



**DAS KLEINE GRÜNDERHANDBUCH  
ABENTEUER SELBSTSTÄNDIGKEIT –  
ODER MIT PLAN ZUM BUSINESS**

Social Impact gGmbH  
Schiffbauergasse 7  
14467 Potsdam

Tel.: +49 (0)30 611 071 91  
Mail: [info@socialimpact.eu](mailto:info@socialimpact.eu)

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>VORWORT</b>	<b>3</b>
<b>1. EINSTIEG</b>	<b>4</b>
1.1. SELBSTSTÄNDIG SEIN – WAS HEIßT DAS?	5
1.2. BERUF „GRÜNDER“ – DAS WICHTIGSTE ZU STATUSFRAGEN UND RECHTSFORMEN	7
1.3. „ICH BIN DER GRÖßTE“ – ODER WAS EINZELUNTERNEHMER UNBEDINGT WISSEN SOLLTEN	12
1.4. „DAS HAB' ICH ALLES IM KOPF“ – ODER WIE GESCHÄFTSIDEEN PROFESSIONELL ERARBEITET WERDEN	14
<b>2. STARTHILFE</b>	<b>20</b>
2.1. ALLEIN AUF WEITER FLUR? – ODER: WELCHE FÖRDERUNGEN ES GIBT	20
2.2. DAS SPARSCHWEIN FÜTTERN – ODER WIE GRÜNDUNG FINANZIERT WIRD	21
2.3. GEMEINSAM STARK – ODER WAS CROWDFUNDING MÖGLICH MACHT	26
2.4. MEHR ALS FLYER UND WERBETEXTE – ODER WAS MARKETING AUSMACHT	30
2.5. DAS GEHT AUF'S HAUS – ODER WARUM EINE ORDENTLICHE BUCHHALTUNG WICHTIG IST	35
<b>3. SOZIALE ABSICHERUNG FÜR GRÜNDER</b>	<b>37</b>
3.1. PFLICHT FÜR ALLE: DIE KRANKENVERSICHERUNG	37
3.2. MEIST FREIWILLIG: DIE RENTENVERSICHERUNG	38
3.3. FREIWILLIG: DIE ARBEITSLOSENVERSICHERUNG	39
<b>4. ÜBER SOCIAL IMPACT</b>	<b>41</b>
<b>5. QUELLEN</b>	<b>42</b>
<b>IMPRESSUM UND KONTAKT</b>	<b>43</b>

# VORWORT

## Noch ein Gründerhandbuch – wozu?

Dieses Gründerhandbuch soll ermutigen und in der für viele ungewohnten Materie von Ämtern, Finanzen, Planung und rechtlichen Statusfragen Klarheit schaffen. Es gibt einen ersten Überblick für die praktische Orientierung und bezieht neue Entwicklungen im Gründungsgeschehen mit ein: Startups, Komponentengründung, Sologründer, Lean Company, Canvas, Crowdfunding und Beteiligungskapital sind Schlagworte, die für solche Veränderungen stehen. Die Möglichkeiten, Reichweiten und Varianten von Gründungen sind größer geworden. Gründen ist heute dynamischer als noch vor einigen Jahren und mehr in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt – setzt aber nach wie vor Fachwissen, unternehmerische Kompetenz, (finanzielle) Ressourcen und nicht zuletzt eine gute Geschäftsidee voraus.

## TRENDS BEIM GRÜNDEN

Wenn vor nicht allzu langer Zeit das Gründen von Unternehmen etwas für „Menschen mit Zigarre und Geldsack“ war, ist es inzwischen ein Interessenbereich für viele. Das spiegelt sich auch in der zunehmenden Medienberichterstattung zum Thema oder in TV-Sendungen wider, in denen es um Erfolgsprognosen und Investitionsrisiken konkreter Ideen, aber auch um das Auftreten der Gründerinnen und Gründer und die Vermarktung ihres Startups geht. Dabei haben vor allem technische Innovationen, Digitalisierung und die zunehmende Flexibilität in Raum und Zeit Einfluss auf die Gründungsszene genommen und zu vielen neuen Trends geführt.



In den Statistiken des KfW-Gründungsmonitors wird deutlich, dass in Deutschland neben den Freiberuflern die nebenberuflichen Gründungen Konjunktur haben, wobei meistens im Dienstleistungsbereich gegründet wird. Das hängt auch mit dem steigenden Bildungsniveau zusammen. Zudem erfolgt über die Hälfte der Gründungen chancenorientiert aus einem bestehenden Arbeitsverhältnis heraus. Die Lust am Unternehmertum, Spaß und Neugier stehen bei den meisten Gründerinnen und Gründern also an erster Stelle.

## **1. EINSTIEG**

Wer darüber nachdenkt, sich selbstständig zu machen, möchte damit nicht unbedingt gleich die Welt verändern und nebenbei Internet-Milliardär nach Mark Zuckerbergs Vorbild werden. Oft geht es vielmehr darum, das Hobby zum Beruf oder schlicht sein „eigenes Ding“ zu machen. Weil der Chef nervt, weil eine neue Herausforderung gesucht wird, weil Träume verwirklicht werden sollen – oder aber, weil die Alternative Arbeitslosigkeit heißt.


Aus welchen Gründen auch immer du darüber nachdenkst, dich selbstständig zu machen und auf dieses Buch gestoßen bist – eine vollständige Antwort auf alle deine Fragen wirst du hier vermutlich nicht finden. Dafür aber einen verständlichen Überblick zu allem, was dich als Gründer über kurz oder lang beschäftigen wird. Mit diesem kleinen Handbuch schipperst du entspannt über den Ozean der Selbstständigkeit und kannst selbst entscheiden, an welchen Stellen du in die inhaltlichen Tiefen des jeweiligen Themas tauchen möchtest. Passende Literaturempfehlungen dazu erwarten dich am Ende des Buches.

Viel Erfolg auf dieser Reise und viel Spaß beim Lesen!

## 1.1. SELBSTSTÄNDIG SEIN – WAS HEIßT DAS?

Neugier und der Mut, sich auf Unbekanntes einzulassen, gehören zum Gründen dazu. Doch auch diejenigen, die Neues suchen und Risiken eingehen, möchten gern vorausschauen. Sie alle wollen etwas Bestimmtes erreichen und nicht überrascht werden. Doch wie geht das zusammen? Unbekanntes wollen, aber sichergehen, dass alles nach Plan verläuft?

Die vorherrschende Erfahrung ist: Du kannst planen, was du erreichen willst - und doch wird es wohl anders kommen.

 **Planung ersetzt den Zufall  
durch den Irrtum  
(Albert Einstein)**

Trotzdem ist es wichtig, Pläne zu schmieden und Vorstellungen darüber zu entwickeln, was du erreichen möchtest. Warum? Die Antwort lautet: Auch um ein Ziel zu formulieren, das du vielleicht nicht erreichst, musst du dich mit Wegen beschäftigen, wie du dorthin kommst. Und diese Pläne sind Gold wert! Du wirst durch das Planen des Unternehmens kompetent für die Möglichkeiten, Alternativen und Zusammenhänge, die es bei deinem Vorhaben gibt. Wenn sich unerwartete Ereignisse abzeichnen, bist du schwer zu überraschen, da du bereits Alternativen und Strategien aus der Tasche ziehen kannst.

Das spricht fürs Planen und für eine gründliche Vorbereitung, die zu dir und deiner Gründung passt.

Als Unternehmer bist du für alles in deinem Betrieb verantwortlich. Wenn sich z. B. herausstellt, dass du mit deinem Laden umziehen musst oder neue Trends und Moden deine Leistung für die bisherigen Kunden uninteressant machen, sind eine Fülle von Zusammenhängen auszutarieren.

Alles sollte zusammenpassen, damit du erfolgreich bist: die Wünsche und der Geldbeutel der Kunden, das Material und die Kenntnisse deines Angebotes, der Ort und die Medien, in denen du wirbst, deine Arbeitszeit usw. Das Meiste entscheidest und verantwortest du für dein Unternehmen selbst. Vieles ist aber auch gesetzlich geregelt.

Nach § 15 des Einkommenssteuergesetzes (EStG) ist eine unternehmerische Tätigkeit „[...] eine nachhaltige Betätigung, die mit der Absicht, Gewinn zu erzielen, unternommen wird und sich als Beteiligung am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr darstellt“.

In dem Moment, in dem du eine Leistung oder ein Produkt anbietest und dafür Geld nimmst und das außerhalb des privat üblichen Rahmens eines Flohmarktstandes oder eines Autoverkaufes geschieht, bist du unternehmerisch tätig. Es wird davon ausgegangen, dass du aus eigener Initiative Geld verdienen willst.

Von dem Moment an existierst du weiter wie bisher als Privatperson und zusätzlich als Unternehmer. Diese „Geburt“ bringt dir neue Möglichkeiten, Rechte und Verpflichtungen. Als Unternehmer musst du deine Tätigkeit anmelden. Das Finanzamt prüft, welche Steuern du zahlen musst. Das Gewerbeamt prüft, ob du jemanden gefährden könntest (z. B. als Elektriker oder Makler) und die entsprechenden Ausbildungen hast, damit das ausgeschlossen werden kann. Die Berufsgenossenschaft prüft, ob deine Gesundheit bei der Arbeit gefährdet werden könnte. Du musst selbst deine Krankenversicherung abschließen und vieles mehr. Du haftest gegenüber deinen Kunden für die Leistung bzw. das Produkt, das du ihnen verkaufst, und hast neue Rechte und Pflichten gegenüber anderen Unternehmern.

Mit der Wahl einer Rechtsform – jedes Unternehmen hat eine – sind steuerliche und Haftungsfragen neben dem Kapitalbedarf und dem Image, das du deinem Unternehmen geben willst, grundlegend geregelt.

Es gibt manchmal Verwirrung um die vielen Begriffe, die der selbstständigen Tätigkeit gegeben werden. Das liegt oft daran, dass unterschiedliche Blickwinkel eine Rolle spielen. Der Blickwinkel des Finanzamtes, das Steuern einnehmen will, ist ein anderer als der des Gewerbeamtes, das kontrollieren soll, ob Gefährdungen durch die Tätigkeit entstehen. Das Gesundheits- oder Bauamt hingegen befasst sich mit der Eignung der Räume für deine ausgeübte selbstständige Tätigkeit.

## **1.2. BERUF „GRÜNDER“ – DAS WICHTIGSTE ZU STATUSFRAGEN UND RECHTSFORMEN**

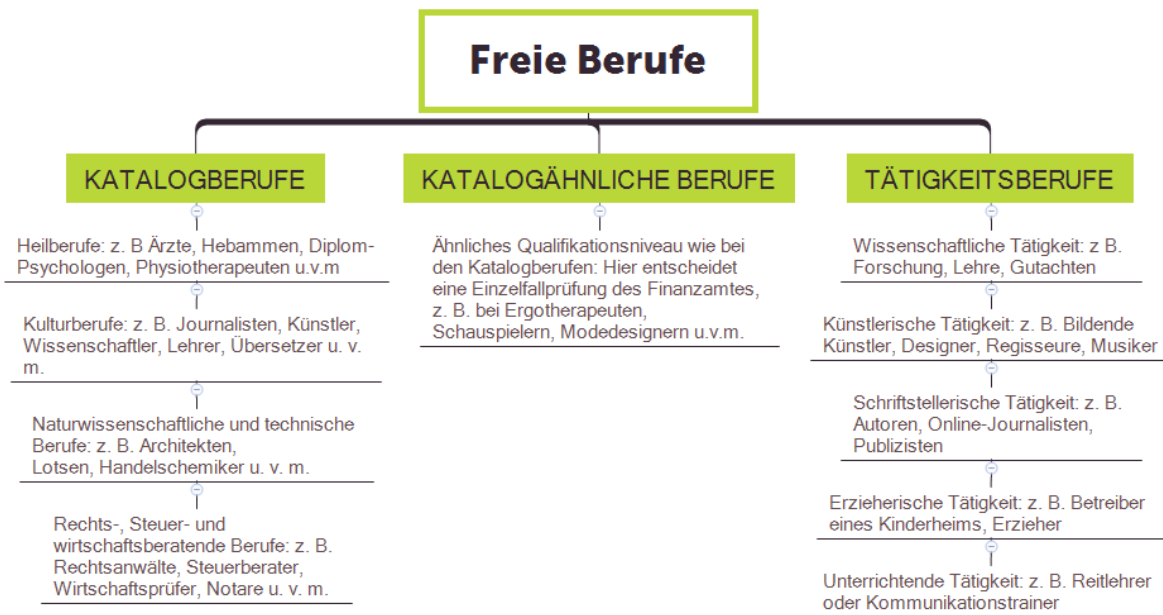
Zu den freien Berufen gehören Selbstständige, die ihre Tätigkeit aufgrund besonderer Kenntnisse oder Begabungen ausführen – das können z. B. Anwälte, Heilpraktiker, Journalisten, oder auch Künstler sein. Kannst du dich als Freiberufler gründen, musst du kein Gewerbe anmelden und somit auch keine Gewerbesteuer zahlen. Die Pflichtmitgliedschaft in Kammern wie der Industrie- und Handelskammer (IHK) entfällt und auch die sogenannte „doppelte Buchführung“ ist nicht Pflicht – eine einfache Einnahme-Überschuss-Rechnung genügt. Du kannst allein arbeiten, Angestellte haben oder dich mit anderen Freiberuflern zusammenschließen.

### **FREIE BERUFE VS. GEWERBE**

Die Regeln für die „freien Berufe“ sind im Einkommenssteuergesetz zu finden. Laut § 18, Abs. 1 des Einkommensteuergesetzes (EStG) werden Freiberufler in drei Gruppen unterteilt: Katalogberufe, den Katalogberufen ähnliche Berufe und Berufe mit einer selbstständig ausgeübten wissenschaftlichen, künstlerischen, schriftstellerischen, unterrichtenden oder erzieherischen Tätigkeit (Tätigkeitsberufe).

Es gibt Vorteile eines Freiberufler-Status, wie z.B. die Befreiung von der Gewerbesteuer. Jedoch können nicht alle Gründungen als freiberufliche realisiert werden. Eine Frage lautet also: Kannst du mit deinem Gründungsvorhaben freiberuflich tätig sein?

## Kategorisierung freier Berufe in der Übersicht



GRAFIK FREIE BERUFE

Solltest du dich in der dargestellten Kategorisierung auf den ersten Blick nicht wiederfinden, stelle dir folgende Fragen:

- Greifst du für deine unternehmerische Tätigkeit vor allem auf Wissen und Erfahrung zurück?
- Ist der kreative Anteil deiner Arbeit sehr hoch?
- Verfügst du über einen akademischen Abschluss oder eine sonstige, nachweisbar höhere Bildung die du nutzen willst?

Falls du diese Fragen mit ja beantworten kannst, spricht es für den Status einer freiberuflichen Tätigkeit. Die Grenzen jedoch sind selten leicht zu ziehen. Im Einzelfall entscheidet das örtliche Finanzamt, ob du unter die Freiberufler oder doch unter die Gewerbetreibenden fällst. Wer ganz sichergehen will, sollte seinen Status vom örtlichen Finanzamt prüfen lassen. Du kannst nämlich auch ohne Gewerbeschein gewerbsteuerpflichtig sein, sobald deine Tätigkeit in einem gewerblichen Bereich liegt.



Diese Feststellung ist wichtig, da Grafikdesigner als Illustratoren, die zeichnen und Motive erfinden, freiberuflich arbeiten können. Sobald sie aber beispielsweise Postkarten mit eigenen Motiven vertreiben, zählen sie zu den Gewerbetreibenden.

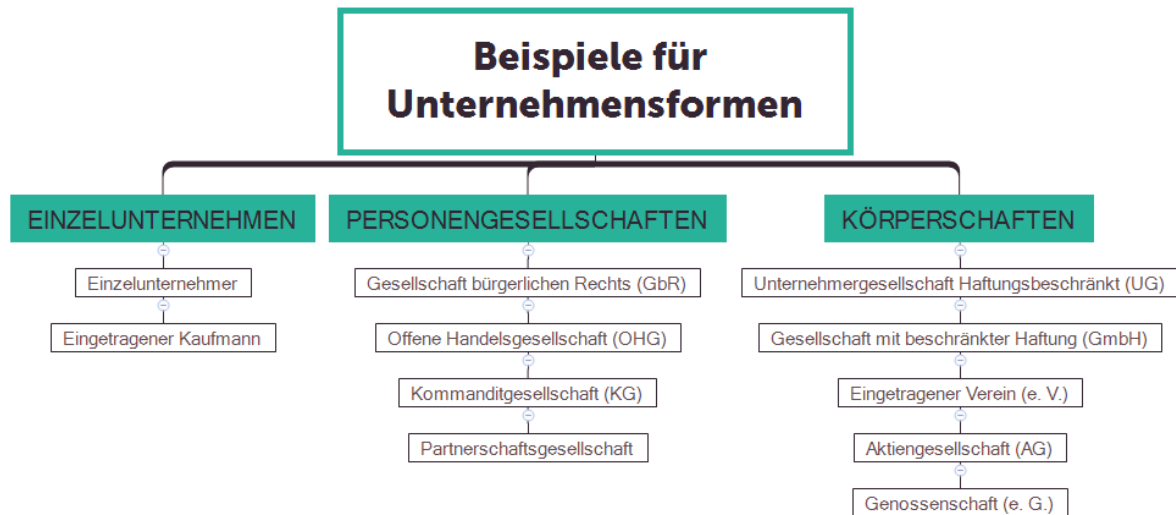
Wenn du in deiner selbstständigen Tätigkeit vor allem Produkte verkaufst, Waren herstellst oder vermittelnde Dienstleistungen anbietest, sind das gewerbliche Tätigkeiten, die in der Regel auf Industrie und Handel, Reise-, Gaststätten- und Verkehrsgewerbe, Makler, Bauträger, Baubetreuer und Handwerker zutreffen. Du meldest deine Gründung beim zuständigen örtlichen Gewerbeamt an. Ob extra Nachweise oder Erlaubnisse (z. B. einen Meisterbrief) für die Aufnahme einer gewerblichen Tätigkeit benötigt werden, hängt davon ab, ob du mit dieser Tätigkeit Menschen gefährden könntest. Das ist dann der Fall, wenn du z. B. mit gefährlichen Substanzen arbeitest oder Bauwerke errichtest, Alkohol ausschenkst oder Versicherungen verkaufen möchtest.

## **UNTERNEHMEN UND IHRE RECHTSFORMEN**

Ob freiberuflich oder gewerblich – jedes gegründete Unternehmen hat eine Rechtsform. Wenn du dich selbstständig machen möchtest, wirst du also eher früher als später vor der Frage stehen, welche Rechtsform dein Unternehmen haben soll.

Welche Rechtsform für die jeweilige Gründung in Frage kommt, ist von einer Vielzahl persönlicher, wirtschaftlicher und steuerlicher Aspekte abhängig. Da sich die Situation eines Unternehmens ständig verändert können Rechtsformen auch veränderten Rahmenbedingungen und dem Wachstum angepasst werden. Eine einmal gewählte Rechtsform ist also nichts endgültiges.

Rechtsformen können von jedem, der sich gründen möchte, frei gewählt werden. Solltest du für deine Gründung 50.000 Euro übrig, Spaß an Bürokratie und noch dazu viel Zeit haben, könntest du dein Gründungsvorhaben bspw. in der Rechtsform einer Aktiengesellschaft realisieren.



GRAFIK UNTERNEHMENSFORMEN

In den meisten Fällen starten Gründer in der Rechtsform eines Einzelunternehmens. Sie treffen eigene Entscheidungen für das Unternehmen, sind allein verantwortlich und haften mit allem, was sie haben, falls sie Schaden anrichten.

Wenn du dich nicht allein, sondern mindestens zu zweit gründen möchtest, kommen Rechtsformen von Personengesellschaften in Frage. In einer Personengesellschaft, beispielsweise der Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR), wollen mindestens zwei Personen den Zweck ihres Unternehmens gemeinsam verwirklichen. Die Gesellschafter entscheiden gemeinsam, führen gemeinsam die Geschäfte und haften auch gemeinsam und füreinander.

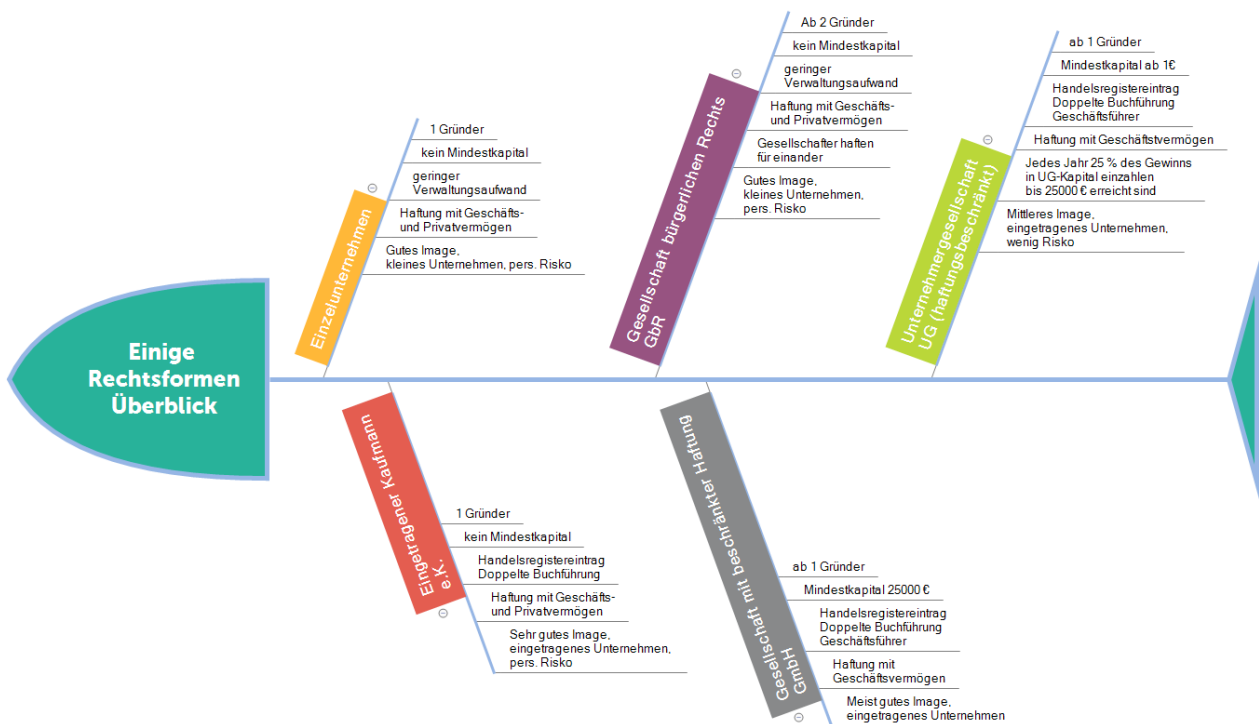


Bei einer sogenannten Körperschaft (z. B. Kapitalgesellschaften oder Vereine, siehe nachfolgende Grafik) ist das anders. Bei diesen Rechtsformen können auch andere Personen, die nicht Gesellschafter sind, angestellt werden und die Geschäftsführung übernehmen, da die Körperschaft als „juristische Person“ gesehen wird. Diese „juristische Person“ kann Verträge schließen, also auch Arbeitsverträge mit ihren Gesellschaftern.

Als Gesellschafter einer Kapitalgesellschaft – wie z. B. der GmbH – haftest du auch nicht persönlich und unbeschränkt, wie es bei einer Personengesellschaft der Fall ist. Im Streitfall würdest nicht du persönlich, sondern die Kapitalgesellschaft verklagt werden und du haftest mit deinem Anteil an dem Unternehmen. Aber Achtung: Davon ausgenommen sind Pflichtverletzungen wie das Nichtabführen von Umsatzsteuer, Lohnsteuer oder Krankenkassenbeiträgen von Angestellten.

Eine Körperschaft kannst du übrigens auch allein gründen – je nach Rechtsform mit entsprechend viel Eigenkapital (z. B. 25.000 Euro für die Gründung einer GmbH). Sinnvoll ist es jedoch, den Aufwand so klein wie möglich und so groß wie nötig zu halten – und dabei stets das Ausmaß des bürokratischen und finanziellen Aufwands, die Folgen für die Verwaltung des Unternehmens und mögliche Haftungs- und Imagefragen im Blick zu haben.

Das Gute ist: Du kannst die Rechtsform anpassen, wenn dein Unternehmen sich verändert – du bist nicht auf die einmal gewählte Form festgelegt. Wenn du andere an deinem Unternehmen mit Geld oder mit ihrer Arbeit beteiligen willst oder du deine private Haftung beschränken möchtest, weil die ersten großen Geschäfte vor der Tür stehen, ist es oft sinnvoll, die Rechtsform daraufhin zu prüfen.



GRAFIK RECHTSFORMEN

### 1.3. „ICH BIN DER GRÖßTE“ – ODER WAS EINZELUNTERNEHMER UNBEDINGT WISSEN SOLLTEN

Ein Einzelunternehmer hat das Sagen, wenn es um sein Unternehmen geht. Er allein entscheidet, was er wie und warum verkaufen möchte, ob er hundert oder doch lieber hunderttausend Euro in den Ausbau seines Geschäfts stecken möchte und noch vieles mehr. Er braucht für seine Gründung kein vorgeschriebenes Mindestkapital und darf den Gewinn für sich behalten (nachdem die Steuern bezahlt sind). Dafür trägt er aber auch das volle Risiko, und zwar allein: Er haftet unbeschränkt und persönlich sowohl mit seinem gesamten Geschäfts- als auch mit seinem Privatvermögen.

Mit der alleinigen Entscheidungsgewalt ist gerade am Anfang der Gründungsphase viel Arbeit verbunden: Kundenakquise, Ämtergänge, Auftragsbearbeitung, Rechnungsstellung und vieles mehr lassen oft nicht viel Freizeit.

Kommen unvorhersehbare Ärgernisse oder Erkrankungen hinzu, hat das Unternehmen und damit der Unternehmer schnell das Nachsehen. Eine gesunde Selbsteinschätzung, gute Arbeitsorganisation, Stressresistenz und eine gehörige Portion Motivation sind in jedem Fall wichtige Voraussetzungen, wenn du dich als Einzelunternehmer selbstständig machen möchtest.

In Deutschland gibt es immer mehr Einzelunternehmer. Das entspricht der Tendenz, dass spezialisierte Arbeiten von externen Auftragnehmern geleistet werden und Unternehmen Arbeit outsourcen, um ihr Risiko bei schwankenden Auftragslagen zu minimieren. Viele Selbständige sind Dienstleister und verkaufen ihre Arbeitszeit – das kann der Truckfahrer, der Physiotherapeut oder die Architektin sein.

Eine besondere Art von Einzelunternehmern wird zurzeit viel diskutiert: der Solopreneur. Ein Solopreneur wird zum Anbieter eines Produktes oder Programms, das potentiell viele Kunden buchen können. Er kann sein Angebot skalieren. Die Menge der verkauften Leistung ist nicht mehr direkt von der Arbeitszeit abhängig, das kann z. B. der Vertrieb von angekauften oder von selbst hergestellten Produkten wie E-Books oder Apps sein.

Durch die Nutzung von Internetvertrieb, Webangeboten und Komponenten „[...] ist es möglich, dass mehrere Kunden zeitgleich die gleiche Lösung in Anspruch nehmen. Und was zwei können, können auch – wenn ihr Business wächst – 100 oder 1.000 Kunden tun“, schreiben die Autoren Brigitte und Ehrenfried Conta Gromberg in dem Buch „Solopreneur. Alleine schneller am Ziel“.

Das Internet macht potenzielle Kunden auf der ganzen Welt erreichbar und vereinfacht den Kontakt auch mit den Kunden, die um die Ecke wohnen. Social Media wie Facebook sind inzwischen Standard für den Austausch über Vorlieben, Tipps, Veranstaltungen und Angebote.

In Zeiten des Internets ist es außerdem möglich, die Sachen, die du als Gründer nicht selbst beherrschst, von anderen am anderen Ende der Welt erledigen zu lassen. Unternehmer bieten Dienstleistungen im Netz an, die du für deine Geschäftsidee

nutzen kannst. Du kannst die Leistungen, um die du dich nicht selbst intensiv kümmern möchtest, auslagern und dazukaufen, was dir fehlt: Das reicht vom Buchhaltungsservice über Speditionsleistungen mit Zollabwicklung bis zu Werbekampagnen.

Viele Solopreneure organisieren auf diese Weise ihr Unternehmen in einem Rahmen, dass sie es über das Internet betreiben können und andere mit allen Leistungen und Aktionen, die ihre Anwesenheit erfordern, beauftragen: Das kann das Schreiben eines Blogs sein, aber auch der Verkauf von Schrankknöpfen oder Fruchtaufstrichen. Die Tätigkeit kann überall auf der Welt ausgeübt werden, Voraussetzung ist lediglich eine stabile Internet-Verbindung. Die reisenden Unternehmer nennen sich z. T. digitale Nomaden. Zeit und Freiheit sind das Ziel – neben einem ausreichenden Einkommen.

Um dieses Ziel zu erreichen, können die schon erwähnten Komponenten genutzt werden. Tools und Know-how und Service (wie Lagerung, Versand, Kundendienst) werden eingekauft und damit eine Leistung angeboten, für die früher ein Betrieb mit mehreren Angestellten nötig war. Komponenten können in unterschiedlichen Unternehmensbereichen genutzt werden. Beispielsweise im Marketing und Vertrieb, in der Logistik oder in der Buchhaltung. Mehr dazu erfährst du im Komponentenportal.

#### **1.4. „DAS HAB' ICH ALLES IM KOPF“ – ODER WIE GESCHÄFTSIDEEN PROFESSIONELL ERARBEITET WERDEN**

Manche Geschäftsideen kommen über Nacht und so manche Geistesblitze haben nicht nur Gründer hervorgebracht, sondern ihnen später beträchtliche Einkommen gesichert. Andere Geschäftsideen entstehen auf Grund aufmerksamer Beobachtung und scheinen ihrer Zeit voraus.

So stellt sich die Frage, wie es mit der Automobilindustrie heute aussähe, wenn Henry Ford Ende des 19. Jahrhunderts seinen Traum motorisierter Fortbewegung aufgegeben hätte.

Als wäre die Erfindung des Automobils nicht schon beeindruckend genug – wie können Menschen von etwas überzeugt werden, was noch gar nicht existiert?



**Wenn ich die Menschen  
gefragt hätte, was sie  
wollen, hätten sie  
gesagt schnellere  
Pferde (Henry Ford)**

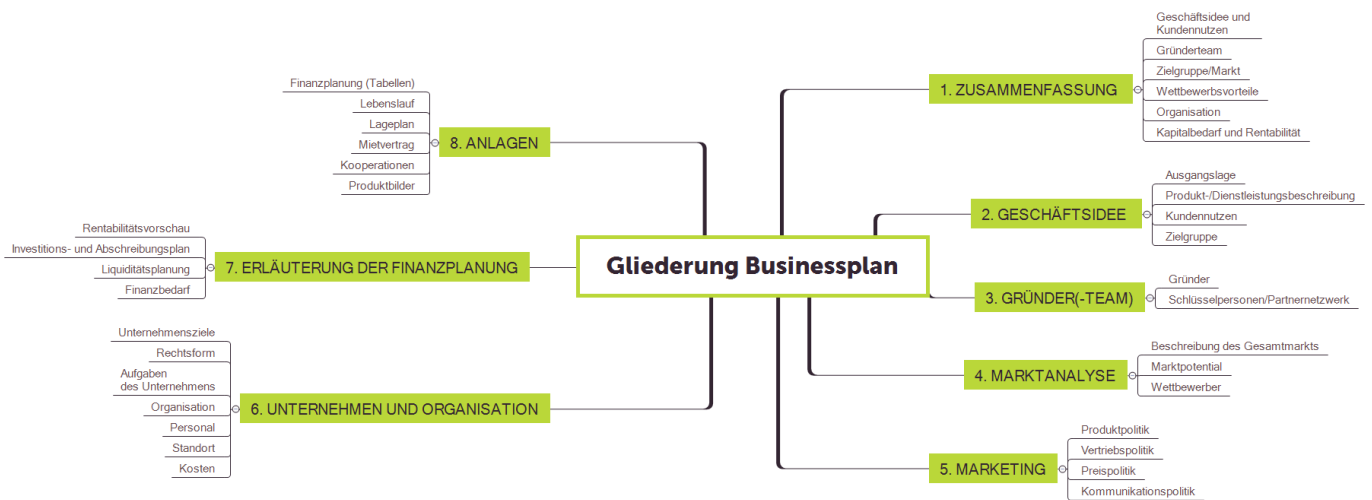
## **DIE GRÜNDUNG VORBEREITEN MIT EINEM KLASSIKER: DEM BUSINESSPLAN**

Niemand weiß, ob Henry Ford mit einem ausgearbeiteten Businessplan in der Tasche schneller erfolgreich gewesen wäre.

Vermutlich nicht, denn auch Businesspläne steckten damals noch in den Kinderschuhen. Heute dagegen sind sie oft wichtiger Bestandteil, wenn es darum geht, von Banken Kredite zu erhalten und Investoren zu gewinnen.

Der Business- oder Geschäftsplan ist ein schriftliches Dokument, in dem auf zehn bis fünfzig Seiten die Geschäftsidee und alles, was damit zusammenhängt, beschrieben wird: angefangen beim Gründer bzw. Gründerteam bis hin zur Markt- und Wettbewerbsanalyse, der Unternehmensform und der Finanzplanung. Das schafft nicht nur Klarheit und Struktur bei dir selbst, sondern hilft dir vor allem dabei, andere von deiner Geschäftsidee zu überzeugen.

## DAS GEHÖRT IN EINEN BUSINESSPLAN



GRAFIK BUSINESSPLAN

Eine ausführliche Version einer Vorlage zum Konzept, in der detaillierte Fragen gestellt werden, kannst du dir [hier](#) herunterladen.

Eine „richtige“ Businessplanung kann schon bis zu 30, 50 oder mehr Seiten erreichen. Dabei umfassen die Tabellen der Finanzplanung meist schon zehn Seiten. Banken und Geldgeber erwarten meist so ein umfangreiches Werk, da es ja um die Begründung eines größeren Kreditbedarfs geht.

## ENTWICKLUNG VON GESCHÄFTSMODELLEN

Der Kern einer Gründung ist das Geschäftsmodell. Das heißt, es muss klar sein wer - warum - was - wo kaufen will. Ausgangspunkt ist also ein Problem, das du für andere lösen kannst und diese Lösung bietest du für Geld an. Dieses Angebot kann ein Produkt oder eine Dienstleistung sein. Wenn du erfährst, dass deine Kunden deine Lösung ihres Problems toll finden und sie dafür bezahlen würden, kannst du erste Angebote/Prototypen entwickeln und die Interessierten nach Feedback fragen. Ein Nutzen sind Rückmeldungen zu Funktionen, Emotionen und Werten, Image, Material, Zeit, Preis etc., damit du deine Idee verbessern kannst. Es handelt sich um die Test- und Befragungsphase.

Sobald du beim Testen deiner Produkte durch die Kunden nicht mehr viel Neues erfährst, ist Zeit für die nächsten Schritte. Wo und in welchen Mengen soll produziert



und verkauft werden, wie werden die Abläufe organisiert, wie viele Leute, Räume, Webseiten, Kooperationspartner etc. sind nötig, was kannst du an Arbeiten selbst erledigen, was deine Mitarbeiter und bei welchen Aufgaben macht es Sinn, diese extern zu vergeben.

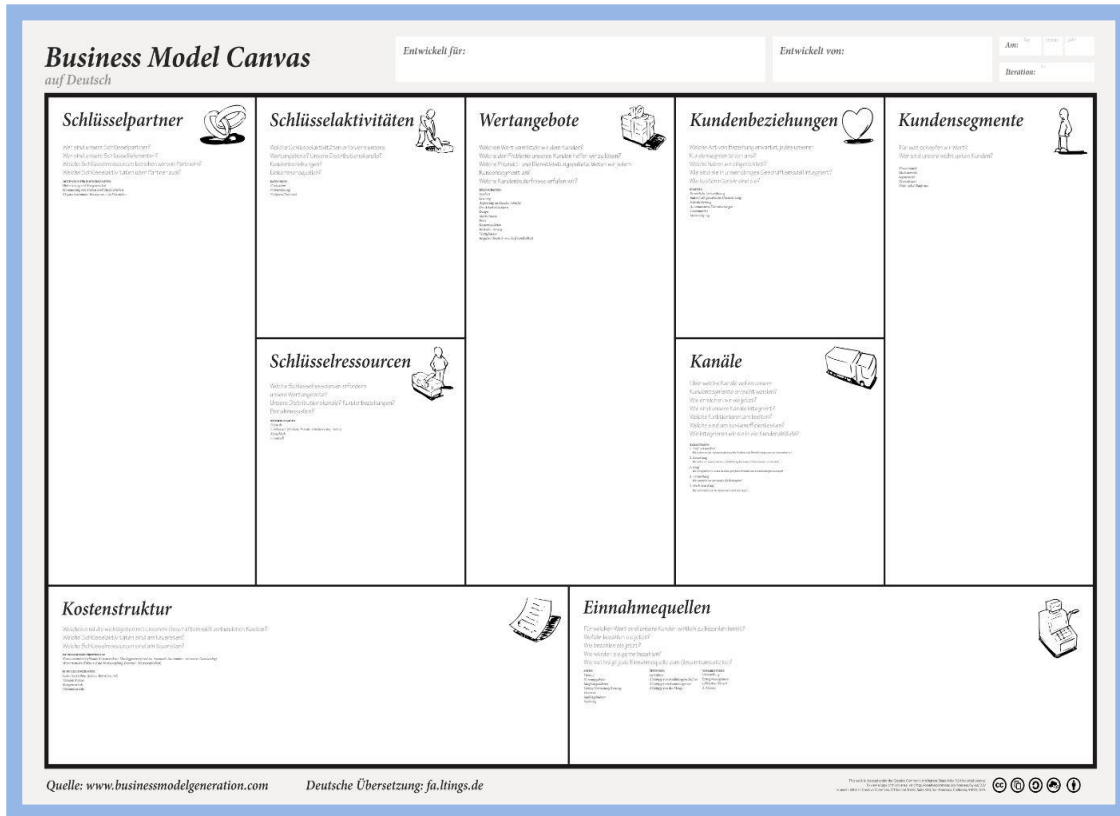
In dieser Phase rücken die im Businessplan beschriebenen detaillierteren Fragestellungen nach Anmeldungen, Erlaubnissen, Kapitalbedarf usw. in den Fokus. Somit dient die Businessplanung der Planung der konkreten Umsetzung eines Geschäftsmodells. Eine gute Arbeitsmethode zum Entwickeln und Strukturieren des Geschäftsmodells ist:

### **BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)**

Einmal angenommen, du bist der bildliche Typ und Schreiben gehört nicht zu deinen Lieblingsaufgaben. Du bist aber von deiner Geschäftsidee überzeugt und möchtest andere davon begeistern. Das Business Model Canvas kann dir helfen. Es ist eine Möglichkeit, dein Geschäftsmodell visuell und prägnant darzustellen.

Diese Form der Darstellung auf einer großen „Leinwand“ (Canvas) bringt Klarheit in dein Vorhaben und erläutert anderen das Geschäftsmodell anschaulich. Gleichzeitig kann dir die Struktur als Vorlage für einen Businessplan dienen. Im Vergleich zum klassischen Businessplan kann das BMC als Tool verstanden werden, mit dem aktiv Veränderungen und Entwicklungen des Geschäftsmodells vorgenommen und veranschaulicht werden. Es reduziert Komplexität und zeigt die grundlegenden Zusammenhänge bzw. die Bausteine des Unternehmens, die aufeinander wirken und zusammenpassen müssen. Auf diese Weise lassen sich Fehler oder Lücken im Geschäftsmodell besser und früher erkennen.

Wie erstellst du nun ein Business Model Canvas? Ganz einfach: Du baust. Dazu nutzt du neun Canvas Bausteine, die zusammengesetzt das Geschäftsmodell deines Unternehmens abbilden und flexibel hin und her geschoben werden können.



## DIE NEUN BAUSTEINE DES BUSINESS MODEL CANVAS

Im Business Model Canvas werden die vier zentralen Bereiche eines Unternehmens:

- Die Kunden
- Das Angebot
- Die Organisation und Infrastruktur
- Die Finanzierung des Unternehmens

anhand von neun Bausteinen abgebildet (siehe Grafik oben).

Der Aufbau des Canvas orientiert sich an einer unternehmerischen Logik. Was könnte für ein Unternehmen wichtiger sein, als seine Kunden? Du gehst von einem Kundensegment (1) aus und fragst dich, welches (Wert-)Angebot (2) das Unternehmen bereitstellen muss, um die Bedarfe und Wünsche dieser Kunden zu erfüllen.

Als nächstes wirst du dir als angehender Unternehmer die Frage stellen, durch welche Kanäle (3) du deine Kunden am besten erreichen und ansprechen kannst. Angenommen, dein Kundensegment umfasst Menschen mit Interesse an veganer Ernährung (ein wachsender Nischenmarkt), denen du eine Variation veganer

Eisorten anbieten möchtest (ein leckeres Wertangebot). Wie möchtest du deine Kunden erreichen? Über den direkten Verkauf im eigenen Laden, via Online-Shop oder über Zwischenhändler, etwa Supermärkte? Wirst du sie persönlich auf dein neues Angebot aufmerksam machen – oder doch eher mittels Werbeanzeigen?

Es stellt sich weiter die Frage, welche Art von **Kundenbeziehung (4)** du für dein Unternehmen etablieren möchtest. Was schätzen deine Kunden an dir und deinem Angebot, was erzählen sie über deine Leistung, was ihnen wichtig ist?

Je nachdem, wie du die ersten vier Bausteine definiert hast, wird die Art der **Einnahmequellen (5)** festgelegt. Wirst du lediglich einzelne Eistüten verkaufen (einmalige Kundenzahlungen) oder erwartest du wiederkehrende Einnahmen aus laufenden Zahlungen (etwa, wenn der Kunde online gleich ein ganzes Eis-Abonnement für die Sommer-Saison abgeschlossen hat). Damit es dem Kunden auch lange gut schmeckt, wirst du dir auch darüber Gedanken machen, mit welchen **Schlüsselressourcen (6)** du dein unverwechselbares Eis herstellen und anbieten könntest.

Du musst ggf. Personal für deinen Eisladen einstellen, Partnerschaften mit Supermärkten eingehen, Eismaschinen erwerben oder gar ein Patent auf eine besondere Form der Eisherstellung eintragen. All das sind Formen wichtiger Schlüsselressourcen. Damit alles auch so funktioniert, wie du dir das vorstellst, wirst du sicher nicht auf der faulen Haut liegen, sondern durch **Schlüsselaktivitäten (7)** alles tun, damit „der Laden läuft“. Dazu zählt die Eisproduktion genauso wie die Reparatur der Eismaschine oder die Einstellung von Personal. Wenn du nicht zufällig ausgebildeter Eisspezialist und Eismaschineningenieur in einer Person bist, ist es unabdingbar, **Schlüsselpartnerschaften (8)** mit jenen Partnern oder Lieferanten einzugehen, die für die Umsetzung deines Geschäftsmodells nötig sind.

Abgerechnet wird bekanntlich zum Schluss: In der **Kostenstruktur (9)** legst du fest, wie viele Kosten bei der Ausführung des Geschäftsmodells entsprechend der acht vorangegangenen Bausteine anfallen.

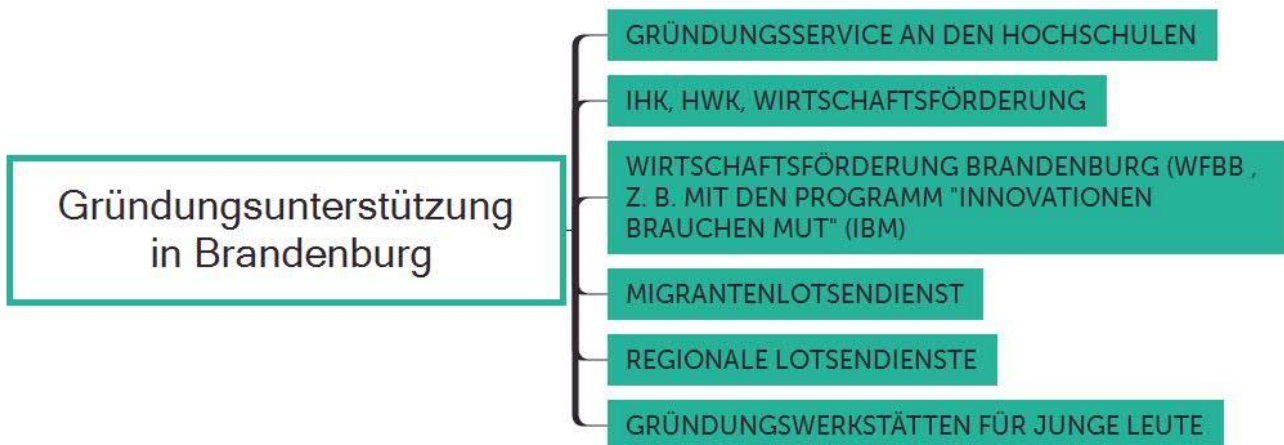
## 2. STARTHILFE

### 2.1. ALLEIN AUF WEITER FLUR? – ODER: WELCHE FÖRDERUNGEN ES GIBT

Eine erste Anlaufstelle, bei der du im Internet einen guten Überblick über aktuelle Förderprogramme erhältst, ist die [Förderdatenbank](#): Die Filter der Schnellsuche helfen dir dabei, dich gut zurechtzufinden. Die Möglichkeiten können je nach Phase der Gründung, nach Branche, Geldgeber und Region sehr unterschiedlich ausfallen. Solltest du vorhaben, dich im Land Brandenburg selbstständig zu machen, hast du Zugang zu einem bundesweit einmaligen Beratungs- und Fördernetzwerk für Existenzgründer.



In allen Landkreisen und kreisfreien Städten gibt es regionale Lotsendienste, die insbesondere arbeitslose Menschen mit kostenfreier Beratung auf ihrem Weg in die Selbstständigkeit unterstützen. In Gründungswerkstätten erhalten junge Menschen bis 30 Jahre, die arbeitslos oder von Arbeitslosigkeit bedroht sind, spezielle Existenzgründungsberatung. Auch Menschen mit Migrationshintergrund haben eine spezialisierte Anlaufstelle für ihr Gründungsvorhaben im Land Brandenburg: den Lotsendienst für Migrantinnen und Migranten.



GRAFIK GRÜNDUNGSUNTERSTÜTZUNG

Auch die Förderfibel Brandenburg (leider nur Stand 2018) enthält einen Überblick aller Landes-, Bundes- und EU-Programme. In allen Bundesländern gibt es darüber hinaus kostenfreie Beratung zu Finanzierungsmöglichkeiten bei den folgenden Stellen:

- bei den Kammern: Handwerkskammer (HWK) und Industrie- und Handelskammer (IHK)
- bei Gründungsspezialisten von Banken und Sparkassen
- für Studenten und Absolventen bei den Gründungsservices/Career Center an den Hochschulen

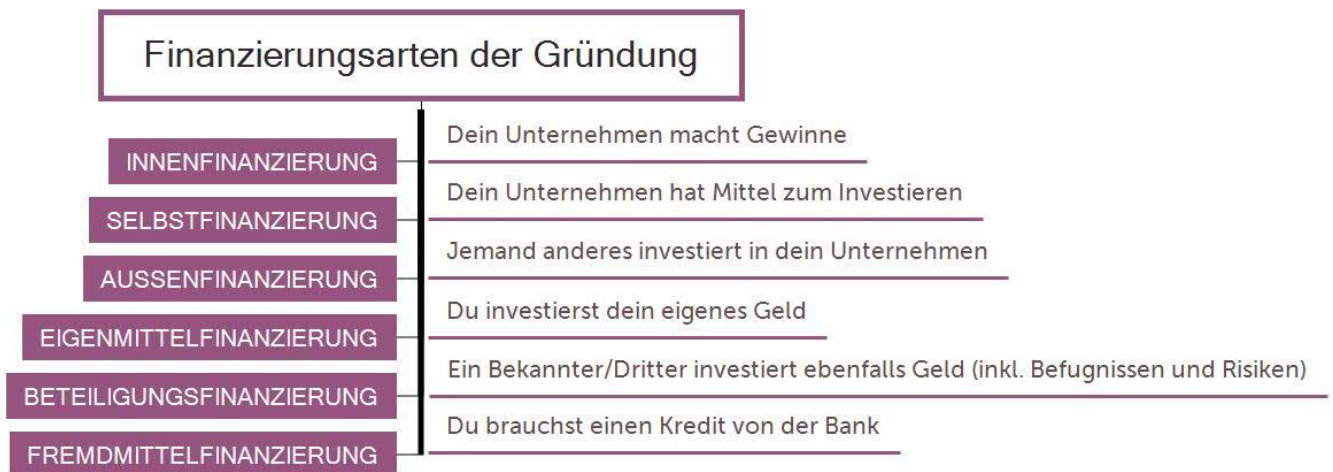
Empfehlenswert ist auch die online verfügbare, sehr umfangreiche Broschüre: „Wirtschaftliche Förderung – Hilfen für Investitionen und Innovationen“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

## 2.2. DAS SPARSCHWEIN FÜTTERN – ODER WIE GRÜNDUNG FINANZIERT WIRD

Wahrscheinlich hast du dich bereits hier und da mit dem Thema Finanzierung beschäftigt. Eine Gründung kostet Geld und sollte dementsprechend gut geplant und vorbereitet sein. Am Anfang steht die Frage, wie viel „Startkapital“ überhaupt nötig ist.

Selbst wenn es nicht um die Eröffnung des eigenen Eisladens oder andere, kostenintensivere Gründungsvorhaben geht, entsteht eine Selbstständigkeit nicht aus dem Nichts und verursacht Kosten (auch die Busfahrkarte zum Finanzamt kostet Geld). Es entsteht somit ein Kapitalbedarf, der gedeckt werden muss. Eine gute Finanzierung zeichnet sich neben der richtigen Höhe durch sinnvolle Rückzahlungsfristen aus. Die goldene Bilanzregel besagt, dass ein Unternehmen solide finanziert ist, wenn langfristig genutztes Anlagevermögen (Geschäftsausstattung, Eismaschine, PKW, ...) auch langfristig finanziert wird und Kurzfristiges kurzfristig.

Wie kannst du nun deine Gründung finanzieren? Da gibt es verschiedene Optionen.



GRAFIK FINANZIERUNGSARTEN

Bevor es an die Finanzierung geht, solltest du dir zunächst darüber klarwerden, was du für deine Gründung brauchst. Dabei hilft die Erstellung eines Bedarfsplans, in dem deine kalkulierten Ausgaben abgebildet werden.

### Beispiel Kapitalbedarfsplan zum Gründungszeitpunkt

MONATE	1. MONAT	2. MONAT
Umlaufvermögen (Waren, Vorräte, Kassenreserve, etc.)	2.000	300
Investition in Anlagevermögen (Ausstattung, KFZ, etc.)	10.000	0
Gründungsspezifische Kosten (Meldungen, Schulungen, etc.)	180	50
Lfd. Betriebsausgaben (Miete, Telefon, Energie, etc.)	500	500
Private Lebenshaltung (kalkulatorischer Unternehmerlohn) inkl. SV	1.500	1.500

GRAFIK KAPITALBEDARSPLAN

Ergibt sich aus einem Kapitalbedarfsplan für die Gründung ein Kapitalbedarf in Höhe von beispielsweise 22.300 Euro, wird dieser in einen Finanzierungsplan übertragen.

In diesem siehst du auf einen Blick, wie geplante Investitionen finanziert werden sollen bzw. wie du den geplanten Kapitalbedarf decken möchtest.

Wichtig hierbei: Die Finanzierung muss mindestens den Kapitalbedarf decken!

## Beispiel Finanzierungsplan Gründungszeitpunkt

EIGENKAPITAL		FREMDKAPITAL	
Eigenkapital bar	6.000	Förderkredit	8.000
Eigenkapital Hilfe	-	Darlehen Bekannter	7.000
Einlage Laptop	1.000	Sparkasse	-
Andere Sacheinlagen	200	Lieferantenkredite	-
Software	100	Hausbankkredit (Kontokorrent)	-
<hr/>		<hr/>	
Eigenkapital	7.300	Fremdkapital	15.000
Eigenkapitalquote	33 %	Fremdkapitalquote	67 %
<hr/>		<hr/>	

GRAFIK FINANZIERUNGSPLAN

Da in der Gründungsphase in der Regel kaum Gewinne anfallen und kaum betriebliches Vermögen zum Verkaufen aufläuft, ist eine Innenfinanzierung in der Startphase eher die Ausnahme, dafür aber in den Folgejahren umso relevanter. In der Gründungsphase stellt sich somit häufig die Frage:



## **WO GIBT ES GÜNSTIGE KREDITE?**

Neben den üblichen Bankkrediten, den so genannten Hausbankkrediten, deren Konditionen und Bedingungen du in jedem Bankfenster (oder besser auf den Webseiten) der Banken nachlesen kannst, gibt es staatlich geförderte Kredite für Existenzgründer mit günstigen Zins- und Tilgungsraten (z. B. Mikrokredite oder Startgeld).

Im Land Brandenburg wurde 2016 durch die ILB (Investitions- und Landesbank Brandenburg) ein Mikrokreditprogramm (Mikrokredit Brandenburg) gestartet, das zinsgünstig Summen bis 25.000 Euro für eine Laufzeit bis fünf Jahre zur Verfügung stellt und recht unbürokratisch beantragt werden kann. Näheres findest du auf den Seiten der [ILB](#) – oder [hier](#).

Unter Stichworten wie „Existenzgründungsprogramm“ oder „Mittelstandsprogramm“ findest du im Internet auch Broschüren über öffentlich geförderte Kredite, z. B. bei den Landesinvestitionsbanken oder bei der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Darüber hinaus bieten viele Länder spezielle Finanzierungsprogramme und Angebote, die sich explizit an Gründer und junge Unternehmen richten.

Gründest du aus der Arbeitslosigkeit heraus, gibt es besondere Förderungen. Die Agentur für Arbeit kann bei Gründungen aus dem Bezug von ALG I einen monatlichen Gründungszuschuss in Höhe des Arbeitslosengeldes plus 300 Euro zur sozialen Absicherung für sechs Monate gewähren. Es kann eine Fortzahlung der 300 Euro für weitere neun Monate gewährt werden, wenn eine Notwendigkeit der Unterstützung und eine erfolgreiche, wachsende Geschäftstätigkeit dargelegt werden. Eine Voraussetzung für den Antrag auf Gründungszuschuss ist, dass der Anspruch auf das Arbeitslosengeld I bei Antragsstellung noch mindestens 150 Tage besteht.

Beim Bezug von Arbeitslosengeld II (Hartz IV) besteht die Möglichkeit, von Seiten des Jobcenters einen Zuschuss von bis zu 5.000 Euro oder ein Darlehen für notwendige Anschaffungen zu erhalten. Sowohl beim Gründungszuschuss als auch bei den

Zuschüssen bzw. Darlehen vom Jobcenter handelt es sich jedoch um eine Ermessensleistung der jeweiligen Stelle, auf die kein Rechtsanspruch besteht.

Für Gründer, die mit eigenem Kapital gründen und es schaffen, relativ früh und konstant Einnahmen zu generieren, wird auch der Begriff „Bootstrapper“ benutzt, da sie aus eigener (Finanz)Kraft die Entwicklung ihres Unternehmens in Gang setzen.

Ähnlich wie der deutsche Baron Münchhausen sich selbst am eigenen Schopf aus einem Sumpf zog, ziehen sich die Gründer nach einer englischen Redewendung an ihren Stiefelriemen (engl. bootstraps) selbst über einen Zaun.

### **2.3. GEMEINSAM STARK – ODER WAS CROWDFUNDING MÖGLICH MACHT**

Auch wenn ein paar gut gemeinte Geldscheine der Eltern oder Großeltern nie schaden können: So manche Gründungsidee ist ihren Weg ganz ohne Kredite oder Zuschüsse gegangen. Nicht Banken haben die nötigen Finanzmittel bereitgestellt – sondern viele Menschen, die von der Geschäftsidee so begeistert waren, dass sie selbst einen kleinen Teil investiert haben. Das nennt sich Crowdfunding, kommt aus den USA und ist eine spannende Alternative zur klassischen Gründungsfinanzierung, von der besonders soziale und kreative Gründungsideen profitieren können.

In den letzten Jahren hat sich eine muntere Online-Szene rund um Crowdfunding und -investing entwickelt. So berichtete [gruender.wiwo.de](http://gruender.wiwo.de) über eine Studie der Beratungsgesellschaft Ernst & Young und des Center for Alternative Finance der Universität Cambridge, wonach Crowdfunding und Co. boomen und sich als alternative Finanzierungsmöglichkeiten für gute Ideen und Projekte eignen. Der Studie zufolge sind die neuen Möglichkeiten der Kapitalakquise vor allem für kleine und mittlere Unternehmen interessant. Der Löwenanteil alternativer Finanzierungen in Europa entfällt mit einem Volumen von 2,34 Mrd. Euro auf Großbritannien, gefolgt von Frankreich (154 Mio. Euro) und Deutschland (140 Mio. Euro). Dass Crowdfunding und Co. in Großbritannien besonders populär sind liegt laut Christopher Schmitz,

Partner bei Ernst & Young, vor allem an den Folgen der Finanzkrise: „Nach der Finanzkrise musste sich die Wirtschaft dort schnell nach alternativen Geldquellen umsehen, weil der traditionell starke Bankenstandort hart getroffen wurde.“

## **DIE MASSE MACHT'S: FINANZIERUNG MIT DER CROWD**

Beim Crowd (Menschenmenge) Funding (Finanzierung) beteiligen sich viele Einzelpersonen daran, einem Projekt oder einem Gründungsvorhaben mit Kleinstbeträgen von teilweise nur einem Euro zum Erfolg zu verhelfen.

Als Gegenleistung bekommen die einzelnen Geldgeber weder Zinsen noch Gewinnbeteiligungen, sondern Proben des Produkts oder sonstige attraktive Angebote – die sogenannten „Dankeschöns“ oder „Rewards“. Darüber hinaus eignet sich Crowdfunding auch wunderbar als Marketinginstrument, mit dem schon vor Verwirklichung des Vorhabens mit einer durchdachten Kampagne viel Aufmerksamkeit erzeugt werden kann.

Um einen Schwarm von spendablen Unterstützern zu erreichen, solltest du dir zunächst Gedanken darübermachen, auf welcher der zahlreichen Crowdfunding-Plattformen du deine Kampagne starten möchtest. Das hängt zum einen von der Art deines Vorhabens und zum anderen von der Zielgruppe der Plattform ab.

### **Crowdfunding-Modell**

---

- Spenden-Crowdfunding
- Vorverkauf-Crowdfunding
- Rendite-Crowdfunding
  - Crowdlending
  - Crowdinvesting



Grafik: [www.crowdfunding.de](http://www.crowdfunding.de)

Auf [crowdfunding.de](http://crowdfunding.de) findest du einen aktuellen Überblick über Finanzierungsplattformen - von traditionellem Crowdfunding (Spenden an Projekte) bis zu Crowdinvesting (Kapital gegen Rendite oder Beteiligungen). Inzwischen gibt es

eine Vielzahl von regional oder inhaltlich spezialisierten Angeboten mit nationaler oder internationaler Reichweite um das Funding zu veröffentlichen.

<https://www.crowdfunding.de/plattformen> (Übersicht möglicher Plattformen)

Beispiele von Crowdfunding/Crowdinvesting Plattformen:

<https://www.startnext.com/> - für Projekte und Social Business

<https://www.seedmatch.de/> - Investing für Unternehmen und start-ups

<https://www.betterplace.org/de> - Funding für gemeinnützige Projekte

<https://www.bettervest.com/> - Investing für ökologische Projekte

<https://www.visionbakery.com/> - für kreative Projekte

<https://www.kickstarter.com/> – für Kreativwirtschaft, international

Das Crowdfunding ist übrigens nicht zu verwechseln mit dem ebenfalls beliebten Crowdinvesting. Auch hier wird Geld eingesammelt – allerdings erhalten die Geldgeber im Gegenzug kein „Dankeschön“, sondern handfeste Unternehmensbeteiligungen. Die Unterstützer sind also Investoren, die die Entwicklung des Unternehmens beeinflussen und ein unternehmerisches Interesse verfolgen.

Wenn du dich für eine Plattform entschieden hast, stellst du dein Projekt auf dieser ein. Am besten überlegst du dir vorher, wie du dein Projekt möglichst ansprechend beschreiben und darstellen kannst. Dabei unterstützen dich die meisten Plattformen mit Tipps oder online-Anleitungen oder sogar persönlichen Beratungen und Kursen. Fast alle haben Newsletter und Tipps oder Handbücher zum Download, die weiterhelfen.

Da es nicht das einzige Projekt sein wird, das hier um Aufmerksamkeit buhlt, ist eine gut vorbereitete Kampagne das A und O, um aus der Masse der Crowdfunding Projekte herauszustechen und wiederum die Masse an Geldgebern auf sich aufmerksam zu machen. Dazu zählt auch Transparenz: Gib also an, wofür du das gesammelte Geld ausgeben möchtest. Damit die möglichen Unterstützter auch

wirklich überzeugt werden, vergiss nicht, dir ein ansprechendes „Dankeschön“ für die Unterstützer zu überlegen und es mit zu vermarkten.



Die Projekte werden in der Regel für eine bestimmte Laufzeit auf der Plattform präsentiert. Sobald dein Projekt eingestellt und die Kampagne gestartet ist, läuft die Geld-Uhr und sollte dich dazu antreiben, so viele Unterstützer wie möglich auf das Projekt aufmerksam zu machen und zu überzeugen. Gängige Social Media Plattformen wie Facebook und Twitter sind gute Kanäle, um auf die Kampagne hinzuweisen und Unterstützer zu gewinnen. Häufig werden die gesammelten Gelder nur dann ausgezahlt, wenn die vorab festgesetzte Zielsumme in der Laufzeit der Kampagne auch erreicht worden ist.

Zusammenfassend kommst du in fünf Schritten an dein Crowdfunding Ziel:

1. Die Geldgeber: Definiere deine Zielgruppe!
2. Der Anreiz: Finde ein ansprechendes „Dankeschön“!
3. Das Funding: Lege dich auf eine Funding Summe fest!
4. Die Plattform: Zeige dich im besten Licht!
5. Die Crowd: Erzeuge den Netzwerk-Effekt!

Nicht zu unterschätzen ist die Arbeit, die hinter der Kampagne steckt! Dir muss klar sein, was die Crowd begeistern kann. Dafür sollte ein Video produziert werden, das

attraktiv und interessant die Vorteile der Idee zeigt. Hier sind Einfallsreichtum und Können gefragt!

Selbst wenn du es nicht schaffst, über eine Crowdfunding-Aktion Geld einzuwerben, sind sich Experten und Praktiker einig, dass es eine sehr wirkungsvolle Aktion zur Entwicklung deines Geschäfts- und Marketing-Konzeptes ist. Sollte das Funding Ziel nicht erreicht werden, war deine Arbeit nicht umsonst. Du hast dich nämlich noch einmal intensiv mit deinem Angebot auseinandergesetzt und hattest noch einmal Gelegenheit, ganz genau zu überlegen und zu erkunden, wer welchen Nutzen von deinem Produkt/Angebot hat und wie du es den Leuten schmackhaft machst.

## **2.4. MEHR ALS FLYER UND WERBETEXTE – ODER WAS MARKETING AUSMACHT**

Es ist nie verkehrt, sich zur Geschäftseröffnung mit eigenen Flyern auszustatten. Wenn du allerdings planst, einen Online-Shop aufzusetzen, sind Flyer wahrscheinlich nicht das effektivste Werbemittel.

Bevor es an der Stelle um die Einzelheiten sinnvoller Marketingstrategien geht, das Wichtigste vorweg: Eine Markterkundung zu deiner Geschäftsidee ist für eine erfolgreiche Gründung genauso wichtig wie die Formulierung des Kundennutzens. Bevor du dich auf das große Spielfeld des Marktes begibst, solltest du deine Mitspieler – die Kunden und die Konkurrenten – ganz genau unter die Lupe nehmen und überlegen: Was kann ich den Kunden bieten? Was ist das Besondere?

Und warum sollte er sich für mein Produkt oder meine Dienstleistung entscheiden? Davon leitest du schließlich alle Maßnahmen ab, die dazu dienen, das Unternehmen an die Erfordernisse und Möglichkeiten des Marktes auszurichten und legst damit den Grundstein für dein Marketing.

## **MARKETING ALS TEIL DES UNTERNEHMENSMANAGEMENTS: DER MARKETING-MIX**

Ausgangspunkt deines Marketing-Konzeptes ist zunächst einmal die Frage: Wie ist die Lage? Planst du, den fünften Eisladen in einem Umkreis von einem Kilometer zu

eröffnen oder ist derzeit weit und breit kein Eis zu haben? Geht es dir vor allem um dein Produkt, das revolutionäre vegane Eis, oder doch eher darum, den Kunden zufrieden zu stellen? All diese Fragen sind wichtig und zeigen, dass Marketing mehr ist als das Drucken von Flyern, sondern im großen Gesamtzusammenhang der Kunden mit dem Unternehmen betrachtet werden sollte.

Die Maßnahmen, mit denen du deine Unternehmensziele am Markt erreichen möchtest, werden unter dem Begriff Marketing-Mix zusammengefasst. Es stehen dir verschiedene Instrumente zur Verfügung, mit deren Hilfe du den Markt zu deinen Gunsten beeinflussen kannst. Diese Instrumente lassen sich in vier verschiedene Kategorien unterteilen.



GRAFIK MARKETINGMIX

Mit der **Produktpolitik** bestimmst du die Funktion, Art, Qualität, Verpackung, Service usw. deines Produktes oder deiner Leistung entsprechend der Bedürfnisse deiner Kunden.

Mit der **Vertriebspolitik**, auch Distributionspolitik genannt, legst du die Verfügbarkeit deiner Leistungen fest. Wo möchtest du dein Produkt in welcher Form, welcher Anzahl anbieten? Woher beziehst du Teile oder das ganze Produkt oder das Wissen und Können für deine Leistung? Brauchst du Lagerraum? etc.

Mit der **Preispolitik** bestimmst du den Preis deines Angebots. Während der grundlegende Preis von dir entsprechend der Kosten kalkuliert und entsprechend der

Konkurrenzpreise, dem Image des Produktes sowie der Zahlungsfähigkeit deiner Zielgruppe festgelegt wird, gibt es über Zahlungsbedingungen, Rabatte usw. mitunter noch spontane Möglichkeiten, deinen Verkaufspreis dem Kunden und dem Auftragsvolumen anzupassen.

Mit der **Kommunikationspolitik** wiederum regelst du, welches Image und welchen Bekanntheitsgrad dein Produkt haben soll. Dazu zählt auch die Werbung.

Natürlich ist jede einzelne dieser Kategorien für sich genommen ein umfassendes Themenfeld, auf das in diesem Rahmen nicht näher eingegangen werden kann. Du siehst aber, dass Marketing weit mehr ist als nur die Werbung, sondern Bestandteil der Festlegung deines Angebotes und deiner Unternehmensziele.

## **„MUNDPROPAGANDA“ ALS FORM DER WERBUNG**

Neben den klassischen Werbemitteln haben sich viele Formen etabliert, von denen insbesondere Neugründer profitieren können. Eine dieser Formen ist das sogenannte

### **Empfehlungsmarketing**

Richtig angewendet steckt dahinter mehr als ein schlichtes: „Empfehlen Sie mich gerne weiter!“. Vielmehr geht es darum, berechtigte Empfehlungen systematisch zu unterstützen und selbst für sich einzusetzen – etwa durch entsprechende Zitate zufriedener Kunden auf deiner Website. Damit vermeidest du nicht nur negative Mundpropaganda, sondern stärkst das Vertrauen deiner Kunden.

Ist der Kunde auf Empfehlung eines Freundes, Bekannten bzw. Geschäftspartners auf dich aufmerksam geworden, genießt du sozusagen einen Vertrauensvorschuss, der insbesondere für kleinere und mittlere Unternehmen immer wichtiger wird. Damit deine Kunden dich nicht nur gerne, sondern ganz selbstverständlich weiterempfehlen, zeige ihnen von Anfang an, warum du – und nur du – der Beste für den Job bist.





Gute Arbeit spricht sich rum – und wenn du dich noch sympathisch und verständnisvoll zeigst, umso mehr. In der Praxis kann das auch bedeuten, den Kunden zunächst einmal anzurufen und freundlich an die überfällige Rechnung zu erinnern, bevor du ihm eine Mahnung ins Haus schickst.

## WENN'S KLICKT UND ZWITSCHERT: ONLINE-MARKETING



GRAFIK ONLINE-MARKETING

Hast du schon einmal etwas von SEM, SEO oder SEA gehört? Zugegeben: Die Welt des Online-Marketings ist eine Welt für sich, die sich um Google, Online-Anzeigen, Links und Social Media Plattformen wie Facebook und Twitter dreht. Im Großen und

Ganzes geht es darum, potentielle Kunden auf eine bestimmte Internetpräsenz zu lenken, um einen Kauf oder ein Geschäft abzuschließen oder in die Wege zu leiten. Das sollte mit gründlichen Überlegungen zum Domainnamen und dem Aufbau deiner Website starten und kann mittels einer Suchmaschine wie Google (Suchmaschinen-Optimierung deiner Webpräsenz oder auch SEO), durch Aktivitäten in Sozialen Online Netzwerken (Social Media Marketing), durch den gezielten Versand von Newslettern (E-Mail-Marketing) oder durch besonders ansprechende Inhalte wie Infografiken oder Videos (Content Marketing) funktionieren.

Im Netz platzierte Werbeformen wie Banner oder Anzeigen (Display-Advertising) oder Partner, die das entsprechende Produkt oder die Dienstleistung mit vermarkten (Affiliate-Marketing), sind weitere Formen.

Du siehst also: Im Bereich des Online-Marketings steht dir eine Vielzahl an Möglichkeiten offen, mit denen du durchaus auch kurzfristig gute Erfolge erzielen kannst. Aber Vorsicht! Die Masse der Möglichkeiten bietet auch die Gefahr, sich zu verzetteln. Entscheidend für deine Aktivitäten ist immer die Frage, wo du deine Zielgruppe erreichst. Wenn du sie persönlich ansprechen musst, um glaubwürdig zu sein oder sie im Netz nicht unterwegs sind, sondern deinen Stand auf dem Wochenmarkt erwarten, ist abzuwägen, welche Werbeform die richtige ist.

Wenn du deine potentiellen Kunden über das Internet erreichen möchtest, ist eine Strategie für das Vorgehen sinnvoll. Bevor du auf sämtlichen Sozialen Netzwerken Accounts einrichtest, konzentriere dich lieber darauf, einen Kanal zu testen und aufzubauen, wenn er gut für dich funktioniert. Hast du beispielsweise von Grund auf eher wenige, aber dafür wichtige Kunden, macht ein standardisierter Newsletter wenig Sinn. Wie wäre es stattdessen mit einem Blog, über den du auch mit Fachkollegen in den Austausch treten und im Netz sichtbar werden kannst? Finde heraus, was dir liegt und was deinem Vorhaben weiterhilft!

## **2.5. DAS GEHT AUF'S HAUS – ODER WARUM EINE ORDENTLICHE BUCHHALTUNG WICHTIG IST**

„Das Genie beherrscht das Chaos“, wusste bereits Albert Einstein. Vermutlich ist da auch etwas dran. Und ein wenig Genialität kann mitunter auch nicht schaden, wenn es um neue Geschäftsideen und das Entdecken von Marktnischen geht. Doch selbst die Genies unter den Gründern kommen um die wesentlichen gesetzlichen Anforderungen bei einer Gründung nicht herum. Sowohl im Steuerrecht als auch im Handelsrecht werden wichtige Regelungen getroffen zu Buchführungspflichten, Aufzeichnungspflichten, zu Aufbewahrungspflichten und zu Grundsätzen zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD).

Grob zusammengefasst heißt das: Alles was mit der selbstständigen Tätigkeit zu tun hat, muss erfasst, dokumentiert und aufbewahrt werden. Wer Geschäftspartner zum Essen einlädt, für betriebliche Fahrten tankt oder das Büro kundenfreundlich mit einem Strauß Blumen aufwertet, sollte stets die entsprechenden Nachweise aufbewahren. Wie und in welchem Umfang die wirtschaftlichen Aktivitäten des Unternehmens nachgewiesen werden müssen, ist allerdings auch davon abhängig, welche Form der Selbstständigkeit du wählst.

### **BILANZIERUNG (DOPPELTE BUCHFÜHRUNG) VS. EINNAHMEN-ÜBERSCHUSS-RECHNUNG (EÜR)**

Schreckgespenst Buchhaltung? Was für viele Gründer oft als gruselige Angelegenheit daherkommt, ist mit der Einnahmen-Überschuss-Rechnung nur noch halb so wild. Mit diesem vergleichsweise einfachen buchhalterischen Verfahren lässt sich der Gewinn für das Finanzamt ermitteln, indem die Einnahmen und Ausgaben erfasst und gegenübergestellt werden. Im § 4 Abs. 3 des Einkommensteuergesetzes (EStG) steht: "Steuerpflichtige, die nicht auf Grund gesetzlicher Vorschriften verpflichtet sind, Bücher zu führen und regelmäßig Abschlüsse zu machen, und die auch keine Bücher führen und keine Abschlüsse machen, können als Gewinn den Überschuss der Betriebseinnahmen über die Betriebsausgaben ansetzen."

Die Buchungen erfolgen zum Zeitpunkt des Geldeingangs bzw. der Ausgabe. Das kann in vielen Fällen selbst bewältigt werden und benötigt nicht unbedingt einen Steuerberater. Zu der Gruppe der Steuerpflichtigen, die auf die EÜR zurückgreifen können, gehören die Freiberufler und kleinere Gewerbetreibende. Sobald du aber mehr als 600.000 Euro Jahresumsatz oder mehr als 60.000 Euro Gewinn im Jahr erwirtschaftest, mit deinem Unternehmen im Handelsregister eingetragen bist (z. B. mit einer OHG, KG, GmbH oder AG), oder dich als kaufmännischer Betrieb in das Handelsregister eintragen lässt, bist du buchhaltungspflichtig.

In diesem Fall kommst du um eine doppelte Buchführung nicht herum und musst bilanzieren. Das gilt dann beispielsweise auch für Nicht-Kaufleute, sofern sie sich in das Handelsregister eintragen lassen.

Bei der Bilanzierung wird jeder Geschäftsvorgang, also etwa die Zahlung einer Rechnung, im Laufe des Geschäftsjahres doppelt erfasst und in zwei Konten verbucht, die sich jeweils in einer Haben- und seiner Sollseite darstellen. Zudem wird die Umsatzsteuer im Voraus gezahlt, was bei einer Reihe nicht gezahlter Rechnungen problematisch werden kann. Eine ordentliche Bilanzierung setzt einiges an Fachwissen voraus. Professionelle Hilfe durch einen Steuerberater ist daher sinnvoll.

## **3. SOZIALE ABSICHERUNG FÜR GRÜNDER**

Die Deutschen sind nicht nur Weltmeister im Grillen – auch in Sachen Versicherungen sind sie weit vorne mit dabei. Billig ist das selten. Zu Beginn der Selbstständigkeit stehen die Entscheidungen an, welche privaten und beruflichen Absicherungen nötig und sinnvoll sind und um welche ihr euch zu einem späteren Zeitpunkt kümmern könnt.

Da es sich bei den meisten kleineren Gründungen um Einzelunternehmen handelt, ist zuallererst die Arbeitskraft das größte Kapital und sollte vor existenzbedrohenden Ereignissen wie Unfall oder Krankheit abgesichert werden. Manche Versicherungen sind dabei Pflicht, andere werden je nach Relevanz ausgewählt.

### **3.1 PFLICHT FÜR ALLE: DIE KRANKENVERSICHERUNG**

Die Krankenversicherung ist in Deutschland Pflicht. Soweit, so sinnvoll. Selbstständige können Mitglied in der privaten Krankenversicherung (PKV) werden oder sich freiwillig gesetzlich Krankenversichern.

In der privaten Krankenversicherung wird der Beitrag nach den gewählten Leistungen und nach dem Gesundheitszustand festgelegt. Junge gesunde Menschen zahlen vergleichsweise wenig. Die Versicherten können zusätzliche Leistungen erhalten, müssen allerdings Rechnungen verauslagen und im Alter mit hohen Beträgen rechnen. Kinder und Ehepartner sind nicht mitversichert. Die Entscheidung will gut überlegt sein, denn wer einmal in der PKV ist, der hat es schwer in eine gesetzliche Krankenversicherung zurückzuwechseln.

Du kannst dich auch freiwillig in der gesetzlichen Krankenversicherung weiterversichern, allerdings nur, wenn du vorher nicht privat versichert warst.

In der GKV richten sich die Beiträge nach dem Einkommen. Für hauptberuflich Selbstständige liegt die Bemessungsgrundlage (Bezugsgröße) zurzeit (2020) bei einem Einkommen von monatlich 1038,33 Euro.

Bei Selbstständigen, die einen Gründungszuschuss von der Bundesagentur für Arbeit erhalten wird dieser mitberücksichtigt. Der Beitragssatz der KV liegt z. Zt. bei ca. 15 % des Einkommens, also des Gewinns. Der reduzierte Satz läge also bei ca. 187 Euro pro Monat, wenn wir die Pflegeversicherung mitberücksichtigen. Kinder und Ehepartner können über die Familienversicherung mitversichert sein.

### **EBENFALLS PFLICHT: DIE PFLEGEVERSICHERUNG**

Die Pflegeversicherung wird parallel mit der Krankenversicherung abgeschlossen. Sie bietet eine Grundversorgung und kommt für die materiellen Folgen einer Pflegebedürftigkeit nach Unfall oder schwerer Krankheit auf. Der Beitragssatz zur gesetzlichen Pflegeversicherung beträgt 3,05 %.

Kinderlose Mitglieder, die das 23. Lebensjahr überschritten haben, zahlen einen Zuschlag von 0,25 %. Familienmitglieder ohne eigenes Einkommen sind mitversichert. Bei der privaten Pflegeversicherung hängen die Prämien nicht vom Einkommen ab. Es sind Kinder mitversichert, Ehepartner allerdings nicht.

### **3.2. MEIST FREIWILLIG: DIE RENTENVERSICHERUNG**

Normalerweise sind Selbstständige mit mehr als einem Auftraggeber nicht in der gesetzlichen Rentenversicherung pflichtversichert. Allerdings gibt es Ausnahmen bspw. bei Künstlern und Kreativen, Hebammen, Lehrern, Handwerksmeistern etc.

Der Beitrag zur gesetzlichen Rentenversicherung liegt z. Zt. bei 18,6 % des sozialversicherungspflichtigen Bruttoeinkommens. Freiwillig kann ab einem Mindestbeitrag von 83,70 Euro in die gesetzliche Rentenversicherung eingezahlt werden (Stand 2020). Man sollte sich bei der DRV beraten lassen, ob es sich lohnt, freiwillig Beiträge zu zahlen.

Die Ansprüche an die gesetzliche Rentenversicherung, die man sich in der Zeit als Arbeitnehmer erworben hat, bleiben in der Selbständigkeit erhalten.

Die Altersrente aus der gesetzlichen Rentenversicherung deckt normalerweise nur eine Grundversorgung ab.

### **PFLICHT: MELDUNG BEI DER BERUFGENOSSENSCHAFT**

Berufsgenossenschaften haben die Aufgabe, Arbeitsunfälle und Berufskrankheiten sowie Gesundheitsgefahren am Arbeitsplatz zu verhüten.

Beschäftigte, die einen Arbeits- oder Wegeunfall hatten oder an einer Berufskrankheit leiden, werden durch die Berufsgenossenschaften medizinisch, beruflich und sozial bei der Rehabilitation unterstützt.

Beiträge an die Berufsgenossenschaften müssen immer für Arbeitnehmer (auch Praktikanten) gezahlt werden. Die Beitragshöhe hängt vom Verdienst, den Gefahren in der Arbeit und der Arbeitszeit ab.

Es gibt neun Berufsgenossenschaften, die für unterschiedliche Branchen zuständig und in der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV) zusammengefasst sind. Nähere Infos zu Zuständigkeiten, Arbeitsweise und Beitragshöhen findet ihr bei der [DGUV](#).

Für Gründer ohne Angestellte entscheiden die Berufsgenossenschaften je nach Branche und Gefahr von Unfällen in der Tätigkeit, ob eine Beitragspflicht besteht oder nicht. So besteht die Beitragspflicht bei Büroberufen nicht, bei Kurierfahrern oder Handwerkern ist es aber eine Versicherung mit Zahlungspflicht

### **3.3 FREIWILLIG: DIE ARBEITSLOSENVERSICHERUNG**

Selbstständige können sich freiwillig gegen Arbeitslosigkeit absichern. Voraussetzung ist, dass sie Arbeitslosengeld I beziehen, bezogen haben oder berechtigt dazu wären. Für dich bedeutet das im konkreten Fall: Du warst in den zwei Jahren vor dem Start deiner Selbstständigkeit mindestens 12 Monate im Bezug von Arbeitslosengeld oder hattest ein versicherungspflichtiges Arbeitsverhältnis.

Der monatliche Beitrag zur Arbeitslosenversicherung für Selbstständige in den neuen Bundesländern liegt (2020) bei 72,24 Euro. Gründerinnen zahlen im Jahr der Gründung und im folgenden Kalenderjahr pro Monat nur die Hälfte: also 36,12 Euro (Ost). Die Beiträge müssen an die Bundesagentur für Arbeit abgeführt werden.

Sobald du über 12 Monate eingezahlt hast, ist der Anspruch auf Arbeitslosengeld für sechs Monate (nach 24 Monaten für 12 Monate) vorhanden.

Die Höhe des Arbeitslosengeldes, das daraus evtl. in Anspruch genommen werden kann richtet sich nach dem (fiktiven) Durchschnittseinkommen, das du mit deiner Qualifikation erhalten könntest und ist somit nach Berufsabschlüssen gestaffelt.

Es beginnt bei ca. 630 Euro für Ungelernte und endet bei ca. 1.300 Euro für Akademiker. Wichtig: Der Antrag auf die freiwillige Arbeitslosenversicherung muss innerhalb der ersten drei Monate der Selbstständigkeit bei der Arbeitsagentur des Wohnortes gestellt werden.

\*\*\*

Du bist nun am Ende dieser kleinen Reise quer durch den Ozean der Selbstständigkeit angelangt. Wir hoffen, dass dieses Buch dir ein paar deiner Fragen beantworten konnte oder dich zu neuen Ideen inspiriert hat.

Wenn du Feedback loswerden oder Anregungen dazu geben möchtest, was in diesem Büchlein unbedingt noch ergänzt werden sollte, dann schreibe an:

[potsdam@socialimpactlab.eu](mailto:potsdam@socialimpactlab.eu)

## **DU MÖCHTEST UNS DEINE IDEEN VORSTELLEN?**

Gern beraten wir dich zu deiner Geschäftsidee – kompetent und kostenfrei.

Melde dich für eine unverbindliche Erstberatung unter [potsdam@socialimpactlab.eu](mailto:potsdam@socialimpactlab.eu)

oder 0331/620 79 44 oder informiere dich über unser Angebot unter:

<https://potsdam.socialimpactlab.eu/>. Wir freuen uns auf dich!



## 4. ÜBER SOCIAL IMPACT

WIR SIND DIE AGENTUR FÜR SOZIALE INNOVATION.

Wir haben die Vision einer gerechten und zukunftsfähigen Gesellschaft von morgen. Deshalb entwickeln wir Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen wie Klimawandel, Fragen der Migration und Integration, Rechtspopulismus oder Stadt-Land-Gefälle. Innovativ. Nachhaltig. Wirksam.

Wir sind Experte für Gründungsberatung. Nutze unsere Kompetenz für deine Gründungs idee. Im Social Impact Lab Potsdam beraten wir Social Entrepreneure, Gründer\*innen und Selbstständige mit Migrationshintergrund sowie junge Gründer\*innen bis 30 Jahre. Unser Angebot umfasst professionelle Coachings und Einzelberatungen, zahlreiche Existenzgründer- und Business-Workshops sowie abwechslungsreiche Netzwerkveranstaltungen und eine starke Öffentlichkeitsarbeit.



Kostenfreie Beratung von Gründer\*innen  
bis 30 Jahre



Kostenfreie Beratung von Gründer\*innen  
mit Migrationshintergrund



Kostenfreie Beartung von Selbstständigen  
mit Migrationshintergrund

Wir freuen uns auf dich und deine Gründungs idee!

## 5. QUELLEN

### LITERATUR

Brigitte, Conta / Ehrenfried, Conta: Solopreneur. Alleine schneller am Ziel. 2015

Conta Gromberg, Ehrenfried und Brigitte: Smart Business Concepts - Finden Sie die Geschäftsidee, die Ihr Leben verändert. 2013

Faltin, Günter: Wir sind das Kapital. Erkenne den Entrepreneur in Dir. Aufbruch in eine intelligentere Ökonomie. 2015

### LINKVERZEICHNIS

<http://www.wir-sind-das-kapital.de/>

[www.komponentenportal.de](http://www.komponentenportal.de)

<http://www.smartbusinessconcepts.de/grundlagen/solopreneur/>

<https://www.kfw.de/PDF/Download-Center/Konzernthemen/Research/PDF-Dokumente-Gr%C3%BCndungsmonitor/KfW-Gruendungsmonitor-2019.pdf>

<https://www.dihk-verlag.de/Soziale-Absicherung-2020.html>

<http://mikrokredit.brandenburg.de/>

<http://gruender.wiwo.de/crowdfunding-co-boomen-in-europa/>

<http://www.foerderdatenbank.de>

<http://gruendungswerkstatt-enterprise.de>

<http://www.freie-berufe.de/>

<http://www.existenzgruender.de/DE/Weg-in-die->

[Selbstaendigkeit/Businessplan/Business-Model-Canvas/inhalt.html](http://www.existenzgruender.de/DE/Weg-in-die-Selbstaendigkeit/Businessplan/Business-Model-Canvas/inhalt.html)

# IMPRESSUM UND KONTAKT

## REDAKTION

THOMAS BLUME, THORSTEN JAHNKE, SARAH-MADELEINE DIEDRICH

## KONZEPT

SARAH-MADELEINE DIEDRICH

## BILDMATERIAL

<https://www.pexels.com/photo/marketing-man-person-communication-362/>

<https://www.pexels.com/photo/adult-architecture-athlete-boardwalk-221210/>

<https://www.pexels.com/photo/box-business-celebrate-celebration-296878/>

<https://www.pexels.com/photo/close-up-of-hand-over-white-background-316465/>

<https://www.pexels.com/photo/colleagues-cooperation-fist-bump-fists-398532/>

Titelbild: Social Impact gGmbH

## HERAUSGEBER

Postanschrift:  
Social Impact gGmbH  
Schiffbauergasse 7  
14467 Potsdam

Besucheradresse:  
Social Impact gGmbH  
Heilbronnerstraße 20  
10779 Berlin

DER TEXT DIESER PUBLIKATION WIRD UNTER DER LIZENZ CREATIVE COMMONS NAMENSNENNUNG-NICHT KOMMERZIELL (CC BY-NC) VERÖFFENTLICHT. DER VOLLSTÄNDIGE LIZENZTEXT IST ABRUFBAR UNTER: [HTTPS://CREATIVECOMMONS.ORG/LICENSES/BY-NC/4.0/](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



**SOCIAL  
IMPACT**  
FOR INNOVATION & ENTREPRENEURSHIP



EUROPÄISCHE UNION  
Europäischer Sozialfonds



LAND  
BRANDENBURG

Die Gründungswerkstatt wird gefördert durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie des Landes Brandenburg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg.