



Infoblatt

Auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmensstart

1. Die richtige Geschäftsidee

Orientieren Sie sich nicht zu genau an erfolgreichen Konzepten, die bereits auf dem Markt bestehen. Bei allzu offensichtlichen Imitationen ist Ärger mit dem Erfinder programmiert. Fragen Sie vorher unbedingt einen Rechtsanwalt, wie weit Sie gehen dürfen. Eine gute Idee allein genügt nicht. Sie müssen vor dem Start unbedingt prüfen, ob es für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung überhaupt einen ausreichend großen Markt gibt und wie sich Ihr Angebot von der Konkurrenz unterscheiden soll.

Fünf Leitfragen auf dem Weg zur Geschäftsidee:

- Welche aktuellen Trends zeichnen sich ab? In welchen Bereichen werden sich in absehbarer Zeit grundlegende Dinge verändern? Achtung: Verwechseln Sie einen Trend bitte nicht mit einem „Renner“. Ein Renner ist eine Modeerscheinung, mit der sich nur vorübergehend Geld verdienen lässt. Ein Trend beschreibt dagegen eine längerfristige Entwicklung. Aktuelles Beispiel: der dauerhaft wachsende Markt für Produkte und Dienstleistungen im Bereich gesundes Leben.
- Welche bereits vorhandenen Produkte und Dienstleistungen lassen sich weiter verbessern oder individueller auf Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zuschneiden? Vielleicht kann man eine erfolgreiche Geschäftsidee deutlich preisgünstiger oder marktgerechter anbieten.
- Lassen sich bestehende Produkte und Dienstleistungen mit einem Zusatznutzen versehen (ein Sportgeschäft bietet z.B. zusätzlich Tennis- oder Skikurse an)?
- In welchen Bereichen wird der Verbraucher derzeit noch schlecht oder mittelmäßig versorgt? Reichen z.B. die Angebote für Ein-Personen-Haushalte aus?
- Für welche Wünsche und Bedürfnisse gibt es bislang keine Lösungen (z.B. spezielle Urlaubsreisen für bestimmte Zielgruppen)?



2. Der überzeugende Businessplan

Ihr Businessplan muss...

- aufzeigen, dass Ihre Geschäftsidee realistisch ist und dauerhaft Gewinne erbringen wird;
- schon auf der ersten Seite, der Kurzfassung, dem möglichen Geldgeber „Appetit“ machen, weiterzulesen. Dort wollen Investoren die wichtigsten Informationen über die Geschäftsidee und den Gründer erfahren. Tipp: Versetzen Sie sich in die Lage des Lesers und stellen Sie sich die Frage, was Sie veranlassen würde, einen Gründer finanziell zu unterstützen. Auf den folgenden Seiten schildern Sie die weiteren Details;
- alles Wichtige enthalten, darf trotzdem aber nicht zu lang sein – 20 Seiten sind in den meisten Fällen genug;
- auf möglichst sichere Informationsquellen zurückgreifen;
- sich bei Schätzungen auf der sicheren Seite bewegen, d.h. auf der Ertragsseite lieber etwas niedriger und auf der Aufwandsseite lieber etwas höher kalkulieren. Wer angibt, schon kurz nach dem Start hohe Gewinne zu erzielen, macht sich unglaubwürdig;
- umso differenzierter beschreiben, je höher der Wert der Geschäftsidee ist. Beim Kauf oder der Beteiligung an einem bestehenden Unternehmen gilt es, zusätzlich darzustellen, welche erfolgreiche Geschichte der Betrieb hinter sich hat;
- klar zwischen dem Liquiditätsaspekt, also den Zahlungsvorgängen, und dem Erfolgsaspekt (der Gewinnermittlung) trennen;
- sich über einen Planungszeitraum von drei Jahren erstrecken. Für das erste Jahr sollten Sie eine zeitliche Differenzierung in Monatsschritten vornehmen und für die folgenden zwei Jahre in Quartalsschritten vorgehen;
- die enge Verbindung zwischen geschäftlicher und privater Sphäre in der Gründungsphase berücksichtigen, also in einem separaten Teil Dinge, wie den monatlichen Liquiditätsbedarf für die private Haushaltsführung darlegen;
- bei der Planung auch die Liquiditätswirkung wichtiger Steuern wie Umsatzsteuer und – falls erforderlich – Körperschafts- und Gewerbesteuer einbeziehen;
- in einer einfachen, klaren Sprache formuliert sein. Fremdwörter und lange Sätze sind zu vermeiden. Erfahrene Begutachter von Businessplänen merken sofort, wenn das Geschäftskonzept von einem Berater und nicht vom potentiellen Gründer verfasst wurde. Dafür gibt es Minuspunkte;
- fehlerfrei geschrieben sein – Rechtschreib- und Zeichensetzungsfehler lassen Leser schnell auf einen Verfasser schließen, der es auch sonst mit der Genauigkeit nicht so ernst nimmt;



- ansprechend aufgemacht sein. Die Nutzung eines PC ist Pflicht. Nach dem Verfassen müssen Sie die Seiten von einem Fachmann binden lassen. Schnelldruckereien und Copyshops übernehmen diese Arbeit.

3. Die kompetente Beratung

Wichtig

- Lassen Sie sich kompetent beraten, z.B. IHK, HWK
- Hilfe von ehrenamtlichen Beratern/Organisationen, z.B. KfW Mittelstandsbank, Beraterbörse „nexxt“ (www.nexxt.org)

Die Tätigkeit der Berater ist nicht kostenlos. Zur Begleichung der Honorarrechnung können Gründer aber staatliche Unterstützung beantragen.

4. Das notwendige Startkapital

Wichtig

- Beschaffen Sie sich das notwendige Startkapital
- Förderdarlehen der KfW Mittelstandsbank
- Geld von der Bank
- Zusätzliche Geldquellen
- Bürgschaftsbanken – wenn Sicherheiten fehlen
- Darlehen von Freunden und Verwandten
- Alternativen zur klassischen Finanzierung

Ausgewähltes Beispiel:

Geld von der Bank

Banken und Sparkassen unterstützen Existenzgründer beim Einstieg in die Selbstständigkeit. Im Vergleich mit den öffentlichen Förderprogrammen sind Finanzspritzen der Kreditinstitute jedoch in der Regel teuer. Ganz ohne Geld von der Bank oder Sparkasse wird es aber meist nicht funktionieren.

Das erste Gespräch mit der Bank

Sie wissen es ja schon: Ein Antrag bei einer Bank oder Sparkasse ist Voraussetzung für die Gewährung von staatlichen Fördermitteln. Schon beim ersten Treffen entscheidet sich meist,



ob der Mitarbeiter des Kreditinstitutes Ihre Geschäftsidee unterstützt – und Ihnen damit den Weg zum optimalen Finanzierungsmix ebnet.

Ein paar Tipps, damit Sie von Anfang an einen guten Eindruck machen

- Vereinbaren Sie rechtzeitig einen Gesprächstermin. Machen Sie dabei – je nach Organisationsstruktur des Instituts – ein Treffen mit dem zuständigen Firmenkundenbetreuer, dem Spezialisten für Existenzgründungen oder dem Fachmann für Förderprogramme aus. Fragen Sie bei dieser Gelegenheit nach, welche Unterlagen schon vor dem Gespräch benötigt werden.
- Bereiten Sie sich sorgfältig auf die Begegnung vor. Überlegen Sie sich auf jeden Fall überzeugende Antworten auf Fragen wie: „Warum wollen Sie sich selbstständig machen?“ oder „Warum hat Ihre Geschäftsidee bessere Chancen als ähnliche Produkte oder Dienstleistungen?“.
- Arbeiten Sie einen Businessplan aus und legen Sie ihn beim Gespräch vor. Aus dem Unternehmenskonzept muss deutlich hervorgehen, wie viel Geld Sie für Ihr Vorhaben benötigen.
- Treten Sie selbstsicher und beharrlich auf. Zeigen Sie, dass Sie 100-prozentig hinter den geplanten Investitionen stehen. Machen Sie dem Banker klar, wie sehr Ihnen an einer guten Zusammenarbeit mit dem Kreditinstitut liegt und wie intensiv Sie ihn in Zukunft über den Fortgang Ihres Unternehmens informieren werden.
- Behalten Sie das Ziel des Gespräches vor Augen: Zunächst müssen Sie die Bank oder Sparkasse überzeugen, Ihr Projekt zu finanzieren. Dann suchen Sie gemeinsam nach der günstigsten Lösung. Die lautet normalerweise: öffentliche Fördermittel, ergänzt durch ein Darlehen der Hausbank.
- Sprechen Sie von sich aus das Thema „öffentliche Fördermittel“ an. Kreditinstitute arbeiten gewinnorientiert, bemühen sich also, ihr Geld zu möglichst guten Konditionen zu verleihen. Verständlich, dass ihre Mitarbeiter nicht immer gleich auf preisgünstige staatliche Finanzquellen verweisen. Sammeln Sie vor dem Gespräch Argumente für den Einsatz von Fördermitteln. Das kann z.B. auf Aufstockung des Eigenkapitales, niedrigere Zinsen oder liquiditätsschonende, tilgungsfreie Jahre am Anfang der Laufzeit sein.
- Überlegen Sie sich, welche Sicherheiten Sie der Bank oder Sparkasse für einen Kredit anbieten können. Kreditinstitute müssen bei der Geldvergabe größte Vorsicht walten lassen und bestehen deshalb auf einer weitreichenden Absicherung ihres finanziellen Engagements. Bieten Sie aber keinesfalls alles, was Sie an Ersparnissen, Immobilien usw. besitzen, als Sicherheiten an. Behalten Sie immer einen „Notgroschen“ für unvorhergesehene Vorfälle zurück.



- Rechnen Sie damit, dass nicht jede Bank Ihr Vorhaben finanzieren will. Vereinbaren Sie deshalb Termine bei verschiedenen Kreditinstituten.
- Falls man Ihren Finanzierungswunsch ablehnt: Fragen Sie auf jeden Fall nach den Gründen. Nutzen Sie diese, um Ihr Geschäftskonzept noch einmal sorgfältig zu überprüfen. Arbeiten Sie Ihre Erkenntnisse in die Vorbereitung auf ein weiteres Gespräch mit einer anderen Bank oder Sparkasse ein.
- Wer Fördermittel nutzen möchte, muss unbedingt die Fristen einhalten. Die Anträge auf staatliche Unterstützung sind vor der Investition beim Kreditinstitut zu stellen – zwischen Antrag und Auszahlung des Geldes können vier Wochen und mehr vergehen. Kalkulieren Sie die Bearbeitungszeit der Bank oder Sparkasse ein. Größere und risikoreichere Vorhaben werden im internen Kreditausschuss der Geldgeber diskutiert. Für seine Entscheidung braucht dieses Gremium gute Argumente und überzeugende Unterlagen.

5.

6. Die erforderlichen Formalitäten

Der Formalitäten-Check

Bevor Sie starten dürfen, müssen Sie noch ein paar Behördengänge erledigen und gesetzliche Vorschriften beachten. Nutzen Sie die folgende Checkliste, damit Sie nichts vergessen.

Achtung

Nicht alle unter den einzelnen Rubriken aufgeführten Punkte müssen für Sie relevant sein. So können z.B. Gründer eines Einzelunternehmens oder einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) auf die Eintragung ins Handelsregister verzichten. Wer eine Partnerschaft von Freiberuflern (z.B. Architekten, Anwälten) eintragen will, muss das neue Unternehmen nur ins Partnerschaftsregister aufnehmen lassen. Der Eintrag ins Handelsregister entfällt auch hier.



Checkliste Gründungsformalitäten

Zu erledigen	Wo?	Mitnehmen/Vorlegen	Tipps/Erläuterungen
Gewerbebeanmeldung	Gewerbeamt	Personalausweis	Wer ein Reisegewerbe plant, benötigt eine Reisegewerbekarte. Fragen Sie bei der zuständigen Kammer nach, ob Sie für Ihr Projekt eine Sondergenehmigung brauchen, z.B. bei Eröffnung eines Transportunternehmens.
Eintrag ins Handelsregister	Amtsgericht	Beglaubigung des Notars geht direkt an das Amtsgericht.	Abwicklung nur über Notar.
Eintrag ins Partnerschaftsregister	Amtsgericht	Siehe oben	Abwicklung nur über Notar.
Anmeldung des Unternehmens	Handwerkskammer Industrie- und Handelskammer (IHK)	Schriftliche Meldung. Bei Vollhandwerk: Eintragungsantrag, Kopie des Meisterbriefes (falls erforderlich). Bei handwerksähnlicher Tätigkeit: nur Eintragungsantrag. Enthält Kopie der Gewerbebeanmeldung	Eintragung wird auf Anfrage zugeschickt. Keine Meldung notwendig, erfolgt direkt über Gewerbeamt. IHK und Gewerbeamt melden sich.
1. Meldung der Selbstständigkeit 2. Meldung der beschäftigten Mitarbeiter	Berufsgenossenschaft	Schriftliche Meldung, Gewerbebeanmeldung, ausgefüllter Fragebogen	Eine Woche nach Geschäftsaufnahme. So wird die gesetzliche Unfallversicherung sichergestellt. Fragebogen kann telefonisch angefordert werden.
Mitteilung der Geschäftsaufnahme	Finanzamt	Schriftliche Anmeldung. Fragebogen und Kopie der Gewerbebeanmeldung kommen direkt vom Gewerbeamt.	Kann über Steuerberater abgewickelt werden. Finanzamt erteilt Steuernummer und schickt Fragebogen. Gilt nicht für Freiberufler.
Gesundheitszeugnis ausstellen lassen	Gesundheitsamt	Personalausweis, Stuhl-/Urinprobe	Für Unternehmen aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe
Fördermittel beantragen	Hausbank	Businessplan mit Firmenkonzept, Umsatz-, Kosten-, Finanzplan	Anträge können nicht direkt an die KfW Mittelstandsbank gerichtet werden.



Profitieren Sie von Verbänden und Organisationen

- Fachverbände
- Industrie- und Handelskammern (IHK) und Handwerkskammern (HWK)
- Netzwerke

7. Die richtige Rechtsform

Wählen Sie die richtige Rechtsform

Die optimale Rechtsform gibt es leider nicht. Für ein Modell müssen Sie sich jedoch entscheiden. Stellen Sie sich deshalb im Vorfeld die folgenden Fragen:

- Wie viel Eigenkapital können Sie aufbringen?
- Ist Ihr Projekt risikoreich?
- Wollen Sie die Haftung beschränken?
- Wollen Sie das Unternehmen ohne/mit Partner führen?
- Soll die Rechtsform dem Unternehmen ein möglichst gutes Image vermitteln?
- Soll die Rechtsform möglichst wenige Formalitäten erfordern?

Achtung:

Verlassen Sie sich bei der Wahl der Rechtsform nicht auf Ihr persönliches Gespür. Beziehen Sie in die Entscheidung unbedingt Ihren Steuerberater und/oder einen Gründungsexperten ein.

Die wichtigsten Rechtsformen:

Einzelunternehmer – wenige Formalitäten, volle Haftung

- Nur ein Betriebsinhaber
- Kein Mindestkapital erforderlich
- Problemlose Gründung
- Unbeschränkte Haftung mit dem Privatvermögen

Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) – bequemer Start im Team

- Mindestens zwei Gesellschafter
- Kein Mindestkapital erforderlich
- Schriftlicher Vertrag sinnvoll
- Eintrag ins Handelsregister nicht erforderlich
- Unbeschränkte Haftung mit dem Privatvermögen



Offene Handelsgesellschaft (OHG) – gutes Image, hohes Risiko

- Mindestens zwei Gesellschafter
- Kein Mindestkapital erforderlich
- Eintrag ins Handelsregister erforderlich
- Gutes Image wegen Bereitschaft zu persönlicher Haftung
- Unbeschränkte Haftung mit dem Privatvermögen

Kommanditgesellschaft (KG) – trotz Partner allein entscheiden

- Mindestens zwei Gesellschafter (Komplementär haftet unbeschränkt mit dem Privatvermögen, Kommanditist haftet beschränkt mit seiner Einlage in das Unternehmen)
- Kein Mindestkapital erforderlich
- Kommanditisten sind grundsätzlich von der Geschäftsführung ausgeschlossen; eine andere vertragliche Vereinbarung ist möglich
- Komplementär kann auch eine GmbH sein, die nur mit ihrem Firmenvermögen haftet (GmbH & Co. KG)
- Eintrag ins Handelsregister erforderlich

Partnerschaftsgesellschaft (PartnG) – interessant für Freiberufler

- Mindestens zwei Gesellschafter
- Kein Mindestkapital erforderlich
- Alternative für Freiberufler, die eigenverantwortlich mit einem Partner zusammenarbeiten wollen
- Keine Gewerbesteuerpflicht
- Neben dem Gesellschaftsvermögen haftet lediglich der Partner mit dem Privatvermögen, der mit der Bearbeitung des Auftrages befasst war
- Schriftlicher Partnerschaftsvertrag und Eintrag ins Partnerschaftsregister beim Amtsgericht erforderlich

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) – besonders beliebt bei Gründern

- Ein oder mehrere Gesellschafter
- Gesellschafter haften nicht mit dem Privatvermögen
- Haftung beschränkt sich auf die Höhe der Kapitaleinlagen (mindestens 25.000 Euro, auch Sachwerte möglich)
- Steuerlich interessant, weil z.B. das Gehalt eines Gesellschafters, der als Geschäftsführer tätig ist, den Gewinn mindert
- Gründungs- sowie Bilanzierungs- und Buchhaltungsfomalitäten sind umfangreicher
- Geschäftsführung: Gesellschafter oder „Fremd“-Geschäftsführer



- Eintrag ins Handelsregister erforderlich

Stille Gesellschaft – Geldgeber bleibt anonym

- Mindestens ein stiller Gesellschafter beteiligt sich an einem Unternehmen; der Geldgeber erscheint dabei nicht in der Öffentlichkeit
- Stille Gesellschafter können unabhängig von der gewählten Rechtsform eintreten
- Stille Gesellschafter haben meist keine Entscheidungsbefugnisse
- Keine behördlichen Auflagen
- Rechte und Pflichten des stillen Gesellschafters müssen in einem detaillierten Vertrag geregelt werden

Kleine AG – interessant bei hohem Eigenkapitalbedarf

- Mindestens ein Aktionär
- Gutes Image bei Banken und Zulieferern
- Mindestens 50.000 Euro Grundkapital notwendig
- Eintrag ins Handelsregister erforderlich



8. Der optimale Standort

Checkliste

- Gibt es am möglichen Standort behördliche Auflagen zu erfüllen, bevor Sie mit dem neuen Unternehmen starten dürfen?
- Lebt Ihre Zielgruppe, also Ihre mögliche Kundschaft, im Umkreis des Standortes?
- Sind in der unmittelbaren Nachbarschaft in nächster Zeit größere Veränderungen geplant, z.B. Bau von Wohnhäusern, Erschließung von Industriegebieten?
- Wie weit weicht der Mietpreis vom aktuellen, „Immobilien Preisspiegel für Gewerbeimmobilien“ des Ringes Deutscher Makler (RDM) – nach oben oder nach unten – ab?
- Wie ist die Konkurrenzsituation in der Nachbarschaft? Schauen Sie sich die Gegend selbst an und fragen Sie bei IHK oder Handwerkskammer nach.
- Wie sehen die Angebote der Konkurrenz in Bezug auf Preis, Qualität, Service usw. aus?
- Wie präsentiert sich der Wettbewerb? Handelt es sich um kleine Betriebe, Franchise-Nehmer oder Filialen großer Konzerne?
- Müssen weite Anfahrtswege (von Kundschaft und/oder Mitarbeiter) in Kauf genommen werden, um das neue Unternehmen zu erreichen?
- Gibt es genügend Parkraum, oder müssen erst Parkplätze angelegt bzw. hohe Gebühren für fehlenden Parkraum an die Gemeinden gezahlt werden?
- Wie sieht es mit Anliefer- und Lademöglichkeiten für Lkws aus?
- Welche Renovierungs- und Umbauarbeiten sind erforderlich? Ist der Eigentümer eventuell zu einer Kostenbeteiligung bereit?
- Welche Abgaben und Steuern verlangen Gemeinde-/Stadtverwaltung? Orte in unmittelbarer Nachbarschaft können unter Umständen völlig andere Forderungen stellen.
- Verfügt das Ladenlokal über geeignete Ausstellungsmöglichkeiten und Schaufenster?
- Besteht die Möglichkeit, die Geschäftsräume später ohne allzu großen Aufwand zu vergrößern?



9. Die finanzielle Sicherheit

Checkliste

Risikoabsicherung

Art der Gefahr	Risiko für das Unternehmen		
	groß	mittel	klein
Betriebsunterbrechung			
Einbruch/Diebstahl			
Feuer/Explosion			
Beraubung			
Forderungsausfall			
Glasbruch			
Leitungswasser			
Sturm			
Fehler bei der Maschinenbedienung			
Fehler von Unternehmer und Personal			
Transportschäden			
Umweltschäden			
Unfälle von Besuchern auf dem Firmengelände			
Produktschäden			
Schäden an Firmen-Pkw/-Lkw			
Anwalts-/Gerichtskosten			



Die wichtigsten Versicherungen für das neue Unternehmen

Versicherungsart	Absicherung bei...	Hinweise
Betriebshaftpflichtversicherung	Schäden aus der Haftpflicht gegenüber Dritten als Eigentümer, Mieter oder Pächter von Grundstücken, Gebäuden oder Räumlichkeiten	Für beratende Berufe empfiehlt sich der Abschluss einer Vermögensschaden-Haftpflichtversicherung.
Betriebsunterbrechungsversicherung	Feuer-, Maschinen-, Montage-, Transportschäden usw., die zu Produktionsausfall führen	Nur Übernahme laufender Kosten, z.B. der Löhne und Gehälter, keine Übernahme von Umsatzausfall.
Einbruch-/ Diebstahlversicherung	Schäden durch Einbruch-Diebstahl	Schäden durch Vandalismus und Raub werden ebenfalls abgedeckt.
Feuerversicherung	Schäden durch Brand, Blitzschlag, Explosion	Schäden durch Löschwasser, Aufräumarbeiten oder Niederreißen werden ebenfalls abgedeckt.
Sturmversicherung	Schäden an Gebäuden und beweglichen Sachen, die unmittelbar durch Sturm entstanden sind	Tritt erst ab Windstärke 8 ein.
Kreditversicherung	Finanzielle Folgen von Forderungsverlusten bei In- und Auslandsgeschäften	Kreditversicherer informieren über die Bonität der Abnehmer.
Leitungswasserversicherung	Schäden durch auslaufendes Wasser aus wasserführenden Leitungen und Abwasser	
Maschinenversicherung	Schäden durch technische Mängel, Bedienungsfehler	
Produkthaftpflichtversicherung	Schäden durch fehlerhafte Produkte des Unternehmens	Ergänzt die Betriebshaftpflichtversicherung.
Transportversicherung	Schäden durch Verlust und Beschädigung von Gütern aller Art während der Beförderung	Wer seine Produkte ausschließlich mit eigenen Fahrzeugen transportiert, kann eine Werkverkehr-Transportversicherung abschließen.



Die wichtigsten Versicherungen für Firmengründer

Versicherungsart	Informationen	Hinweise & Tipps
Berufsunfähigkeitsversicherung	Wer durch Unfall seinen Beruf nicht mehr ausüben kann, bekommt eine zusätzliche Rente.	Achtung: Ab Jahrgang 1961 besteht besonderer Absicherungsbedarf.
Krankenversicherung	Selbstständige sind nicht pflichtversichert, können sich aber freiwillig gesetzlich versichern oder in eine private Krankenversicherung wechseln.	Denken Sie an eine Krankentagegeldversicherung, denn dauert eine Krankheit länger, müssen Sie den Verdienstaufschlag ausgleichen.
Pflegeversicherung	Freiwillige Mitglieder einer gesetzlichen Krankenversicherung sind dort pflegeversichert. Private Versicherungen sind ebenfalls möglich.	Seit einigen Jahren ist der Abschluss einer Pflegeversicherung Pflicht.
Rechtsschutzversicherung	Bei Schadenersatzforderungen, Straf- und Arbeitsrechtproblemen	Es gibt eine Reihe von Rechtsschutzvarianten für Privatleben und Firma.
Rentenversicherung	Selbstständige müssen für ihre Rentenzahlungen selber sorgen. Es bestehen 3 Möglichkeiten: 1. freiwillig in die gesetzliche Rentenversicherung einzahlen 2. private Absicherung (z.B. Lebensversicherung) 3. Kombination von 1 und 2	Fragen Sie nach Sondertarifen für Ihre Berufsgruppe.
Unfallversicherung	Berufsgenossenschaften bieten freiwillige Unternehmensversicherungen (gilt nur für Betriebsunfälle). Private Unfallversicherungen treten bei Unfällen rund um die Uhr ein.	Private „Gruppen-Unfallversicherungspolice“ sichern Mitarbeiter, Unternehmer und Familienangehörige in Beruf und Freizeit preiswert ab.



10. Das Marketingkonzept

Was heißt hier Marketing?

Die vier Elemente des Marketings:

- Ihr Angebot, also die Produkt- oder Dienstleistungsgestaltung;
- der Preis für Ihr Angebot;
- der Vertrieb von Produkt und/oder Dienstleistung;
- Werbung und Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations oder kurz PR)

Achtung:

Betreiben Sie Marketing. Alle Aktivitäten in Ihrem Unternehmen, also Überlegungen, Zielsetzungen und Maßnahmen, werden zusammengefasst als Marketing bezeichnet.

Der Firmenchef darf niemals den Kontakt zu seiner Zielgruppe verlieren. Besuchen Sie deshalb regelmäßig große und kleine Kunden. Orientieren Sie sich auf Messen am Angebot der Konkurrenz. Betreiben Sie Kundenorientierung. Der alte Spruch: „Der Kunde ist König“ gilt immer noch, auch wenn er vielen als reichlich banal erscheint.

Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Checkliste

Kommunikationsstrategie

Aktionen	Hilfestellung/Tipps
Welche Zielgruppen erfahren auf welchem Weg über Ihre Firma und Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung?	Ihre Zielgruppen haben Sie bereits mit einer Checkliste festgelegt. Welche Werbemittel werden Sie einsetzen, also welchen „Media-Mix“ nutzen? Sie können z.B. wählen zwischen Zeitschriften, Telefonbucheinträgen, Anzeigenblättern, lokalen Radio- und Fernsehsendern, Plakaten, Kino-, Internetwerbung, Handzetteln, Briefen. Erstellen Sie eine Liste über Ihre Zielgruppen und die entsprechenden Werbemittelträger, um diese Leute am besten zu erreichen.
Wie erfahren die Zielgruppen etwas über Ihre Unternehmensphilosophie und Ihre Produkte sowie die Stärken von Firma und Angebot?	Entwerfen Sie eine Anzeige und/oder einen Werbefbrief, der diese Produkte berücksichtigt.
Durch welche Aktionen oder Mittel werden Sie die Beziehungen zu Ihren Kunden aufbauen, ausweiten und pflegen?	Öffentlichkeitsarbeit (Public Relation): Pressearbeit und -konferenzen, Informationen an Verbände und Institutionen, Betriebsbesichtigungen, Hausmessen, Nutzung der neuen Medien. Achtung: Termine rechtzeitig planen.



Aktionen	Hilfestellung/Tipps
Woher bekommen Sie interessante Adressen?	Direktmarketing-Agenturen verkaufen nach Zielgruppen sortierte Adressen. Fragen Sie auch bei IHK oder Handwerkskammer nach einem entsprechenden Angebot.
Wie erreichen Sie, dass Ihre Mitarbeiter das Firmenimage mittragen? Was sollen die Angestellten über das Unternehmen berichten?	Wann und wie oft werden Sie Ihre Mitarbeiter informieren, befragen und schulen? Was werden Sie täglich zu einem guten, motivierenden Betriebsklima beitragen? Entwickeln Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern Kriterien, die das Betriebsklima messbar machen. Vereinbaren Sie Termine, an denen der Erfolg der gemeinsamen Bemühungen gemessen wird. Beteiligen Sie Ihre Belegschaft am finanziellen Erfolg des Unternehmens.
Welche Verkaufsmessen wollen Sie nutzen?	Schreiben Sie sich die Termine auf und kalkulieren Sie reichlich Zeit zur Vorbereitung ein. Ermitteln Sie die Teilnahmekosten.
Welche verkaufsfördernden Maßnahmen werden Sie zu welchem Termin durchführen?	Sie können u.a. wählen zwischen Seminaren, Schulungen, Wettbewerben, Preisausschreiben, Direktwerbung per persönlichem Brief. Legen Sie die Termine für solche Aktionen fest. Ermitteln Sie die Kosten, und planen Sie genügend Zeit zur Vorbereitung ein.
Wie sollen Ihre Verkaufunterlagen aussehen (Inhalt und Aufmachung)? Wer bekommt diese Prospekte usw. zu sehen?	Skizzieren Sie die Verkaufsunterlagen und legen Sie deren Empfänger fest.
Wie wollen Sie eigene oder fremde Verkäufer schulen und motivieren?	Sie können u.a. wählen zwischen Unterlagen, periodischen Verkaufsinformationen, Schulungen, Plakaten, Videos.
Welche Werbemaßnahmen werden Sie wann einleiten bzw. durchführen?	Erstellen Sie einen Mediaplan.
Was wollen Sie für PR-, Verkaufsförderungs-, und Werbemaßnahmen in den nächsten drei Jahren ausgeben?	Der Einzelhandel plant z.B. zwischen 4 und 5 Prozent vom jährlichen Bruttoumsatz ein.
Wie groß soll das Werbebudget für das nächste Jahr sein?	Am Anfang müssen Sie natürlich tiefer in die Tasche greifen.
Welche Instrumente wollen Sie zur Kontrolle des Werbeerfolges einsetzen?	Sie können z.B. Antwortcoupons in Anzeigen und auf Handzetteln oder Kundenbefragungen nutzen.
Was halten andere von Ihrer Werbung?	Fragen Sie Bekannte und Geschäftsfreunde nach ihrer Meinung.
Suchen Sie sich eine geeignete Marketing- bzw. Werbeagentur.	Je genauer Sie anhand der Checkliste Ihre Vorstellungen definieren, desto besser können Sie verhandeln, Angebote vergleichen und eine passende Agentur finden. Lassen Sie sich von möglichen Partnern Referenzen und Arbeiten für andere Kunden zeigen.

Quelle: Auszüge aus: kfw Bankengruppe: Existenzgründung. Zwölf Meilensteine auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmensstart. Frankfurt am Main 2004