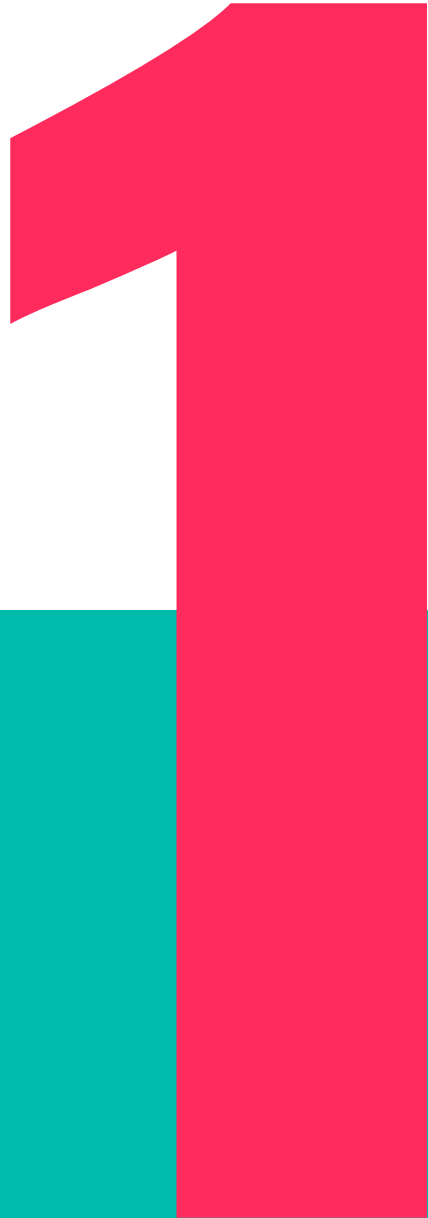
Zielkundendefinition & Nutzenversprechen	29
Vertriebsformen	30
Kommunikation mit dem/der Kund*in	31
Tipps für erfolgreichen Kundenstammaufbau	32–33

7 DAS TEAM

Im Team gründen	35
Mitarbeiter*innen einstellen	36
Unternehmenswerte	37
Fachkräfte finden	38–39

8 DIE BÜROKRATIE

Die Bedeutung der Rechtsform	41
Deine To-do's	42
Der eigenen Motivation folgen	43
Impressum	44



DIE GESCHÄFTSIDE

**EINE IDEE IST NUR EINE IDEE.
WANN UND WIE DU SIE ANGEHST,
BESTIMMT, WAS DARAUS WIRD.**

– Justin Mateen, Co-Gründer von Tinder –

Am Anfang jeder Gründungsgeschichte steht die Geschäftsidee. Sie zieht dich in ihren Bann, verleiht dir die nötige Leidenschaft und den unbändigen Willen, für das eigene Unternehmen alles zu geben.

Doch viele angehende Gründer*innen verwechseln einen guten Einfall mit einer ausgeklügelten Geschäftsidee. Aber wo genau liegt der Unterschied? Und wie gelingt dir der erste Durchbruch in deiner Unternehmensgeschichte?

DREI VERSCHIEDENE TYPEN VON GESCHÄFTSIDEEN

Du kannst noch so überzeugt von deiner Idee sein – entspricht diese nicht der aktuellen Marktlage und den Bedürfnissen der Käuferschaft, wird es dein Unternehmen schwer haben. Denn Geld geben Kund*innen in der Regel nur für Produkte oder Dienstleistungen aus, die sie ihrer Ansicht nach **unbedingt** brauchen. Jede Geschäftsidee basiert deshalb auf einer der folgenden drei Varianten:

1. DIE BEWÄHRTE GESCHÄFTSIDEE

Nicht jede*r Gründer*innen kann die Welt neu erfinden – und das ist auch nicht nötig. Doch wer sich mit einer Idee in bereits befahrene Gewässer begibt, sollte sich trotzdem einige Fragen stellen, um später nicht unterzugehen.

- **Besteht eine Unterversorgung oder ist der von mir angestrebte Markt bereits übersättigt?**
- **Wie kann ich mich gegenüber meinen Wettbewerber*innen durchsetzen?**
- **Was macht mich und mein Unternehmen einzigartig?**

2. DIE VERBESSERTE GESCHÄFTSIDEE

Die minimale Veränderung einer bereits umgesetzten Geschäftsidee kann ausreichen, um ein erfolgreiches Unternehmen zu gründen. Aber auch um ein bestehendes Angebot zu verbessern, solltest du dir einige Fragen stellen:

- **Welches Problem wurde noch nicht ausreichend gelöst und wie kann ich es besser anpacken als andere?**
- **Was kann ich weglassen, hinzufügen oder abwandeln, um eine bessere Lösung zu finden?**
- **Ist meine Lösung so viel besser, dass Kund*innen eher mein Produkt kaufen würden?**

Die Verbesserung sollte sich immer auf den Kundennutzen beziehen. Deshalb sind Marktanalysen und Statistiken hier essenziell.

3. DIE NEUE GESCHÄFTSIDE


Willkommen in der Königsklasse, in die sich kaum ein*e Gründer*in wagt. Neue Geschäftsideen sind immer zeitaufwendiger und riskanter als bereits bestehende oder umgewandelte Ideen. Denn hier ist zu Beginn noch unklar, wie die Innovation bei der Zielgruppe ankommt, ob sie technisch umsetzbar ist und ob dafür ein Patent angemeldet werden kann.

Gelingt jedoch der Durchbruch, kannst du dich schnell auf dem Markt behaupten oder gar zum Unicorn werden. Diese Fragen solltest du dir besonders als innovationsfreudige*r Gründer*in stellen:

- **Welches Problem löse ich, für das es bisher noch keine Lösung gibt?**
- **Gibt es einen Markt für meinen Problemlöser?**
- **Suchen potenzielle Kund*innen überhaupt nach einer Lösung?**
- **Warum gibt es noch keine Lösung?**



Kernfähigkeiten
Was kannst du gut?

Noch 140 Zeichen 

Du hast eine grobe Idee im Kopf und möchtest sie gern besser strukturieren? Dann nutze das kostenlose Tool der Gründerplattform und gib deinen Gedanken Ordnung.

ZUM TOOL

4 SCHRITTE ZUR RICHTIGEN GESCHÄFTSIDE

Nachdem geklärt ist, was überhaupt hinter einer Geschäftsidee steckt, geht es jetzt an die Ideenfindung. Und die gelingt meist mittels einer Mischung aus gängigen Methoden aus der Kreativbranche und ersten Marktanalysen.

1. BRAINSTORMING

Einfälle sind da, um festgehalten zu werden – analog oder digital, zeichnerisch oder schriftlich. Mind Maps, digitale Pläne oder einfach ein weißes Blatt Papier und ein Stift erwecken die ersten Ideen zum Leben.

2. DIE UMGEBUNG ANALYSIEREN

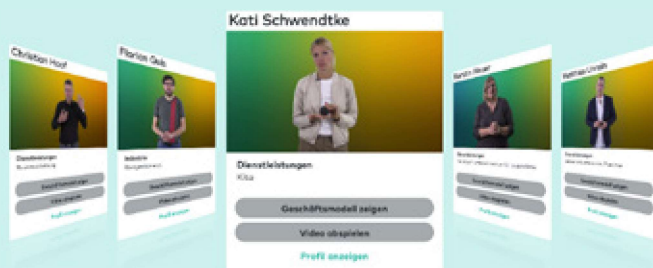
Neue Impulse für die Geschäftsidee finden sich beinahe überall. Engen die eigenen vier Wände bei der Ideenfindung zu sehr ein, solltest du dich nach draußen wagen. Denn hier triffst du deine potenziellen Kund*innen, die du später von deinem Produkt überzeugen willst.

3. RECHERCHIEREN

Das Internet – ein Ort voller Möglichkeiten. Auch bei der Ideenfindung können Webseiten, soziale Netzwerke oder Foren nützlich sein. Hier kannst du dich inspirieren lassen oder nach Anhaltspunkten für die Bestätigung deiner Idee Ausschau halten.

4. INSPIRATIONEN SUCHEN

Kein*e Gründer*in ist der/die Erste seiner Art und deshalb können Gründer*innen so gut voneinander profitieren. In Netzwerken wie dem der Gründerplattform kannst du dich über jeden Schritt der Gründung informieren und von erfahrenen Entrepreneuren lernen. In kurzen Videos berichten beispielsweise Unternehmer*innen von ihren Erfahrungen in ganz unterschiedlichen Branchen.



Lass dich von über 50 Geschäftsideen auf der Gründerplattform inspirieren und erfahre in kurzen Videos mehr über spannende Modelle und einzigartige Konzepte. Schöpfe aus der Kreativität echter Unternehmerinnen und Unternehmer.



DAS GESCHÄFTSMODELL

**WENN DIR DIE ERSTE VERSION
DEINES PRODUKTES NICHT PEINLICH IST,
HAST DU ES ZU SPÄT
AUF DEN MARKT GEBRACHT.**

– Co-Gründer von LinkedIn –

NACH DER IDEE IST VOR DEM MODELL!

Wer die Geschäftsidee formuliert hat, ist schon mal einen wichtigen Schritt in Richtung Firmengründung gegangen. Nun, da die ersten Grundsteine gelegt sind, geht es an die Ausarbeitung eines detaillierten Geschäftsmodells. Hier werden Kernelemente des geplanten Unternehmens aufgeschrieben und miteinander in Bezug gesetzt.

- **Wird das Modell gewissenhaft ausgearbeitet, gibt es Aufschluss darüber, ...**
- **was das Unternehmen den Kund*innen verspricht,**
- **wer diese Kund*innen sind,**
- **wie das Versprechen eingelöst wird,**
- **wie das Unternehmen rentabel wird.**

Ziel ist es, ein wasserdichtes Geschäftsmodell zu erstellen, das nicht nur die eigene Vorstellung vom späteren Unternehmen festlegt, sondern auch Investor*innen und andere Geldgeber*innen überzeugt. Passen die verschiedenen Elemente zusammen, entsteht die Mechanik des Erfolges.



Dr. Patrick Stähler, der Urvater des "Business Model Canvas" beschreibt auf der Gründerplattform detailliert und exklusiv für Mitglieder, woraufes bei den Bestandteilen des Geschäftsmodells ankommt.

JETZT ANMELDEN UND TUTORIALS ANSCHAUEN

VORTEILE DES GESCHÄFTSMODELLS

Warum solltest du dich zwischen Ideenfindung und Businessplan zusätzlich um ein Geschäftsmodell bemühen? Die Vorteile im Überblick:

FOKUS

Man fokussiert sich selbst! Welche Aspekte sind im späteren Unternehmen besonders wichtig? Was kann vernachlässigt werden und wie kann die ursprüngliche Idee dauerhaft Kund*innen und Partner überzeugen? All das lässt sich dank des Geschäftsmodells einfach festlegen.

FLEXIBILITÄT

Für die Ausarbeitung des Geschäftsmodells benötigst du zu Beginn lediglich Stift und Papier. So lassen sich einfach und

unkompliziert alle Gedanken ordnen und festhalten. Alternativ können digitale Tools helfen – damit kann das Modell schnell weiterentwickelt, in der Cloud geteilt oder Alternativen geprüft werden. Mitten im Findungsprozess entsteht eine ganz neue Idee oder ein zusätzlicher Aspekt? Dann kann dieser Punkt einfach ergänzt werden. So bleibst du in der Modellplanung flexibel.

SCHWACHSTELLEN ERKENNEN

Arbeitest du alle Aspekte deines Geschäftsmodells ab, stellst du häufig irgendwann fest, dass du den ein oder anderen Faktor nicht bedacht hast. Oder du merkst, dass beispielsweise deine zuvor definierten Vertriebswege nicht zu den angepeilten Zielgruppen passen. Fallen diese Schwachstellen in einer so frühen Unternehmensphase auf, kannst du noch intervenieren und spätere Probleme schon im Vorfeld ausmerzen.

 	 	 
N 26 bietet Bankleistungen dort an, wo die Kunden sind: auf dem Smartphone, in einer App, die Ausgaben sofort verbucht und gleich nach Ausgabenkategorien klassifiziert. >	M illionen Deutsche holen sich ihr Geld vom Staat nicht zurück. Das wollen die Gründer von taxfix ändern, indem sie eine Steuerklärungs-Software auf den Markt gebracht haben. >	A da Health nennt sich selbst nur Symptom-Checker, mit dem Menschen ihre Symptome im Krankheitsfall beschreiben können, um mögliche Diagnosen und

*Lerne von den Geschäftsmodellen erfolgreicher Unternehmen, wie N26 und vielen mehr. Die Gründerplattform hat eine exklusive Bibliothek für dich zusammengestellt, in der Expert*innen seltene Einblicke in die Mechanik dieser erfolgreichen Geschäftsmodelle geben.*

ZU DEN GESCHÄFTSMODELLEN

4 DIE SÄULEN DES GESCHÄFTSMODELLS

Wo anfangen beim Geschäftsmodell? Mit der Zeit sind viele unterschiedliche Methoden zur Erarbeitung des Geschäftsmodells entstanden. Egal, für welches Modell du dich entscheidest, wichtig sind immer folgende Kernpunkte:

1. KUNDENNUTZEN
2. GESCHÄFTSSTRUKTUR
3. ERTRAGSMODELL
4. UNTERNEHMENSGEIST

Hier kannst du zeigen, wie dein Unternehmen funktionieren soll. Nutze unsere Ratgeber und hole dir Beratung oder Feedback. Schreibe in Stichworten. Viele Details und Zahlen brauchst du noch nicht.

GESCHÄFTSSTRUKTUR		NUTZENVERSPRECHEN
Produkt Was bietest du an?	Wann und wie erbracht Wie erbringst du deine Kunden?	Kunden Wer sind deine Kunden?
Produktion (Dienstleistung) Wie entsteht das, was du anbietest?	Vertriebskanäle Welche externen Partner brauchst du?	Werte Warum begeistert dein Angebot die Kunden?
Wettbewerbsvorteil Was kannst du gut?		
ERTRAGSMODELL		
Investitionen Wofür musst du Geld ausgeben?	Ertragsquellen Wofür und wann fließt Geld an dich?	
UNTERNEHMENSGEIST		
Gründer*innen Team Wer ist dabei und warum?	Werte Welche Werte lebt dein Unternehmen?	

*Erstelle dein interaktives Geschäftsmodell auf der Gründerplattform und lass es anschließend von Expert*innen auf seine Realisierbarkeit prüfen. Anschließend kannst du es im Team teilen oder per Knopfdruck Beratung bekommen von einem der Expert*innen der Gründerplattform aus ihren über 600 Partner*innen.*

JETZT GRATIS LOSLEGEN

1. DER KUNDENNUTZEN

Die wichtigste Säule eines jeden Unternehmens?

Die Kund*innen. Deshalb solltest du früh definieren, wie deine Hauptzielgruppe aufgebaut ist und welche Bedürfnisse sie hat. Das Wissen um beides wird dich immer wieder in deinem eigenen Standpunkt stärken und die Kommunikation nach Außen erleichtern.

2. DIE GESCHÄFTSSTRUKTUR

Die Struktur eines Geschäftes ist von **fünf wesentlichen Faktoren** bestimmt:

Angebot: Was bietet das Unternehmen den Kund*innen?

Produktion und Kernaktivitäten: Durch welche Schritte erhalten die Kund*innen die Leistung des Unternehmens und wer übernimmt diese Schritte?

Kernfähigkeiten: Welche Fähigkeiten bringst du mit, von denen die Kund*innen profitieren? Welche Fähigkeiten fehlen noch?

Vertrieb/ Kommunikation: Über welche Wege wird das Angebot an die Kund*innen transportiert?

Schlüsselpartner: Welche Partner*innen unterstützen das Unternehmen? Wie kannst du dauerhaft mit ihnen zusammenarbeiten?

Du denkst also hier, was genau über welche Methoden und Partner*innen verkauft wird. Bauen diese Bestandteile nicht sinnvoll aufeinander auf, kann das Business schnell ins Schwanken geraten.

3. DAS ERTRAGSMODELL

Beim Ertragsmodell widmest du dich erstmals grob den zukünftigen Unternehmenszahlen. Welchen Gewinn das Business abwerfen soll und wofür Geld ausgegeben wird, sollte hier einmal durchdacht werden. Konkret musst du dich mit der Kostenstruktur und den Ertragsquellen vertraut machen.

4. DER UNTERNEHMERGEIST

Ein überzeugendes Geschäftsmodell beinhaltet auch deine Intention und die deines Teams. Für welche Werte steht das Unternehmen? Welche Persönlichkeiten komplettieren das noch junge Unternehmen? Besonders in Zeiten der Nachhaltigkeit und des Employer Branding werden Unternehmenswerte nicht nur für Mitarbeiter*innen, sondern auch für Kund*innen und Partner*innen immer wichtiger.

Du hast bereits eine Geschäftsidee und möchtest im nächsten Schritt dein individuelles Geschäftsmodell erstellen?

*Dann melde dich kostenlos bei der Gründerplattform an. Erhalte nicht nur alle wichtigen Informationen zur Erstellung eines solchen Modells, sondern arbeite auch in einer interaktiven Grafik und lass dich von Expert*innen beraten!*

JETZT KOSTENLOS ANMELDEN

3

DIE RECHTSFORM

Die richtige Rechtsform für das gerade entstehende Unternehmen zu finden, ist etwas weniger kreativ als die Überlegungen zur Geschäftsidee oder dem ersten Geschäftsmodell. Denn hier musst du dich detailliert mit den rechtlichen Grundlagen deines Startups befassen. Die Entscheidung für die richtige Rechtsform ist der Grundstein für den späteren bürokratischen Aufwand, die eigene Haftung und die Finanzierungschancen. Da Kapitalgeber im Businessplan eine Aussage zur Rechtsform wünschen, wird das Thema häufig früh oder zu früh entschieden – bevor es Antworten auf die wichtigsten Fragen gibt.

Und das sind:

- **Möchte ich oder muss ich in die persönliche Haftung gehen?**
- **Welche Kosten und Formalitäten kann ich bewältigen und sind passend zum Unternehmen?**
- **Wie soll sich meine Finanzierung aufbauen? Ziele ich auf Bank- und Förderkredite oder eher Beteiligungskapital?**
- **Benötige oder wünsche ich einen Eintrag ins Handelsregister?**

The screenshot shows a digital form titled "Finde deine Rechtsform". Below the title is the instruction "Beantworte die Fragen und finde heraus, welche Rechtsform zu dir passt". A progress bar at the top indicates the current step. The main question is "Persönliche Haftung" with the subtext "Bist du bereit, mit deinem privaten Vermögen zu haften?". There are three buttons: "Ja" (highlighted in green), "Nein" (highlighted in green), and "Weiß nicht" (greyed out).

Dir schwirrt noch der Kopf vor lauter Bezeichnungen und Einschränkungen?

Dann finde in wenigen Schritten mit dem Rechtsform-Tool der Gründerplattform heraus, welche Variante zu deinem Unternehmen passt.

FINDE DEINE RECHTSFORM

KAPITALGESELLSCHAFT ODER PERSONENGESELLSCHAFT?

Du kannst wählen, ob du eine Kapitalgesellschaft oder eine Personengesellschaft bildest. Doch was ist der Unterschied?

Bei **Kapitalgesellschaften** stehen nicht die Personen, sondern deren Kapital im Vordergrund. In der Regel muss eine Kapitalgesellschaft auf einer gewissen Summe von Stammkapital beruhen. Personen aus dem Team können sich mit einer persönlichen Kapitaleinlage beteiligen. Typischer ist aber, dass Investor*innen Anteile erwerben – sie sind besser handelbar als in einer Personengesellschaft. Eine Mitarbeit der Gesellschafter*innen am Unternehmen ist nicht notwendig – die Geschäftsführung kann aber muss nicht mit einem/einer Gesellschafter*in besetzt werden. Auch das ist Investor*innen wichtig.

Zu den Kapitalgesellschaften gehören unter anderem die GmbH, die AG und die UG (haftungsbeschränkt).

Bei **Personengesellschaften** stehst du als Gründer*in im Vordergrund. Wie viele Personen beteiligen sich am Unternehmen? Und wie sieht diese Beteiligung aus? All das gilt es zu klären. Personengesellschaften benötigen zur Gründung nicht zwangsläufig Stammkapital – dafür ist die persönliche Haftung da. Sie sind häufig deutlich einfacher in Gründung und Betrieb und damit für die Mehrzahl der Gründungen ohne große Wachstumsoption und Risiken geeignet.

Zu den Personengesellschaften gehören unter anderem die GbR und die OHG.

Businessplan Produktion	Businessplan Taxi	Businessplan Internetplattform
		
D ieses Beispiel beschreibt anschaulich die Meilensteine einer Serienproduktion und konzipiert den	E ine Köhlerin fuhr jahrelang Taxi - und gründete dann ihr eigenes Taxiunternehmen! Die Startfinanzierung	D ie Gründung eines Online-Marktplatzes für Sportponoring wurde mit diesem Businessplan-Beispiel

*Schau dir das Kapitel zur Rechtsform & Vorschriften in den Beispielbusinessplänen der Gründerplattform an. Hier erläutern einige Unternehmer*innen, welche Form sie wieso gewählt haben und machen so das Thema für dich noch greifbarer.*

ZU DEN BEISPIEL-BUSINESSPLÄNEN

DIE 3 BELIEBTESTEN RECHTSFORMEN

Die Fragen nach dem Ist und Soll sind beantwortet, aber Klarheit über die richtige Rechtsform herrscht noch nicht? Dann hilft ein kurzer Überblick über die gängigsten Rechtsformen, die für dich in Betracht kommen:

DIE GBR

Die GbR, also die Gesellschaft des bürgerlichen Rechts, ist eine Personengesellschaft. Sie besteht aus mindestens zwei natürlichen oder juristischen Personen, die das Unternehmen gründen. Die GbR empfiehlt sich also vor allem für Teams, die für ein gemeinsames Ziel arbeiten und das Unternehmen rentabel machen möchten. Sie ist schnell gegründet und das ist ihr Vor- aber auch Nachteil: Auch ohne Verträge sind Gründer*innen, die zusammen arbeiten, eine GbR. Da dann Themen wie Gewinnverteilung, Anteile oder Beendigungsszenarien unklar bleiben, ist eine sorgfältig vertragliche Fassung dringend geboten.

Willst du nur handeln und keine Dienstleistung oder ein Produkt anbieten, ist die GbR nicht geeignet. Wenn sich das neue Business als reines Handelsgewerbe entpuppt, wird sie automatisch in eine OHG umgewandelt.

DIE GMBH

Bei der GmbH, also der Gesellschaft mit beschränkter Haftung, handelt es sich um eine Kapitalgesellschaft. Sie eignet sich besonders für junge schnell wachsende Unternehmen und damit typische Startups. Durch die Teilung von Anteilseignung und Geschäftsführung ist die GmbH besonders für Teamgründer*innen mit höherem Kapitalbedarf sinnvoll. Je nach Arbeitseinsatz und Kapitaleinlage lassen sich hier individuelle Anteile festlegen, die dem jeweiligen Bedürfnis der Beteiligten entsprechen. Aber auch alleinige Gesellschafter*innen oder Geschäftsführer*innen können eine Ein-Personen-GmbH gründen.

UG (HAFTUNGSBESCHRÄNKT)

Die UG (haftungsbeschränkt) bietet sich vor allem bei geringem Startkapital an, da für die Gründung bereits ein einziger Euro genügt. Auf diesen Euro solltest du jedoch besser nicht ausschließlich setzen, sondern das Stammkapital ausrechnen und aufbringen, das ein erstes Überleben sichert.

Für die Gründung einer UG (haftungsbeschränkt) benötigst du ein Musterprotokoll – dieses findest du in der Anlage zum GmbH-Gesetz, da die UG auf der GmbH basiert.

Ltd. Limited	GmbH Gesellschaft mit beschränkter Haftung	UG Unternehmensgesellschaft
gGmbH gemeinnützige GmbH	GbR Gesellschaft bürgerlichen Rechts	dHG offene Handelsgesellschaft
AG Aktiengesellschaft	Einzelunternehmen	PartG Partnersgesellschaft
KG Kommanditgesellschaft	Weiß ich nicht	

Du willst dein Unternehmen anmelden, weißt aber nicht, wie du dabei vorgehst?

*Dann lass dir von der Gründerplattform helfen! Einfach Rechtsform, Branche und Mitarbeiter*innenanzahl eintragen und erfahren, wie es weitergeht!*

ZU DEN BEISPIEL-BUSINESSPLÄNEN

4

DER BUSINESSPLAN

**QUALITY
IS THE BEST
BUSINESS PLAN.**

– John Lasseter, Regisseur –

Der Businessplan gilt als erstes essenzielles und offizielles Schriftstück eines Unternehmens.

Er ist eine Art Machbarkeitsstudie, die zeigt, wie realistisch alle Aspekte der Unternehmensplanung sind. Ein ausgereifter und präziser Businessplan beinhaltet einen Text- sowie einen Finanzteil und spricht drei Interessengruppen an:

DICH ALS GRÜNDER*IN

Du hast den größten Nutzen von deinem Businessplan. Denn hier ordnest und bestimmst du den Unternehmensweg inklusive möglicher Stolperfallen.

EXTERNE PARTNER*INNEN

Ein gut formulierter Businessplan gibt Schlüsselpartner*innen das nötige Vertrauen in das Unternehmen.

INVESTOR*INNEN

Ohne schlüssigen Businessplan wirst du kaum Investor*innen finden. Er ist die Basis für ein großes Investment – sei es von Banken, Institutionen, Initiativen oder auch Business Angels und VCs.



Du willst direkt mit deinem eigenen Businessplan starten?

*Dann lass dir mit dem interaktiven Businessplan-Tool der Gründerplattform helfen. Hier kannst du jeden Bestandteil einzeln bearbeiten, von Expert*innen kostenlos checken lassen und den Plan am Ende als anschauliches PDF runterladen.*

ZUM BUSINESSPLAN-TOOL

BUSINESSPLAN – DER TEXTTEIL

Der Textteil sollte immer knapp und prägnant formuliert werden und folgende Aspekte thematisieren:

1. EXECUTIVE SUMMARY
2. GESCHÄFTSIDEEN
3. WETTBEWERB & VERTRIEB
4. TEAM & PARTNER*INNEN
5. UNTERNEHMEN

1. EXECUTIVE SUMMARY

Die Zusammenfassung zieht die Leser*innen in den Businessplan und kann als schriftliche Form des Elevator-Pitch gesehen werden. Hier informierst du über alle wichtigen Eckpfeiler des Unternehmens – und das möglichst fesselnd und treffend.

TIPP

Formulierst du die Zusammenfassung zum Schluss, ist das meist leichter, da dann bereits alle Inhalte definiert sind und nur noch einmal gekürzt werden müssen.



Du möchtest noch mehr über die Gliederung deines Businessplans erfahren?

Auf der Gründerplattform zeigt Jan Evers – Gründungsexperte und einer der Köpfe der Plattform – in kurzen Videos, wie es richtig geht.

JETZT MEHR LERNEN!

2. GESCHÄFTSIDEES

Bist du bis dahin clever vorgegangen, ist die Geschäftsidee bereits definiert. Nun muss sie nur noch textlich in die richtige Form gebracht werden – und hier kommt es auf Kürze und Prägnanz an. Denn kannst du den Kern deines Geschäftes nicht definieren, weckst du kein Vertrauen bei potenziellen Geldgeber*innen.

3. WETTBEWERB UND VERTRIEB

Hier stehst nicht du, sondern die Partner*innen und Wettbewerber*in im Fokus. Wie wird das Produkt hergestellt? Welche Marketing- und Brandingmaßnahmen bringen das Produkt zum/zur Kund*in? Und welche Wettbewerber*in könnten das Bestehen am Markt gefährden? Wer hilft beim Vertrieb, wie sieht die Zielgruppe aus und welche Wettbewerber*in gibt es? Hier kannst du deine Kund*innen definieren. Welche Zielgruppen haben die entscheidende Kaufkraft? Gibt es bereits konkrete Buyer Personas?

4. TEAM UND PARTNER*INNEN

Hier sollten die wichtigsten Personen, wie das Gründerteam und erste Mitarbeiter*innen inklusive ihrer Kernkompetenzen präsentiert werden. Hinzu kommen die Unternehmenswerte, die das Startup für Investor*innen und Partner*innen greifbarer machen und aufzeigen, ob beide Parteien wirklich zusammenpassen.

5. UNTERNEHMEN

Im letzten Abschnitt des Textteils wird es noch einmal fachlich: Unter dem Aspekt des Unternehmens verbergen sich die Produktion, der Standort, die Rechtsform und die Risiken. Besonders die Herausforderungen sollten präzise und ehrlich formuliert werden, denn Empfänger*innen wünschen sich eine reale Einschätzung möglicher Probleme.



Du willst das Rundum-sorglos-Paket für deinen Businessplan?

Dann melde dich jetzt bei der Gründerplattform an. Hier erhältst du wichtige Expertenhilfe, Check-ups und Inspiration durch exklusive Einblicke in die Businesspläne bereits erfolgreicher Unternehmer und Unternehmerinnen.

ZUM BUSINESSPLAN-TOOL

BUSINESSPLAN – DER ZAHLENTEIL

Der Zahlenteil ist das Herzstück des Businessplans und für Investor*innen am interessantesten.

Sind die Kalkulationen realistisch? Welche Ausgaben, Einnahmen und Gewinne hast du geplant?

Hier ist ein ausgefeilter, aber trotzdem knapper Finanzplan gefragt.

1. FINANZIERUNGSPLAN
2. ERTRAGSQUELLEN
3. BETRIEBLICHE & PRIVATE KOSTEN
4. RENTABILITÄT

1. FINANZIERUNGSPLAN

Hier geht es erst einmal um die Grundlagen. Wann wird die Gewinnschwelle erreicht und wie viel Startkapital benötigt das Unternehmen? Du solltest auch aufschlüsseln, wie viel Eigenkapital du bis zum Erreichen der Gewinnschwelle einplanst und wie viel Fremdkapital benötigt wird. Rückschläge und Puffer sollten hier in jedem Fall zusätzlich eingeplant werden.

2. ERTRAGSQUELLEN

Das Ziel eines jeden jungen Unternehmens ist die Rentabilität – und diese erreichst du nur, wenn du Gewinne einfährst. Die Ertragsquellen zeigen, wo genau diese Gewinne herkommen sollen und ob du bereits erste Einnahmen generieren konntest.

3. BETRIEBLICHE UND PRIVATE KOSTEN

Auch die vom Unternehmen verursachten Kosten dürfen im Businessplan nicht fehlen. Denn erst mit der Gegenrechnung von Kosten und Umsatz lässt sich eine realistische Aussage über den zu erwartenden Gewinn treffen. Du solltest also von vornherein durchrechnen, wie viel Kosten das Unternehmen samt Produktion, Marketing, Vertrieb, Miete, Gehälter und anderen kleinen und großen Posten verschluckt.

4. RENTABILITÄT

Die Rentabilitätsrechnung bildet in der Regel auch den Abschluss des Finanzplans. Sie stellt die wichtigsten Kennzahlen des operativen Geschäfts auf Jahresbasis dar und gibt einen schnellen Überblick. Hier geht es damit um die harten Fakten, wie Gewinn- und Verlustrechnungen. Du solltest dafür alle bestehenden Zahlen einfließen lassen und auf deren Basis eine Hochrechnung darstellen.

TIPPS FÜR EINEN ÜBERZEUGENDEN BUSINESSPLAN

Inhaltlich stimmt alles, jetzt muss der Plan nur noch emotional überzeugen und glaubwürdig sein. Hierfür gibt es einige einfache Tricks.

SELBST IST DER/DIE GRÜNDER*IN

Agenturen oder Externe sollten die Finger vom Businessplan lassen. Denn nur ein selbst geschriebener Plan beinhaltet alle Überzeugungen und deinen Charakter.

PLAN GEHT VOR PITCHDECK, GESCHÄFTSMODELL VOR PLAN

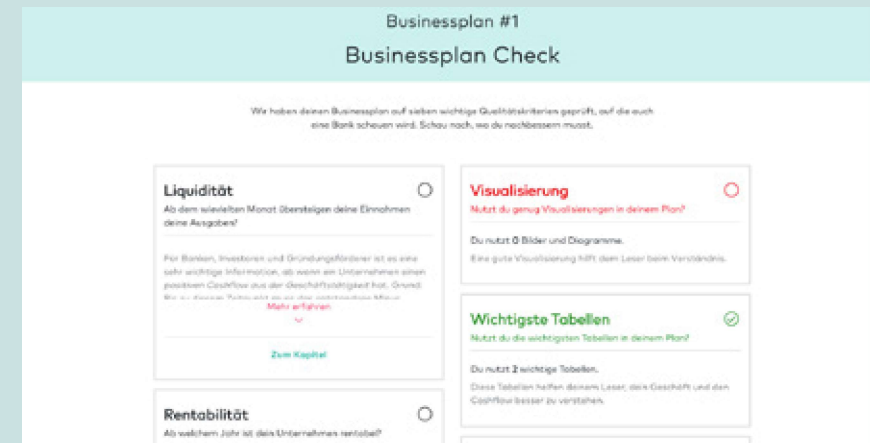
Besonders viele Startups legen ihren Fokus lieber auf ein überzeugendes Pitchdeck als auf einen ausgereiften Businessplan. Doch besonders Investor*innen wollen oftmals vor dem großen Clou einen genauen Businessplan sehen. Und auch ein durchdachtes Deck entsteht leichter mit Hilfe eines Plans. Allerdings kannst du dir viel Formulierungsarbeit sparen, wenn du erst am Geschäftsmodell – zum Beispiel über ein interaktives digitales Tool – arbeitest und dort die große Linie rausarbeitest und mit Partner*innen diskutierst.

NICHTS BESCHÖNIGEN

Eine Idee, Herleitung oder Struktur klingt nicht überzeugend? Dann ist das ein klares Zeichen: Hier musst du inhaltlich noch einmal ran. Möglicherweise hast du einen Punkt noch nicht gut genug durchdacht.

FEEDBACK HOLEN

Siehst du den Plan vor lauter Seiten nicht mehr, lohnt sich ein Blick von Expert*innen oder Bekannten. Denn Außenstehenden fällt Unlogisches schneller auf.



Du bist dir unsicher, ob dein Businessplan wasserdicht ist?

*Dann lass ihn von der Gründerplattform testen: Über einen digitalen Assistenten, der Kennzahlen prüft, oder von einem der vielen Hundert Partner*innen, die in der Plattform kostenlos Feedback und Beratung zum Businessplan anbieten. Einfach Plan hochladen und schon erfährst du, an welchen Stellschrauben du nacharbeiten musst.*

JETZT KOSTENLOS ANMELDEN

5

DIE FINANZIERUNG & FÖRDERUNG

**VON LUFT KANN MAN NICHT LEBEN.
DESWEGEN MUSS AUCH EIN STARTUP
MEHR ALS NUR EIN VISIONÄRES
LUFTSCHLÖSSCHEN SEIN UND SICH
ALS PROFITABEL ERWEISEN.**

– Kevin Systrom, Instagram –

WELCHE FINANZIERUNGSFORMEN GIBT ES?

Die Vielzahl der folgenden Möglichkeiten mag auf den ersten Blick etwas überwältigend erscheinen. Doch es lohnt sich, dich zu informieren und dich zielführend auf die passende Option für dein Unternehmen zu konzentrieren:

BOOTSTRAPPING (EIGENMITTEL)

Privates Geld, das du oder mehrere Gründer*innen in ihr Unternehmen einbringen. Meist nur begrenzt verfügbar. Family & Friends: finanzielle Unterstützung durch Familienmitglieder und Freunde. In der Regel überschaubare Summen zu günstigen Konditionen und mit flexiblen Rückzahlungsbedingungen.

ZUSCHUSS

Aus öffentlichen Mitteln bewilligte Gelder mit politischem Ziel, beispielsweise Menschen aus der Arbeitslosigkeit heraus zu helfen. Das Schöne an Zuschüssen: Sie müssen nicht zurückgezahlt werden.

FÖRDERKREDIT

Ähnlich wie Zuschüsse, finanzielle Unterstützung aus öffentlichen Geldtöpfen, um Gründungen zu fördern. Auch bei einem Förderkredit müssen, wie beim Bankkredit, Zins und Tilgung gezahlt werden – der Unterschied: der Zinssatz ist subventioniert und für dich als Gründer*in somit günstiger.

BANKKREDIT

Es müssen regelmäßig Zins und Tilgung gezahlt werden und je nach Kredithöhe verlangt eine Bank entsprechende Sicherheiten. Der Klassiker unter den Finanzierungsarten bietet jedoch hohe Planungssicherheit und das Kreditinstitut erhält weder eine Beteiligung noch ein direktes Mitspracherecht im Unternehmen.

MIKROKREDIT

Für kleinere Summen bis zu einer Höhe von 25.000 Euro vergeben einige Investitions- und Förderbanken und einzelne private Initiativen Mikrokredite mit schlankerem Beantragungsprozess und geringeren Sicherheitsanforderungen.

DEN FINANZIERUNGSBEDARF KENNEN

Vor der Auswahl und Ansprache potentieller Geldgeber*innen sollte klar sein, wieviel Geld denn überhaupt benötigt wird. Deinen Finanzierungsbedarf kannst du anhand der Angaben in deinem Businessplan ermitteln.

KONTOKORRENT

Ähnlich wie der Dispo beim privaten Girokonto ist der Kontokorrentkredit ein Überziehungsrahmen auf dem Geschäftskonto, der zur flexiblen Überbrückung eines kurzfristigen Liquiditätsbedarfs dienen kann (wenn beispielsweise ein*e Kund*in seine/ihre Rechnung noch nicht bezahlt hat).
Nachteil: mit hohen Kosten verbunden.

BÜRGSCHAFT

Eine Bürgschaft kann von der Bank als zusätzliche Sicherheit vor einer Kreditvergabe verlangt werden. Ein Bürge verpflichtet sich dabei, für deine Schulden beziehungsweise die deines Unternehmens einzustehen und erhöht somit die Kreditfähigkeit. In allen Bundesländern gibt es öffentlich geförderte Bürgschaftsbanken.

MEZZANINE

Eine Mischform aus Eigen- und Fremdkapital, die bei Geschäftsideen Sinn macht, die einen hohen Liquiditätsbedarf in der Produktentwicklungsphase haben. Klassischen Banken ist diese Phase meist noch zu risikoreich. Der/Die Geldgeber*in erhält Zinsen und eventuell auch eine Gewinnbeteiligung, aber kein Mitspracherecht. Die eingebrachten Mittel werden im Unternehmen als Eigenkapital gewertet. Dies erhöht die Kreditfähigkeit im Falle einer zusätzlichen Bankenfinanzierung.

BETEILIGUNGSKAPITAL

Hierbei holst du dir Geschäftspartner*innen an deine Seite, die neben Geld auch ihr Know-how und Netzwerk in das Unternehmen einbringen. Der/Die Investor*in hat keinen Anspruch auf Rückzahlung seiner/ihrer Einlage. Für dieses Risiko verlangt er im Regelfall Mitspracherecht, Gewinnbeteiligung und Unternehmensanteile.

CROWDFUNDING

Eine alternative Finanzierungsform für kreative Projekte und Ideen. Die Unterstützer*innen erhalten als Gegenleistung für ihre finanzielle Förderung oft nur eine symbolische Anerkennung (beispielsweise in Form von Merchandise-Artikeln oder namentlicher Erwähnung in einem Filmabschnitt).

CROWDINVESTING

Ein Projekt wird durch eine Vielzahl von Investor*innen finanziert, die jeweils kleine Summen einbringen.



Du brauchst Unterstützung bei der Berechnung des benötigten Fremdkapitals?

Nutze das Businessplan-Tool der Gründerplattform und erkenne deinen Finanzierungsbedarf auf einen Blick!

JETZT BUSINESS-PLAN ERSTELLEN

DIE PASSENDE FINANZIERUNGSFORM AUSWÄHLEN

Ausschlaggebend bei der Wahl einer Finanzierungsart ist das Zusammenspiel aus:


HÖHE DER FINANZIERUNGSSUMME


JEWELIGE PERSÖNLICHE PRIORITÄT DER FAKTOREN

+

„AUFWAND“, „KOSTEN“, „SCHNELLE ENTSCHEIDUNG“

In der Regel sind mehrere Finanzierungsformen oder eine Kombination aus verschiedenen Instrumenten möglich.

Wieviel Geld brauchst du insgesamt? 

Wieviel Geld hast du? 

Gründest du nebenberuflich?

Ja Nein

Bist du Freiberufler?

Ja Nein

Übernimmst du ein Unternehmen als Nachfolger*in?

Ja Nein

[Filtern](#)

Du bist noch auf der Suche nach einer geeigneten Finanzierung für dein Startup?

Dann lass dir von der Gründerplattform helfen. Einfach Postleitzahl und Finanzbedarf eingeben, sehen, welche Banken und Programme in deiner Region aktiv sind und direkt über die Plattform eine Anfrage stellen.

JETZT TESTEN

DIE HAUSBANK – EIN WICHTIGER PARTNER BEI DER GRÜNDUNG

Egal für welche Finanzierungsform(en) du dich letztendlich entscheidest, die Hausbank sollte gut gewählt sein, da ...

der Zahlungsverkehr des Unternehmens


über das Geschäftskonto abgewickelt wird

Fördermittel über die Hausbank beantragt werden

sich eine vertrauensvolle Partnerschaft positiv

auf Kreditanträge auswirkt

sie genereller Ansprechpartner in allen Finanzierungsfragen ist



Das erste Bankgespräch sollte von dir gut vorbereitet werden, damit du souverän und überzeugend auftreten kannst.

Der erste Eindruck zählt und im Idealfall ist dies der Auftakt zu einer langjährigen, vertrauensvollen Zusammenarbeit. Der Termin ist deine Bühne, um deine Geschäftsidee zu präsentieren. Der/Die Bankberater*in wird insbesondere den Zahlenteil des Businessplans auf Plausibilität abklopfen.

NOCH EINMAL AUF DEN PUNKT GEBRACHT

Die gründliche Beschäftigung mit dem Thema Finanzierung empfiehlt sich, damit du ...

gezielt auf die Suche nach passenden

Finanzierungspartnern gehen kannst

im Gespräch mit Finanzierungspartner*innen

auf Augenhöhe bist

dein Unternehmen durch Kombination verschiedener

Finanzierungs- und Förderwege bestmöglich

mit Kapital ausstattest

Bevor du deine Bank auf das Thema Förderkredit ansprichst, ist es sinnvoll, dir zunächst einen Überblick über in Frage kommende Programme zu verschaffen. Die KfW, die Förderbank des Bundes, vergibt Förderkredite für Gründer*innen in ganz Deutschland über Banken und Sparkassen. Darüber hinaus gibt es in allen Bundesländern eigene Förder- beziehungsweise Investitionsbanken. Die Bedingungen variieren von Programm zu Programm, daher ist die Auswahl einer passenden Option wichtig, um nicht später im Antragsverfahren abgelehnt zu werden. Ob die Hausbank den Antrag unterstützt und weiterleitet, hängt ebenfalls wieder von der Qualität des Businessplanes ab.



6

DER VERTRIEB

**WIR KAUFEN NICHT,
WAS WIR HABEN WOLLEN.
WIR KONSUMIEREN,
WAS WIR SEIN MÖCHTEN.**

– John Hegarty –

Ein gutes Produkt verkauft sich von selbst? Diesen Denkfehler solltest du nicht begehen! Der Erfolg deines Unternehmens hängt maßgeblich vom Vertrieb ab. Daher solltest du dich bereits während der Produktentwicklungsphase um deine Vertriebsstrategie kümmern. Dies gilt übrigens auch für Gründer*innen, die eine Dienstleistung vermarkten und nicht nur solche, die ein physisches Produkt anbieten.

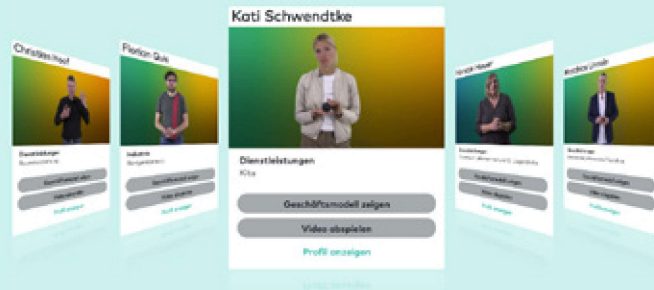
Vertrieb bedeutet, dafür zu sorgen, dass ...

das Produkt oder die Leistung beim Kunden ankommt

der Kunde vom Angebot erfährt und gleich erkennt,

welchen Nutzen es für ihn hat

Logistik und Kommunikation sind damit die beiden Schlüsselfaktoren des Vertriebs.



Nutzenversprechen und Zielkundendefinition deines Startups benötigen noch Feinschliff?

*Dann erhalte auf der Gründerplattform weitere wertvolle Infos. Andere Gründer*innen zeigen in kurzen Videos, welche Erfahrungen sie gemacht haben!*

ZIELKUNDENDEFINITION

UND

NUTZENVERSPRECHEN

„Weiblich und zwischen 20 und 39 Jahre alt“ – dies ist keine brauchbare Kundendefinition für Firmen. Zielführender ist es, sich zu fragen, welche Aufgabe das Unternehmen für seine Kunde*innen erfüllt.

Welches Problem löst das Produkt besser als alle anderen bereits bestehenden Lösungen?

Welchen Nutzen bringt das Angebot dem/der Kund*in?

Hat das Produkt einen praktischen Vorteil oder werden vielmehr emotionale Bedürfnisse erfüllt?

Welche Personen profitieren von diesem Nutzenversprechen?

Welche Faktoren beeinflussen ihre Kaufentscheidung?

Über diese Fragen kommst du zu einer validen Kund*innenbeschreibung. Auch Feedback aus dem Bekanntenkreis und Testverkäufe liefern wertvollen Input zu Kundenbedürfnissen.

Ein sauber definiertes Nutzenversprechen und ein klares Kundenbild bilden die Grundlage für eine erfolgreiche Vertriebsstrategie!

VERTRIEBSFORMEN

Aus verschiedenen Vertriebsformen gilt es, diejenige auszuwählen, die zu deinem Geschäftsmodell passt.

DIREKTER VERTRIEB

Kommt der/die Kund*in in einen Laden oder der/die Verkäufer*in zum/zur Kund*in? Erwirbt der/die Kund*in das Produkt online? Die Onlinevariante ermöglicht dir gerade zu Beginn deines Startups einen Vertrieb mit guten Reichweiten zu überschaubaren Kosten und geringem Risiko.

INDIREKTER VERTRIEB

Oder läuft der Vertrieb über Zwischenhändler, so dass gar kein direkter Kontakt zum/zur Endkund*in besteht?

Bei der Wahl des Vertriebskanals sollten Startups aus Kundenperspektive heraus handeln. Die Variante, die am besten dem Kundenbedürfnis entspricht, führt zum Erfolg.

Auch durch dein Vertriebskonzept kannst du dich von Wettbewerbern abheben!

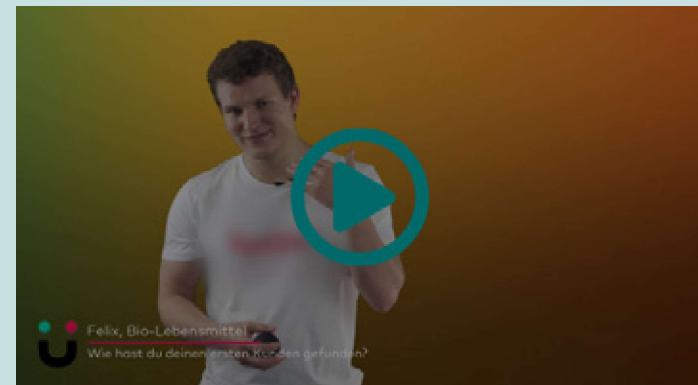
Erfahre auf der Gründerplattform, wie du bereits in einer frühen Phase deines Startups erfolgreich Kunden findest.

KOMMUNIKATION MIT DEM/DER KUND*IN

Am Anfang der Kommunikationsstrategie eines Startups steht die Definition der Botschaft, die mit dem Nutzenversprechen verbunden ist. Wie kommt diese erfolgreich bei dem/der Kund*in an? Welche Kommunikationsformen eignen sich dafür?

Der Vertriebsweg entscheidet über die Art der Kommunikation mit dem/der Kund*in. Je nachdem, ob sich das Angebot an Endverbraucher*innen oder Zwischenhändler*innen richtet, sind unterschiedliche Kommunikations- und Marketinginstrumente sinnvoll.

Grundsätzlich wird über viele Wege mit dem/der Kund*in kommuniziert – jede E-Mail, jedes Kundengespräch, das Design der Webseite und die Inneneinrichtung des Ladens senden eine Botschaft. Ihre Gestaltung liegt in deinen Händen.



*Sieh dir an, wie andere Gründer*innen mit dem Thema Vertrieb & Kommunikation umgehen und lass dich für dein eigenes Vorhaben inspirieren!*

TIPPS FÜR ERFOLGREICHEN KUNDENSTAMMAUFBAU

Viele Gründer*innen haben Respekt vor dem Thema Vertrieb. Die Herausforderung haben jedoch glücklicherweise schon Andere vor dir gemeistert. Mit diesen bewährten Taktiken gelingt der erfolgreiche Vertriebsaufbau:

- Verkaufen von Anfang an! Sich nicht endlos in der Produktentwicklung verlieren, sondern so früh wie möglich mit dem Vertrieb beginnen. Feedback einholen. Optimieren. Erneut loslegen.
- Durchhaltevermögen: Nicht gleich aufgeben beim ersten „Nein“ oder ausbleibender Reaktion eines*r potentiellen Käufer*in. Dranbleiben. Nachhaken. Zuhören. Bedürfnisse kennenlernen. Im Vertrieb zahlt sich ein langer Atem oft aus.
- Fokus auf das Nutzenversprechen: Bevor Kund*innen im Gespräch mit Details bombardiert werden, zunächst den individuellen Nutzen für den/ die Kund*in hervorheben. Dann hast du die Aufmerksamkeit des/der potentiellen Käufer*in.
- Das eigene Netzwerk nutzen: Mundpropaganda im eigenen Umfeld kann dir den Verkauf ankurbeln.
- Intelligente Tools nutzen: CRM-Systeme (Customer-Relationship-Management) helfen dabei, den Überblick über Lead-Pipeline, geführte Gespräche und Kund*inneninformationen zu behalten.
- KPIs (Key-Performance-Indicator) festlegen und tracken: Kennzahlen wie Umsatzziele, Anzahl der Leads und Abschlussquoten schaffen Struktur, Orientierung, Transparenz und Motivation. Gerade zu Beginn des Startups aber Raum lassen für Austesten und Anpassungen im Vertriebsprozess.
- Verschiedene Marketinginstrumente nutzen: Social Media, Content Marketing und SEO-Maßnahmen (Suchmaschinenoptimierung) sind nur einige der diversen Optionen, um möglichst viele Kund*innen zu erreichen.

- Nicht die Konkurrenz schlecht reden! Das gehört sich nicht und kann vor allen Dingen geschäftsschädigend sein. Erfolgreich wirst du mit der Konzentration auf das eigene Produkt und die Bedürfnisse deiner Zielkund*innen.

- Dauerhafter Dialog mit dem/der Kund*in über seine/ihre Bedürfnisse: Persönliche Gespräche, Zielgruppenanalysen, Feedback, beispielsweise über Online-Umfragen, erlauben die fortlaufende Optimierung des Produktes und des Verkaufsprozesses.

- Kund*innen individuell betrachten: Eine gleichlautende Verkaufsvorlage für alle Kunde*innen funktioniert in der Regel nicht. Kund*innen möchten in ihrem individuellen Bedürfnis angesprochen werden. Daher: sich über den/die Kund*in informieren, mit Interesse zuhören, Bedürfnisse kennenlernen.

Kundenanzahl Rechner

Wie hoch sind deine Kosten im Monat ungefähr?

Wie viel Umsatz machst du durchschnittlich pro Kunde?

*Wie viele Kund*innen pro Monat brauchst du eigentlich, damit dein Unternehmen wirtschaftlich ist?*

Finde es heraus mit dem interaktiven Tool auf der Gründerplattform!

ZUM KUNDENANZAHL-RECHNER



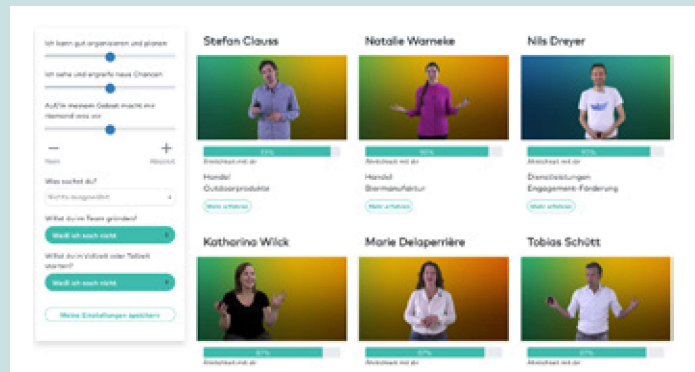
DAS TEAM

**WENN DU MIT IRGENDETWAS
ZEIT VERBRINGEN MÖCHTEST,
DANN VERBRINGE SIE
MIT DEINEN MITARBEITERN.**

– James Watt, Gründer von Brewdog –

Maßgeblich entscheidend für den Erfolg des Startups sind Menschen, die gut zusammenarbeiten und gemeinsame Überzeugungen teilen.

Du solltest bei der Wahl von Mitgründer*innen und Mitarbeiter*innen darauf achten, dass im Team alle fachlichen und sozialen Kompetenzen vertreten sind, die das Unternehmen benötigt. Noch wichtiger ist aber, dass dieses Team auch harmoniert und an einem Strang zieht. Das klingt viel einfacher, als es ist. Werden Mitarbeiter*innen für das Unternehmen eingestellt, sind auch ihre Skills und Charaktereigenschaften ein wichtiger Teil des Puzzles.



Du möchtest herausfinden, welcher Gründungstyp in dir steckt?

*Nutze das interaktive Tool der Gründerplattform und lass dich von anderen Gründer*innen inspirieren, die deinem Profil ähneln.*

IM TEAM GRÜNDEN

Handelt es sich bei der Geschäftsidee um ein schnelllebiges und komplexes Business, ist es sinnvoll, das Startup im Team zu gründen. Ihr könnt euch gegenseitig motivieren, inspirieren und die vielfältigen Aufgaben untereinander aufteilen.

Vor der Suche nach einem/einer geeigneten Mitgründer*in sollte eine Bestandsaufnahme der eigenen Stärken und Schwächen stehen. Hilfreich ist es, zu schauen, inwieweit du dich selbst in den drei Facetten der idealen Unternehmerpersönlichkeit wiederfindest:

FACHMANN ODER -FRAU

Kennt sich bestens aus in seinem/ihrem Themengebiet. Verliert allerdings manchmal die Rentabilität des Projektes aus den Augen und neigt zu Perfektionismus und Detailverliebtheit.

MANAGER*IN

Seine/Ihre Stärken sind die Planung, Steuerung und Kontrolle. Dafür steckt er/sie allerdings nicht in jedem Thema bis zum Detail drin.

VISIONÄR*IN

Ist kreativ und sein/ihr Blick ist immer auf die Zukunft und mögliche Chancen gerichtet. Jedoch lässt er/sie oftmals Machbarkeit und Rentabilität seiner/ihrer Ideen außer Acht.

Ein*e Mitgründer*in sollte deine Fähigkeiten ergänzen, sodass das Gründungsteam als Ganzes gut aufgestellt ist.

**DIE ZUSAMMENARBEIT MIT EINEM/EINER MITGRÜNDER*IN
BIRGT AUCH HERAUSFORDERUNGEN. MIT DEN FOLGENDEN
TIPPS GESTALTEST DU DIE ARBEIT IM TEAM ERFOLGREICH:**

Eine schriftliche Zielvereinbarung, die die gemeinsame Vision, verschiedene Best- und Worst-Case-Szenarien und Konsequenzen sowie Exit-Klauseln festhält, sorgt für Klarheit. Sobald das Business Fahrt aufnimmt, sollte der Vertrag mit Unterstützung eines Anwalts/einer Anwältin professionalisiert werden.

Aufgabenverteilung besprechen sowie Befugnisse und Kompetenzen klar regeln. Welche Entscheidungen darf ein*e Gründer*in alleine treffen, für welche ist ein gemeinsamer Beschluss erforderlich?

Die Erstellung des Businessplans als Team hilft, Gemeinsamkeiten und Unterschiede kennenzulernen. Ein Testlauf für die spätere Zusammenarbeit.

Das Konfliktpotenzial in einem Gründungsteam ist groß. Coaching und eine konstruktive Streitkultur helfen bei der Gestaltung des Miteinanders.

MITARBEITER*INNEN EINSTELLEN

Sich nur Menschen, die einem sympathisch sind, oder gar den oder die besten Freund*innen als Mitarbeiter*innen in das Unternehmen zu holen, führt mit großer Wahrscheinlichkeit nicht zum Erfolg. Wichtiger ist, dass potentielle Teammitglieder die erforderlichen Eigenschaften mitbringen und die Unternehmensphilosophie teilen. Hier ist Menschenkenntnis gefragt! Ideal ist ein Mix aus verschiedenen Charakteren, die sich gegenseitig ergänzen.

Du solltest ebenfalls herausfinden, wie mögliche Teammitglieder Unsicherheit umgehen, die meist in den ersten Jahren eines Startups herrscht. Optimisten passen besonders in der holprigen Anfangszeit besser in ein junges Unternehmen.

Sollte sich eine Entscheidung im Nachhinein als unpassend herausstellen, solltest du den Mut haben, die Arbeitsbeziehung auch wieder zu beenden.

**GRUNDSÄTZLICH GILT: TEAMENTWICKLUNG WIRD EINE
PERMANENTE AUFGABE IM UNTERNEHMEN BLEIBEN
– DIESER PROZESS IST NIE ABGESCHLOSSEN!**

UNTERNEHMENS WERTE

Wofür stehst du?

Was ist dir wichtig?

**Welche grundlegenden Werte prägen
deine innere Einstellung?**

Ausfüll-Assistent
Wer ist in deinem Team?
Hier kannst du das Wissen aus diesem Ratgeber gleich anwenden und dein Geschäftsmodell weiter ausfüllen. Frage dich:

- Wer sollte mit dir zusammen im Team sein und warum?
- Welche fachlichen Qualifikationen braucht dein Unternehmen?
- Welche sozialen Kompetenzen braucht dein Unternehmen?

Noch 140 Zeichen ✓

■ Wozu ist das wichtig? ■ Beispiele anschauen Leitfragen

*Sieh dir an, wie andere Gründer*innen ihr Team
zusammengestellt haben und profitiere von
ihren Erfahrungen!*

Du bestimmst als Gründer*in die Unternehmenskultur und die Regeln der gemeinsamen Zusammenarbeit und des Umgangs mit Kund*innen und Geschäftspartner*innen. In diesem Punkt solltest du authentisch sein und deine Ideale im Alltag vorleben. Also bitte nicht hehre Ziele, sondern echte Praxis verkünden.

Teilen Teammitglieder die Werte und Überzeugungen, dann ...

**wird das Team mehr Spaß bei
der gemeinsamen Arbeit haben**

**werden die einzelnen Mitarbeiter*innen ihre
Aufgaben gut und gerne erfüllen**

**lassen sich schwierige Situationen
leichter durchstehen**

**gibt es weniger Auseinandersetzungen
und Grundsatzdiskussionen**

**entsteht ein gemeinsamer Unternehmensgeist
und Identifikation mit dem Unternehmen**



FACHKRÄFTE FINDEN

Offene Stellen mit kompetenten Fachkräften zu besetzen, stellt für viele Unternehmen eine Herausforderung dar. Viele Gründer*innen sehen sich bei dieser Aufgabe im Wettbewerb mit etablierten Unternehmen, die oftmals mehr Gehalt und attraktive Zusatzleistungen bieten.

Studien zeigen jedoch, dass sich Absolvent*innen von ihrem/ihrer zukünftigen Arbeitgeber*in vor allem die folgenden Dinge wünschen:

Positives Arbeitsklima im Team

Entscheidungsfreiheit

Flexibilität am Arbeitsplatz

Aufstiegsmöglichkeiten

Steile Lernkurven

Flache Hierarchien

Die Möglichkeit, unternehmerische Fähigkeiten zu entwickeln

Allesamt Faktoren, mit denen Startups in der Regel punkten können! Du solltest dich daher auf die eigenen Stärken besinnen und diese im Recruiting-Prozess nutzen und kommunizieren.

Diese Tipps helfen bei der Abgrenzung zu etablierten Unternehmen und erfolgreichen Positionierung als attraktiver Arbeitgeber*innen:

- Gezielt mit einer authentischen Mission werben und damit Gleichgesinnte anziehen, die zum Erfolg beitragen wollen.
- Flexible Arbeitszeiten und Homeoffice ermöglichen und somit Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern.
- Individuelle Entwicklungswünsche bei Kandidat*innen abfragen und herausstellen: In einem Startup geht das schneller, da es noch keine fest etablierten Strukturen gibt, dafür aber mehr Freiheit.
- Keine großen Abteilungen, sondern ein kleines Team, das gemeinsam am Erfolg arbeitet: Den Zusammenhalt und gemeinsamen Unternehmensgeist hervorheben.
- Offen kommunizieren, dass Initiativbewerbungen und Quer-einsteiger*innen erwünscht sind: In einem jungen Unternehmen zählen vor allem Motivation und Einsatzbereitschaft.

WIE ERREICHST DU GEEIGNETE KANDIDAT*INNEN?

Die **eigene Webseite ist die Visitenkarte** des Unternehmens. Hier können die Mission und Vorteile eines Arbeitsplatzes im Startup deutlich kommuniziert werden.

Anzeigen auf klassischen Jobportalen bringen oftmals nicht die gewünschten Ergebnisse. Du solltest **gezielt in der Startup-Szene und auf entsprechenden Plattformen** auf Kandidat*innensuche gehen. Auch auf Messen und Events können Kontakte zu potentiellen Bewerber*innen geknüpft werden.

Die **sozialen Medien** eignen sich gut, um Unternehmenswerte und Erfolge zu präsentieren und so auf sich aufmerksam zu machen.

Das **Netzwerk bestehender Mitarbeiter*innen oder Investor*innen** kann genutzt werden, um über Empfehlungen oder Businesskontakte geeignete Kandidat*innen zu finden.






DIE BÜROKRATIE

**BÜROKRATEN BEKÄMPFT MAN
AM BESTEN, INDEM MAN
IHRE VORSCHRIFTEN GENAU BEFOLGT.**

– Cyril Northcote Parkinson, britischer Historiker –



Gründen ist spannend und motivierend – und leider auch mit dem von vielen Gründer*innen gefürchteten Bürokratieaufwand verbunden. Was genau zu tun ist, hängt hauptsächlich davon ab, um welche Art von Business es sich handelt, welche Rechtsform für das Startup gewählt wird und ob Mitarbeiter*innen eingestellt werden. Die folgenden Informationen bringen Licht in das Bürokratiedickicht.

DIE BEDEUTUNG DER RECHTSFORM

Welche Rechtsform die passende für das Unternehmen ist, lässt sich meist nicht auf die Schnelle beantworten. Bei der Entscheidung spielen beispielsweise Haftungsfragen und das Ausmaß der benötigten Fremdfinanzierung eine Rolle.

Du solltest allerdings auch den zeitlichen und finanziellen Aufwand, den die Gründung der verschiedenen Rechtsformen mit sich bringt, bei deiner Auswahl berücksichtigen. Und dich ebenso fragen, welche Kosten und Formalitäten du bewältigen kannst. Unter Umständen macht es Sinn, zunächst mit einer weniger aufwendigen Rechtsform zu starten und zu einem späteren Zeitpunkt auf eine andere umzusteigen.

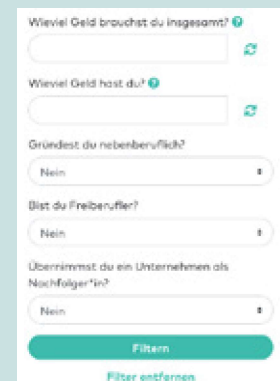
Die Rechtsform entscheidet nicht nur über den Gründungsaufwand sondern auch darüber, welche Anforderungen zukünftig regelmäßig auf dich zukommen. So muss beispielsweise bei einigen Unternehmensformen ein ausführlicher Jahresabschluss erstellt werden. Du solltest dir bewusst machen, ob du gewillt und in der Lage bist, dich diesen bürokratischen Herausforderungen zu stellen.


DEINE TO-DO'S


Die Rechtsform ist entschieden? Dann kommen auf die neu gegründeten Unternehmen verschiedenen To-do's zu. Startups, die auf der Rechtsform der GmbH basieren, müssen beispielsweise **einen Gesellschaftsvertrag schreiben, beim Notar vorstellig werden, ein Geschäftskonto eröffnen und vieles Weitere beachten**. Das klingt erst einmal nach einem Berg Arbeit, wird aber das spätere rechtskonforme Bestehen des Unternehmens vereinfachen.

Auch die **Finanzierungsform entscheidet über den Aufwand**, der bei der Gründung und darüber hinaus betrieben werden muss. Denn bei allen Formen der Finanzierung wirst du in die Pflicht genommen. Förderzuschüsse, die vom Staat bewilligt wurden, verlangen meist schon bei der Antragsprüfung viele Unterlagen, die auch später für die Abrechnung von Nöten sein werden.

Aber auch **Banken, Business Angels und Co. erwarten** von dir, in die/den sie ihr Geld investieren und bei der/dem sie am Unternehmenswachstum interessiert sind, **regelmäßige Reportings**. Auch wenn die Art der Finanzierung auf den ersten Blick nicht so viele Regularien und Behördengänge vermuten lässt wie die der Rechtsformen, solltest du diesen Aspekt nicht unterschätzen.



Wieviel Geld brauchst du insgesamt? 

Wieviel Geld hast du? 

Gründest du nebenberuflich?

 Ja Nein

Bist du Freiberufler?

 Ja Nein

Übernimmst du ein Unternehmen als Nachfolger*in?

 Ja Nein

Filtern

[Filter entfernen](#)

Prüfe jetzt, welche Finanzierungsform zu deinem Unternehmen passt. Im interaktiven Tool kannst du auch Formen wählen, die mit einem geringen Aufwand verbunden sind.

PROBIERE ES JETZT AUS!

Bevor du dein Business startest, solltest du sicher sein, dass du eine Geschäftsidee verfolgst, die zu dir passt. Denn Bürokratie kann Zeit und Nerven kosten.

Es ist wahrscheinlicher, dass du mit Spaß und Durchhaltevermögen an der Umsetzung eines Projektes dranbleibst, das dir am Herzen liegt und dich begeistert.

DER EIGENEN MOTIVATION FOLGEN

- **BIN DAS WIRKLICH ICH?**
- **ERREICHE ICH MIT MEINEM ANGEBOT DAS ZIEL, DAS MICH ANTREIBT?**
- **WOFÜR BRENNE ICH?**
- **AUF WAS WILL ICH MIT MEINER GRÜNDUNG WIRKLICH HINAUS?**

Dein Business-Konzept ist schon fertig?

Dann überspringe unsere Tipps & leg gleich los mit unserer personalisierten Start-Anleitung!

Rechtsform	Branche	Mitarbeiter
UG / Unternehmensgesellschaft	Industrie	Nein

1 ————— 2 ————— 3

Gesellschaftsvertrag schreiben



Das Fundament einer rechtssicheren Gesellschaftsform der Gesellschaftsvertrag. Wir verraten dir, was du darüber wissen musst und was hineingehört. >

Notartermin vereinbaren



Die Gründung deiner Gesellschaft findet offiziell im Notarbüro statt. Lerne mehr über diesen wichtigen Termin mit der Gründerplattform! >

Geschäftskonto eröffnen



Eröffne zum Start deiner Gründung ein Geschäftskonto. Wir helfen dir, das passende Konto zu finden & zeigen, was du damit für Möglichkeiten hast. >

4 ————— 5 ————— 6

- ✓ Du wählst aus, was auf dich und dein Vorhaben zutrifft.
- ✓ Welche Rechtsform wird dein Vorhaben annehmen?
- ✓ In welcher Branche machst du dich selbstständig?
- ✓ Wirst du Mitarbeiter*innen einstellen?
- ✓ Mit diesen Angaben wird automatisch deine eigene Schritt-für-Schritt Anleitung erstellt.

[Anleitung ansehen](#)

Du bist die wichtigsten Schritte zum eigenen Business schon gegangen? Dann erstelle jetzt deine individuelle Start-Anleitung mit der Gründerplattform. Hier erfährst du auf dich zugeschnitten, was du als Nächstes tun solltest.

PROBIERE ES JETZT AUS!

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Das Gründungshandbuch entstand unabhängig von der Gründerszene-Redaktion.

Gründerszene BrandStudio

Redaktionelle Unterstützung Dr. Jan Evers

Business Insider Deutschland GmbH

Axel-Springer-Straße 65

10888 Berlin

E-Mail: brandstudio@gruenderszene.de

Alle Abbildungen zur Gründerplattform wurden zur Verfügung gestellt von © 2020 BusinessPilot GmbH.

GRUENDERSZENE.DE

GRUENDERPLATTFORM.DE

