

GründerCup KielRegion 2019

**Teilnehmerhandbuch
GründerCup KielRegion
2019**

Inhaltsverzeichnis

Seite

1	Der Wettbewerb	3
1.1	GründerCup KielRegion.....	3
1.2	Ziel.....	3
1.3	Ablauf	4
1.4	Preiskategorien.....	5
1.5	Teilnahmebedingungen	6
1.6	Was ist eine Existenzgründung?	8
1.7	Bin ich ein Unternehmertyp?	9
1.8	Wie finde ich eine Geschäftsidee?	10
2	Das schriftliche Gründungskonzept	11
2.1	Zusammenfassung	12
2.2	Unternehmensform	12
2.3	Unternehmensleitung.....	13
2.4	Produkt/Dienstleistung.....	13
2.5	Branche/Markt/Wettbewerb	14
2.6	Marketing/Vertrieb	15
2.7	Die 3-Jahresplanung.....	16
2.8	Finanzierung.....	17
3	Netzwerk	18
3.1	Sponsoren	18
3.2	Veranstalter	18
3.3	Links/Verweise	19
	Kontakt	20
3.4	Über uns	20
3.5	Impressum.....	20

1 Der Wettbewerb

1.1 GründerCup KielRegion

„Unsere Region braucht Menschen mit Kreativität, Visionen und Fähigkeiten, die diese in Form von neuen Produkten, Prozessen und Dienstleistungen am Markt umsetzen. Unsere Region braucht Menschen, die den Mut und das Zutrauen haben, das Angestelltendasein mit monatlichem Gehaltszettel über Bord zu werfen und eine eigene Existenz zu gründen. Unsere Region - wir alle - brauchen eine erneuerte Kultur der Selbständigkeit.“

Mit dem GründerCup KielRegion werden einmal im Jahr Gründungen und Jungunternehmer in den Kategorien **Start Up, Innovation** und **Ideenpreis „Unternehmertum fördern“** ausgezeichnet. Gesucht werden Gründer/-innen und Jungunternehmer/-innen, die sich mit besonders kreativen Lösungen und Konzepten hervortun.

Nominierungswürdige Unternehmen werden für eine der Preiskategorien vorgeschlagen. Für den Ideenpreis „Unternehmertum fördern“ gibt es gesondertes Bewerbungs- und Auswertungsverfahren. Eine qualifizierte Jury wählt die Besten nach erfolgter Präsentation der Unternehmenslenker aus. Die Preisträger/-innen werden im Rahmen einer Veranstaltung ausgezeichnet.

1.2 Ziel

Ziel der Veranstalter und Unterstützer des GründerCup KielRegion ist es, einen positiven Beitrag zur Entwicklung der Gründerszene in Kiel und in der KielRegion, aber auch darüber hinaus, zu leisten. Wir wollen Dich in Deinem Willen, aktiv neue Chancen wahrzunehmen und damit die Zukunft zu gewinnen, unterstützen.

Du bist bereit für den Aufbruch. Du nutzt Deine Chance. Du willst gestalten. Du hast kreative Ideen und bist auf der Suche nach innovativen und unorthodoxen Lösungen. Dabei hast Du den Mut neue Wege zu gehen. Du schätzt Risiken ab und findest neue Chancen.

Unser Anliegen: Wir möchten allen Gründungsinteressierten, Startups, Gründer/-innen und Unternehmer/-innen auffordern, sich „auf den Weg zu machen“. Wir freuen uns über jeden Unternehmer und jede Unternehmerin, die sich in der Region gründet oder ansiedelt.

Wir helfen Dir – schnell und unkonventionell. Denn Veränderungen werden nicht von Strukturen und Institutionen, sondern von Menschen gemacht. Wir wollen Bewegung in die Region bringen. Nutze daher die Dienstleistungen der Veranstalter - jetzt und in Zukunft - damit Dein Schritt in die Selbständigkeit nachhaltig von Erfolg gekrönt ist. Nimm unser Angebot an.

1.3 Ablauf

Der GründerCup KielRegion startet am **1. Juni 2019**. Du hast die Gelegenheit Deinen Businessplan bis zum **Abgabetermin am 30. September 2019** zu erstellen und in elektronischer Form einzureichen. Dabei möchten wir Dich bitten, die inhaltlichen und formellen Kriterien, die wir an einen Businessplan richten, zu berücksichtigen. Ein Muster findest Du unter www.gruendercup.de.

Bitte sende Deinen Businessplan ausschließlich in elektronischer Form bis spätestens 30. September 2019 an: mmayr-tschofenig@kiwi-kiel.de

Dein Businessplan unterliegt folgenden **Bewertungskriterien**:

- Geschäftsidee, Wachstumspotenzial
- Gründerkompetenz, Rechtsform, Organisationsstruktur
- Produkt/ Dienstleistung, Herausstellungsmerkmal
- Branchen-, Markt-, Wettbewerbsanalyse, Tragfähigkeit
- Marketing, Vertrieb
- Umsatzherleitung, 3-Jahresplanung, Finanzierung

Du wirst Anfang November benachrichtigt, wenn Du in die Gruppe der Nominierten gewählt wurdest.

Die nominierten Unternehmen erhalten eine Einladung zur Präsentation ihrer Geschäftsidee vor unserer Jury. Diese wird voraussichtlich Anfang November stattfinden und dessen Ergebnis geht in die endgültige Bewertung ein.

Für die **Präsentation** stehen Dir ca. 10 Minuten zur Verfügung. Es folgt eine ungefähr 10-minütige Gesprächsrunde mit den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Jury.

In diesem Rahmen ist es wichtig, dass Du Dich und Deine Geschäftsidee kurz und präzise vorstellst. Die Präsentation unterliegt folgenden Bewertungskriterien:

- Methodik der Präsentation
- Überzeugende Darstellung der wesentlichen Punkte Deines Konzepts und Deiner Geschäftsidee
- Realisierbarkeit Deiner Geschäftsidee

Hinweis: Eine gute Präsentation geht über das Vorlesen des Businessplans hinaus. Du überzeugst die Zuhörer von Deiner Person, Deiner Idee und deren Umsetzbarkeit, ohne dass die Zuhörer Deine umfangreichen Ausführungen im Businessplan vorab gelesen haben. An dieser Stelle erhältst Du die Möglichkeit, die wichtigsten Aspekte des Konzepts zu erläutern und auf Fragen der Zuhörer zu antworten.

Die Preisträger/-innen werden im Rahmen einer Veranstaltung am 11.12.2019 in den Räumen der Förde Sparkasse in Kiel ausgezeichnet.

1.4 Preiskategorien

Es gibt folgende Preiskategorien:

StartUp Preise

3.500,- Euro (1. Platz),

2.000,- Euro (2. Platz),

1.000,- Euro (3. Platz),

Innovationspreis

4.000,- Euro und Beratungsleistungen der Steuerberater und Wirtschaftsprüfer TAKE MARACKE & Partner im Wert von 1.000 Euro

Neu 2019:

Ideenpreis „Unternehmertum fördern“

In unserer neuen Kategorie im GründerCup KielRegion 2019 suchen wir die beste Unternehmensidee in der Vorgründungsphase. Anders als in den Kategorien Start

Up und Innovation, ist kein Businessplan und keine Unternehmensgründung erforderlich. Online wird ein Bewerbungsformular zur Verfügung gestellt, indem die Konzepte beschrieben werden. Alle Branchen sind willkommen.

Die RQP GmbH sponsert den Ideenpreis mit einem Preisgeld von 500 € und unterstützt die Preisträger/-innen individuell mit einem Halb-Tagescoaching „Wie schaffe ich den Sprung in die Selbstständigkeit?“.

1.5 Teilnahmebedingungen

1. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Einsendung eines aktuellen Businessplans in elektronischer Fassung (max. 10MB). Der Businessplan sollte maximal 30-35 Seiten umfassen. Das nachfolgende Schema ist im Wesentlichen einzuhalten.
2. Teilnahmeberechtigt sind Unternehmen, die
 - kurz vor einer Gründung stehen
 - frühestens ab dem 01.01.2016 existieren
 - ihren Unternehmenssitz bzw. den Wohnort des Bewerbers im Wettbewerbsgebiet haben
3. Als Zeitpunkt der Gründung gilt das Datum der Gewerbeanmeldung.
4. Übernahmen von Unternehmen gelten unter der Voraussetzung, dass eine Neuausrichtung glaubhaft dargelegt werden kann, ebenso als Gründung im Sinne des Wettbewerbs wie eine Ausgründung.
5. Pro Teilnehmer/-in kann nur ein Geschäftskonzept eingereicht werden.
6. Eine wiederholte Teilnahme am Wettbewerb mit identischem Geschäftskonzept ist möglich, wenn die übrigen Voraussetzungen erfüllt sind. Nominierte Geschäftspläne können kein zweites Mal teilnehmen.
7. Von der Teilnahme ausgeschlossen sind Mitglieder der Jury und deren Mitarbeiter/-innen sowie alle Vertreter/-innen und Mitarbeiter/-innen der Sponsoren und Veranstalter/-innen.

Teilnahmebedingungen: Ideenpreis „Unternehmertum fördern“

1. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Abgabe des vollständig ausgefüllten Bewerbungsformulars in elektronischer Form.
2. Im Ideen-Wettbewerb können Ideen aller Branchen eingereicht werden. Die Bewerber/-innen müssen ihren Sitz in der KielRegion (Kreis Plön, Kreis Rendsburg-Eckernförde, Landeshauptstadt Kiel) haben.
3. Die Jury des GründerCups nominiert die besten Ideen. Diese tragen die Nominierten im November 2019 vor der Jury vor.
4. Mit Abgabe der Bewerbung erklären sich die Teilnehmer/-innen mit der Veröffentlichung ihrer Daten (Ausnahme: Geschäfts- und/ oder Betriebsgeheimnisse) in allen bekannten Nutzungsarten für Pressearbeit, Werbung etc. einverstanden und erteilen den Veranstalter/- innen des GründerCups ein zeitlich, räumlich und sachlich unbegrenztes Recht zu deren Veröffentlichung, ohne dass die Veranstalter/-innen zur Veröffentlichung verpflichtet werden können.
5. Von der Teilnahme ausgeschlossen sind Mitglieder der Jury und deren Mitarbeiter/-innen sowie alle Vertreter/-innen und Mitarbeiter/-innen der Sponsoren und Veranstalter.

Stichtag für die Abgabe des Businessplans und der Online-Bewerbung ist der 30. September 2019.

Sämtliche Bewerbungsunterlagen und das Aufbauschema eines Businessplans sind unter www.gruendercup.de erhältlich.

*) Geltungsbereich sind die Landeshauptstadt Kiel, der Kreis Rendsburg-Eckernförde und der Kreis Plön.

Was kommt vor dem Gründungskonzept?

1.6 Was ist eine Existenzgründung?

Es geht um Deine berufliche Selbstständigkeit. Aber was ist nun eigentlich eine Existenzgründung? Der Begriff spricht zunächst dafür, dass ein Unternehmen, eine Praxis oder ein Büro in freiberuflicher Tätigkeit gegründet wird. Das ist jedoch nur eine von mehreren Möglichkeiten, zu denen allerdings z.B. auch die Unternehmensgründung im Rahmen einer Partnerschaft mit einem Franchisegeber gehört. Du kannst Dich aber auch weitgehend mit den gleichen öffentlichen Hilfen dadurch selbstständig machen, dass Du in die Geschäftsführung eines bestehenden Unternehmens mit einem Gesellschaftsanteil einsteigst (sog. tätige Beteiligung, ab mindestens 10 % Gesellschaftsanteil). Oder Du kannst ein Unternehmen bzw. eine Praxis voll übernehmen. Lass Dich bezüglich der Besonderheiten bei Betriebsübernahmen steuerlich und rechtlich beraten. Eine förderfähige Existenzgründung ist auch der Wechsel von einem bisherigen Nebenerwerb in einen Voll-erwerb.

Andererseits ist nicht jede Unternehmensgründung eine Existenzgründung, z.B. nicht das Gründen zusätzlicher Unternehmen neben weiter bestehenden Altunternehmen.

Denn Existenzgründung ist die personenbezogene erstmalige oder in bestimmten Fällen bei sog. „Wiedergründungen“ das erneute Selbstständigmachen zur Schaffung einer eigenen beruflichen Existenzgrundlage. Ziel der Gründungsförderung ist die Schaffung einer eigenen Haupteinnahmequelle. Um bei einer Wiedergründung als „zweiten Anlauf“ erstmals oder erneut die speziellen Gründungsdarlehen erhalten zu können, sind folgende Voraussetzungen zu erfüllen: Die vorangegangene selbstständige Tätigkeit muss vollständig aufgegeben worden sein und das neue Unternehmen muss in einer anderen Branche tätig sein oder ein wesentlich verändertes Angebot haben, an einem anderen Standort mit völlig neuer Kundenschaft tätig werden oder die Wiedergründung muss mit einem deutlichen zeitlichen Abstand erfolgen. Natürlich gibt es neue Förderdarlehen auch nur dann, wenn die früheren Darlehen restlos getilgt sind.

Bei sog. „Scheinselbstständigkeit“ liegt keine echte und förderfähige Existenzgründung vor. Als Konsequenz sind für die Scheinselbstständigen in der Regel

Sozialversicherungsabgaben und Lohnsteuer zu zahlen. Früher wurde bei Vorliegen von drei von fünf Merkmalen eine solche Scheinselbstständigkeit vermutet. Dies ist entfallen. Heute liegt die Beweislast bei den Einzugsstellen der Sozialversicherung bzw. den Betriebsprüfern des Finanzamtes. Dabei spielen z.B. die unternehmerische Entscheidungsfreiheit sowie seine Chancen und Risiken eine Rolle. Andererseits sind Gesichtspunkte wie andere Auftraggeber, Weisungsgebundenheit, Arbeitskleidung oder Einbindung in die Arbeitsorganisation des Auftraggebers zu werten. Gründer/-innen können in Zweifelsfällen von sich aus binnen eines Monats nach dem Start bei der Clearingstelle der Deutschen Rentenversicherung Bund (früher BfA) beantragen, dass verbindlich festgestellt wird, dass keine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung vorliegt.

1.7 Bin ich ein Unternehmertyp?

Zunächst solltest Du Dich fragen, ob Du der richtige Unternehmertyp bist. Gründer/-innen nennen als Motive für den Schritt in die Selbstständigkeit vor allem die Möglichkeit zur Durchsetzung eigener Ideen in größerer Handlungsfreiheit und bei höherem Einkommen. Häufig werden aber auch Ärger im bisherigen Anstellungsverhältnis oder drohende bzw. sogar eingetretene Arbeitslosigkeit angeführt.

Leider gibt es auch Fälle, in denen jemand seinen Job kündigt, sich selbstständig macht, dies sich aber z.B. als unerwartet arbeitsaufwendig oder finanziell nicht tragfähig erweist. Oder der Stress wird zuviel, die Durchsetzungsfähigkeit fehlt oder die Familie akzeptiert die längeren Arbeitszeiten nicht.

Deshalb sollte zunächst ein eigener ehrlicher Persönlichkeitstest erfolgen: Habe ich unternehmerischen Antrieb oder will ich mich nur aus einer Notlage heraus oder aus Frust über irgendetwas selbstständig machen? Habe ich die erforderliche fachliche und vor allem auch kaufmännische Ausbildung oder Berufserfahrung? Habe ich die notwendige körperliche Fitness und Disziplin zu einem Arbeiten ohne Vorgesetzte? Bin ich bereit, mein Privatvermögen einzusetzen und ein gewisses Risiko einzugehen? Kann ich mit Stress und Konflikten umgehen? Habe ich zumindest in den ersten Jahren die notwendige Opferbereitschaft hinsichtlich Freizeit und Urlaub? Trägt ggf. die Familie die neuen Bedingungen mit? Kann ich ggf. Angestellte motivieren und führen?

Möglichst viele dieser Fragen solltest Du bejahen können und dann Deine Geschäftsidee entwickeln – oder Deine Gründungsabsicht überdenken.

1.8 Wie finde ich eine Geschäftsidee?

Bei diversen Beratungsinstitutionen erhältst Du viele wertvolle Tipps, jedoch in der Regel nicht eine Antwort auf die Frage, womit Du Dich eigentlich selbstständig machen könntest.

Nur ein kleiner Teil der Gründungsideen ist wirklich neu. Meist geht es um Verbesserungen bestehender Produkte, um eine Marktlücke im Dienstleistungsbereich, um den Einsatz neuer Technologien zur Erschließung von Produktverbesserungen oder höherer Effizienz, um zusätzlich erschließbare Kundenbereiche oder um erfolgversprechende neue Vertriebswege. Dabei sind Deiner Kreativität keine Grenzen gesetzt. Alle Kreativitätstechniken wie z. B. Merkmalaufzählung oder Brainstorming können eingesetzt werden. Als Informationsquellen für Trends, neue Ideen und Brancheninformationen können Wirtschaftsmagazine (Zeitschriften, Fernsehen, Internet), Messen oder Gründungswettbewerbe ausgewertet werden. Auskunft über Franchisesysteme gibt es z.B. über den deutschen Franchise-Verband. Für den beabsichtigten Einstieg in ein Unternehmen oder dessen vollständige Übernahme gibt es Nachfolgebörsen, insbesondere in Kammerzeitschriften oder im Internet, sowie auch Inserate.

Wenn eine oder mehrere Geschäftsideen ins Auge gefasst sind, müssen diese bewertet werden. Denn eine Geschäftsidee ist nur dann gut, wenn erstens das notwendige Know-how für die Umsetzung vorhanden ist und zweitens die Branchen- und Wettbewerbssituation ausreichende Umsätze wahrscheinlich erscheinen lassen. Vielfach stellt sich hier schon die Frage, ob ich dafür Gründungspartner/-innen brauche. Wegen des Konfliktpotentials in solchen Partnerschaften sollte die Zahl der Partnerinnen und Partner allerdings auf das für die Ergänzung des Wissens oder des Kapitals notwendige Maß begrenzt bleiben.

Nach einem Kurzcheck der Geschäftsidee ist ein Gründungskonzept zu Papier zu bringen, um das Vorhaben zu beschreiben und vor allem die Tragfähigkeit der Gründungsidee auch für Dritte nachvollziehbar darzustellen.

2 Das schriftliche Gründungskonzept

Ein Gründungskonzept sollte i.d.R. einen dreijährigen Planungszeitraum erfassen und nicht nur bei einer Neugründung, sondern auch bei einer tätigen Beteiligung oder vollständigen Übernahme eines Unternehmens schriftlich erarbeitet werden: Denn was bislang tragfähig war, muss nicht stets auch für Dich tragfähig sein. Die Branchen- oder Wettbewerbsverhältnisse könnten sich geändert haben. Oder beim bisherigen Unternehmen waren längst alle Darlehen zurückgezahlt, während Du den Kapitaldienst für den Kaufpreis zusätzlich erwirtschaften musst. Bei wirtschaftlichen Schwierigkeiten oder sogar Insolvenz des Vorgängerunternehmens sind natürlich zusätzliche ausführliche Erläuterungen erforderlich: Praktisch muss Dein Vorhaben als ein neues, nicht gleichermaßen insolvenzbedrohtes Unternehmen erscheinen. Alle Ursachen der Probleme müssen analysiert und jeweils beseitigt werden.

Die Erarbeitung eines Konzeptes sollte möglichst weitgehend durch Dich selbst erfolgen. Denn es geht um Deine Vorstellungen. Und eine ggf. eingeschaltete Unternehmensberatung braucht auch Deine Vorgaben. Eine Unternehmensberatung sollte möglichst mit der in Aussicht genommenen Hausbank abgestimmt werden. Denn wenn ein bei der Bank gut renommiertes Beratungsunternehmen die Tragfähigkeit bescheinigt, hat dies eine viel stärkere Überzeugungskraft als eine solche Bestätigung durch ein unbekanntes oder sogar schlecht renommiertes Beratungsunternehmen.

Ein schlüssig aufgebautes Konzept bringt Dich selbst dazu, alle entscheidenden Aspekte zu Ende zu denken. Bei erheblichen Zweifeln an der Tragfähigkeit des Vorhabens solltest Du selbst davon Abstand nehmen.

Außerdem dient das Gründungskonzept dazu, die Geldgeber – Kreditinstitute, Beteiligungsgeber oder selbst private Darlehensgeber – von der voraussichtlichen Tragfähigkeit des Unternehmens zu überzeugen. Nur dann werden diese voraussichtlich ihr Geld zurückbekommen. Stelle Dich deshalb auf den Empfängerhorizont ein. Wer Deine Darstellungen wegen Unvollständigkeit, wegen nicht allgemein bekannter Fachausdrücke oder wegen großer Gedankensprünge nicht versteht oder die eine Tragfähigkeit begründenden Umstände nicht nachvollziehen kann, wird Dir kein Geld geben.

Die nachfolgend beschriebenen Bausteine des Gründungskonzeptes lassen sich nicht auf 2 oder 4 Seiten nachvollziehbar darstellen. Andererseits will kein Geldgeber ganze Aktenordner durcharbeiten. Deshalb sollte das Konzept außer in Sonderfällen zwischen 15 und 25 Seiten haben und flüssig zu lesen sein, d.h., komplizierte Erläuterungen, Nachweise, ausführliche Statistiken oder Zitate nur kurz im Text erwähnen und im Übrigen auf Anlagen verweisen. Folgender Aufbau eines Gründungskonzeptes hat sich bewährt, der auch für Businesspläne bestehender Unternehmen geeignet ist:

2.1 Zusammenfassung

Eine zum Schluss erarbeitete, aber vorweg gestellte Zusammenfassung auf ein bis zwei Seiten gibt einen ersten Eindruck und soll bei Geldgebern oder evtl. Geschäftspartnern Interesse an dem Vorhaben wecken. Wenn schon hier die Geschäftsidee oder ihre voraussichtliche Tragfähigkeit nicht nachvollzogen werden kann, baut sich schnell eine Ablehnungshaltung auf. Deshalb sollten hier kurz Antworten auf folgende Fragen gegeben werden: Wer ist die Gründungsperson bzw. das Gründerteam? Wie ist deren momentane Situation (z.B. arbeitslos, angestellt, Geschäftsführer/-in im zu übernehmenden Unternehmen)? Welche Geschäftsidee soll wann unter welchem Firmennamen an welchem Standort verwirklicht werden – ggf. als erster von mehreren Schritten? Wodurch ist das für das Vorhaben notwendige fachliche und kaufmännische Know-how zumindest in den wesentlichen Bereichen vorhanden? Welche finanzielle Größenordnung hat das Vorhaben mit Eigenmitteln, ggf. Sacheinlagen und notwendigen Fremdmitteln? Welchen Kundennutzen und andere Erfolgsfaktoren gibt es, die vor dem Hintergrund der Branchen- und Wettbewerbssituation Umsätze bringen werden?

2.2 Unternehmensform

Hier sollte dargestellt werden, in welcher Rechtsform das Unternehmen geführt werden soll, wie hoch bei einem Team von Gründern und Gründerinnen die jeweiligen Geschäftsanteile sind und was die ausschlaggebenden Gründe für die gewählte Rechtsform sind. Es wird u. U. erforderlich sein, sich zu den Auswirkungen rechtlich und steuerlich beraten zu lassen bzw. Fachliteratur zu studieren.

2.3 Unternehmensleitung

Der erste Schwerpunkt des Konzepts ist die Darstellung des fachlichen und vor allem auch kaufmännischen Know-hows der Gründungsperson(en), d.h. nicht etwaige von Familienangehörigen oder Angestellten, und möglichst auch der Branchenerfahrung für die Umsetzung gerade dieser Geschäftsidee. Da kaufmännische Defizite häufige Ursache des Scheiterns sind, ist für Dich selbst und auch für die Geldgeber das einschlägige Wissen, das man sich kaum in einem Crash-Kurs aneignen kann, eine wichtige Voraussetzung. Häufig ist sogar eine besondere Qualifikation, ein Besserein als andere der Ausgangspunkt für eine Geschäftsidee.

Bei einer gemeinschaftlichen Gründung sollten sich die Fähigkeiten möglichst ergänzen. Bei der Unternehmensorganisation sollten die Verantwortungsbereiche klar abgegrenzt werden, um Streit zu vermeiden. Ergänzend gehören Lebensläufe unter besonderer Berücksichtigung der für dieses Vorhaben einschlägigen Ausbildung und Erfahrungen in den Anhang.

Sollte es für Dich einen negativen Schufa-Eintrag geben, werden Kreditinstitute einer Kreditgewährung negativ gegenüberstehen. Die kurzfristige Erledigung solcher Einträge ist daher sehr wichtig. Ferner solltest Du gesondert beschreiben, wie es dazu gekommen ist. Denn wenn daraus unsoliden Verhalten abzuleiten ist, ist dies für finanzierende Banken anders zu bewerten als bei einem schuldlosen „Hineinschliddern“.

2.4 Produkt/Dienstleistung

Die Beschreibung des Produktes bzw. der Dienstleistung -ggf. für verschiedene Umsatzfelder- muss auch für Branchenfremde nachvollziehbar sein. Bei (Teil-) Übernahme eines in Schwierigkeiten steckenden Unternehmens sind die geplanten Veränderungen zur Verbesserung der Situation ausführlich zu beschreiben. Sofern es beschränkende Vorschriften gibt oder Schutzrechte zu beachten sind, sollte darauf natürlich eingegangen werden. Eventuelle Weiterentwicklungsmöglichkeiten Deines Angebotes können hier dargestellt werden. Dies sollte ausführlich geschehen, wenn die Weiterentwicklung noch im dreijährigen Planungshorizont erforderlich ist, sonst aber nur kurz als Chance für später. Beschreibe auch, wie Du Deine Leistung erbringst. Mit welchen Lieferanten und Kooperationspart-

nen arbeitest Du wie zusammen? Auch der Standort kann von entscheidender Bedeutung sein und sollte daher klar beschrieben werden.

2.5 Branche/Markt/Wettbewerb

Die Beschreibung, wie die Umsätze vor dem Hintergrund der Branchen- und vor allem Wettbewerbsverhältnisse zustande kommen sollen, ist der zweite Schwerpunkt. Hier muss nachvollziehbar dargestellt werden, wie Art und Höhe der für Deine Leistungen angenommenen Planumsätze – ggf. getrennt nach Produktgruppen – erzielt werden sollen. Denn es ist sicher, dass die Kosten in Deinem Unternehmen anfallen. Ob dem auch ausreichende Einnahmen gegenüberstehen, das ist die entscheidende Frage, auf die Du Dich selbst und den Geldgebern eine Antwort geben musst.

Die aktuelle Situation und erwartete Entwicklung der Branche ist deswegen interessant, weil es bei steigender Nachfrage leichter ist als in einem schrumpfenden Markt, ein ausreichend großes Stück vom Umsatzkuchen abzubekommen. Dazu findet man vergleichsweise einfach Informationen zum Beispiel über Fachverbände oder Branchendienste. Schwieriger und wichtiger ist die Frage, ob Deine Produkte oder Dienstleistungen vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation ausreichend Umsätze erwarten lassen. Dazu muss man die Wettbewerber in Deinem Absatzgebiet nach Stärken und Schwächen analysieren. Letztlich ist ein eindeutiger Kundennutzen gegenüber den Alternativmöglichkeiten der Kundschaft dafür entscheidend, ob Du tatsächlich ausreichend Umsätze erzielen kannst. Wo eine Kosten-Nutzen-Betrachtung nicht klar zu Deinen Gunsten ausfällt, weil eine neue Lösung kaum besser ist als die alte, oder weil andere Wettbewerber stärker sind und zufriedene Kunden haben, haben Sie geringe Chancen. Denn warum sollten die Kunden dann zu Dir wechseln? Aber wo die anderen Wettbewerber dieselben oder ähnliche Leistungen z.B. technisch überholt, weiter von der Kundschaft entfernt, mit schlechterem Service, teurer oder nur in Teilen anbieten, da liegt Deine Chance.

Um die in der Rentabilitäts- und Liquiditätsplanung angenommenen Umsätze nachvollziehbar begründen zu können, sind ausführliche Darstellungen erforderlich. Das gilt auch, wenn Du bei einer (Teil-)Übernahme an bestehende Umsätze anknüpfen kannst (die bisherige Bilanzentwicklung sollte beschrieben und kom-

mentiert werden). Daten können teilweise statistische Landesämter, Kammern, Berufs- oder Fachverbände liefern – oder auch Branchenverzeichnisse, Befragungen potentieller Kundinnen und Kunden, eigene Testkäufe oder sogar Gespräche mit Wettbewerbern. Hier sollte dargestellt werden, mit wie viel Kundschaft, Durchschnittsumsätzen und sich daraus errechnenden Gesamtumsätzen vor dem Hintergrund der Branchen- und Wettbewerbsverhältnisse zu rechnen ist. Dabei sollte man vorsichtige Annahmen treffen und zusätzlich einen erkennbaren Abschlag einplanen, d.h. höhere Werte begründen und von niedrigeren Werten in den Planungsrechnungen ausgehen. Oder es können z.B. Produkte mit geringem Anteil am Gesamtumsatz zur Vereinfachung ohne detaillierte Beschreibungen als solche Puffer angenommen werden. Wenn auch die Geldgeber die von Ihnen dargestellten Umsätze als wahrscheinlich angenommen haben, dann wirst Du Dich erst recht bei derart eingeplanten Puffern auf der sicheren Seite fühlen. Dieses Verfahren ist empfehlenswerter, als die Daten in verschiedenen Szenarien darzustellen („besten, realistischer oder schlechtesten Fall), zumal Geldgeber meistens auf die schlechtesten Fall-Annahmen schauen (engl. „worst case“).

Besonders gute Gründungskonzepte beschreiben denkbare Risiken stets in Verbindung mit Ihren Ausweichstrategien. Denn letztlich haben die zur Finanzierung eingesetzten Darlehen oder Kapitalbeteiligungen lange Laufzeiten und müssen auch in Zukunft zurückgezahlt werden können.

2.6 Marketing/Vertrieb

Der beste Kundennutzen nützt nichts, wenn die potentiellen Kundinnen und Kunden davon nichts erfahren. Deshalb hängen Deine Umsätze auch davon ab, welche Markteintrittsstrategie Du planst (möglichst mit Zeitplan).

Es muss klar werden, wie Du Deine Kundschaft erreichen und halten willst, wie Dein Vertriebskonzept aussieht (Zielgruppen, Vertriebswege, Preise im Vergleich, Rabattaktionen, Zahlungsziele usw.). Marketing ist deshalb mehr als Werbung. Auch dabei sollten ggf. die Produkte mit dem größten Umsatzanteil Vorrang haben.

Das dafür – oft zu knapp – vorgesehene Budget sollte klar erläutert werden.

2.7 Die 3-Jahresplanung

Vielfach werden die Planzahlen für drei Jahre als Gründungskonzept verstanden. Sie sind aber nur ein Teil, wenn auch ein wichtiger. Ein Investitionsplan der Anschaffungen inkl. Kaufpreis für den – teilweisen – Erwerb eines Unternehmens und ggf. Grundstücks-, Bau- oder Umbaukosten ebenso wie die Personalplanung inkl. der Lohnnebenkosten beschreiben wichtige Kostenfaktoren. Für die Rentabilitätsvorschau und den Liquiditätsplan als dritten Schwerpunkt müssen aber alle Einnahmen und Ausgaben erfasst werden. Die Ertrags- und Rentabilitätsvorschau zeigt die Jahresergebnisse, während die Liquiditätsplanung die monatlichen Geldflüsse darstellt. Daher sind die Zahlungsverhalten der Kundschaft wie auch Tilgungsleistungen nur für die Liquidität wichtig, während steuerliche Abschreibungen nur bei der Ertragsplanung eine Rolle spielen. Aus dem Liquiditätsplan ergibt sich der sogenannte Betriebsmittelbedarf, der zur Sicherstellung der ständigen Liquidität i.d.R. durch einen Kontokorrentkredit oder durch ein Betriebsmittel-darlehen finanziert wird – oder bei kleineren Fällen durch ein Startgeld-Darlehen sowohl für Investitionen wie auch für den Betriebsmittelbedarf. Damit Du nicht nach kurzer Zeit um eine Kapitalaufstockung nachsuchen musst, sollten die Auszahlungen eher aufgerundet und die Einnahmen eher vorsichtig angenommen werden.

Es gilt unverändert die Regel „Liquidität geht vor Rentabilität“. Zur Verringerung des Liquiditätsbedarfs solltest Du folgende Faktoren prüfen: Investitionen auf das Nötigste beschränken, Warenlager nicht durch Ladenhüter aufblähen, strenge Ausgabenkontrolle, Anpassung der Privatentnahmen an die Ertragskraft, Preisvergleiche beim Einkauf, Rechnungen möglichst gleich bei Lieferung („Arbeit fertig – Rechnung fertig“), ggf. per Nachnahme oder Vorkasse begleichen, gestaffelte Zahlungsziele einräumen, Vertriebspersonal in das Inkasso einbeziehen, Mahnwesen organisieren. Wenn Du beim Liquiditätsplan neben den Soll-Zahlen eine Spalte mit den Ist-Zahlen aufnimmst und laufend einträgst, hast Du ein erstes Controlling-Instrument für Dein Unternehmen. Dann kannst Du bei Abweichungen vom Plan ein Problem auf Dich zukommen sehen und ggf. gegensteuern oder rechtzeitig zusätzliche Darlehen beantragen.

2.8 Finanzierung

Der letzte Baustein ist eine zusammenfassende Darstellung, wofür Du wie viel Geld für Deine Existenzgründung benötigst und wie dieser Bedarf gedeckt werden soll. Der Kapitalbedarf setzt sich i.d.R. wie folgt zusammen: Investitionen in Anlagevermögen, ggf. Waren- und Materiallager und der sogenannte Betriebsmittelbedarf laut Liquiditätsplan inklusive der Gründungskosten. Da die sog. Markterschließungskosten nur z.T. und nicht für die Eröffnungswerbung und auch nur in einem Teil der Förderprogramme den Investitionen zugeschlagen werden können, sollten sie aus Praktikabilitätsgründen grundsätzlich nur in den Liquiditätsbedarf hineingerechnet werden. Unter Umständen können bei innovativen Vorhaben Kosten für Entwicklungsprojekte gesondert finanziert werden, so dass sie dann nicht den allgemeinen Betriebsmittelbedarf erhöhen.

Die Deckung des Kapitalbedarfs erfolgt durch Eigenmittel, zu denen auch aktivierte Eigenleistungen und Sacheinlagen sowie unbesicherte Privatdarlehen zugeordnet werden, ggf. durch Beteiligungskapital, in Sonderfällen durch öffentliche Zuschüsse und im Übrigen durch Darlehen. Über die Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten sollten Sie sich z.B. bei den Förderlotsen der Investitionsbank beraten lassen. Da die meisten Darlehen banküblich besichert werden müssen, wobei der Beleihungswert der angeschafften Güter in der Regel deutlich unter dem Kaufpreis liegt, solltest Du die Möglichkeit weiterer Kreditsicherungen aus dem Privatvermögen darstellen. Andernfalls kommt eine Bürgschaft seitens der Bürgschaftsbank Schleswig-Holstein in Betracht.

Weiterführende Hilfe bei der Ausarbeitung Deines Businessplans findest Du auch unter:

www.ihk-mentor.de

<http://www.ib-sh.de/service/downloads/> (Thema: Existenzgründung)

Von der Verwendung vorgefertigter (kostenpflichtiger) Businesspläne im Internet wird abgeraten. Diese berücksichtigen Deine persönlichen Vorstellungen nur unzureichend und verfälschen Dein eigenes Konzept.

3 Netzwerk

3.1 Sponsoren

Die Veranstalter/-innen bedanken sich bei den Sponsoren und Sponsorinnen, die mit ihrer finanziellen und ideellen Unterstützung die professionelle Durchführung des GründerCups KielRegion ermöglichen. Mit ihrem Engagement beweisen sie sowohl unternehmerisches als auch gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein.

Sponsoren sind:

- Förde Sparkasse, Kiel
- TAKE MARACKE & Partner, Steuerberater, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer
- RQP GmbH, die Berater Experten

3.2 Veranstalter

Die Veranstalter/-innen des GründerCups KielRegion bilden ein Netzwerk kompetenter Partner, deren aktives Engagement ein wesentlicher Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg der Region darstellt.

Veranstalter sind:

- Handwerkskammer Schleswig-Holstein
- Industrie- und Handelskammer zu Kiel
- Investitionsbank Schleswig-Holstein
- KielRegion GmbH
- KITZ, Kieler Innovations- und Technologiezentrum GmbH
- KiWi, Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs GmbH
- Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Rendsburg-Eckernförde mbH & Co. KG
- Wirtschaftsförderungsagentur Kreis Plön GmbH

3.3 Links/Verweise

Investitionsbank des Landes Schleswig-Holstein - Förderinstitut des Landes Schleswig-Holstein

<http://www.ib-sh.de>

„Selbstständig werden“; Informationen für Existenzgründerinnen und Existenzgründer in Schleswig-Holstein

www.ib-sh.de/foerderlotse

Netzwerk für Gründerinnen und Gründer an und aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen

<http://www.exist.uni-kiel.de>

<http://opencampus.sh>

KfW Mittelstandsbank – Förderinstitut des Bundes

www.kfw.de

Förderberatung "Forschung und Innovation" des Bundes

<http://www.foerderinfo.bund.de/>

KMU-Innovativ: Vorfahrt für Spitzenforschung im Mittelstand

<http://www.bmbf.de>

Business Angels Netzwerk Deutschland e.V.

<http://www.business-angels.de>

Mentoren für Unternehmen in Schleswig-Holstein e.V., Kiel

<http://www.mentoren-sh.de>

Existenzgründerportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

<http://www.existenzgruender.de/>

KiWi, Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungsgesellschaft mbH

<http://www.kiwi-kiel.de/de/services/fuer-gruender/>

Industrie- und Handelskammer zu Kiel

www.ihk-kiel.de

Handwerkskammer Lübeck

www.hwk-luebeck.de/beratung/existenzgruendung

Kontakt

3.4 Über uns

Der GründerCup KielRegion wurde von der Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs GmbH initiiert und wird gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer zu Kiel organisiert.

Das Team des GründerCups KielRegion unterstützt die Gründung innovativer und schnell wachsender Technologie- und Dienstleistungsunternehmen. Dies dient der wirtschaftlichen Entwicklung in der Region und fördert die Weiterentwicklung einer nachhaltigen Gründerkultur.

Haben Sie noch Fragen?

Ihre Ansprechpartner:

Marion Mayr-Tschofenig

Tel.: 04 31 / 24 84 - 191

E-Mail: mmayr-tschofenig@kiwi-kiel.de

Dirk Hofmann

Tel.: 04 321 / 40 79 - 45

E-Mail: Hofmann@kiel.ihk.de

3.5 Impressum

KiWi, Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs GmbH

Wissenschaftspark Kiel

Fraunhoferstraße 2-4

24118 Kiel

Fon: 0431 / 2484-0

Fax: 0431 / 2484-111

E-Mail: [info\[at\]kiwi-kiel.de](mailto:info@kiwi-kiel.de)

Internet: www.kiwi-kiel.de

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer: Werner Kässens

Handelsregister-Eintrag: HRB 5304 KI

Steuer-Nummer: 19 294 00643 | USt.-IdNr.: DE 210 460 702

Geschäftsführer: Werner Kässens