

**GRÜNDERCUP**  
KielRegion 2016

**Teilnehmerhandbuch  
GründerCup KielRegion  
2016**

## Inhaltsverzeichnis

Seite

<b>1</b>	<b>Der Wettbewerb.....</b>	<b>3</b>
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? .....	7
1.7	Bin ich ein Unternehmertyp? .....	8
1.8	Wie finde ich eine Geschäftsidee? .....	9
<b>2</b>	<b>Das schriftliche Gründungskonzept.....</b>	<b>10</b>
2.1	Zusammenfassung .....	11
2.2	Unternehmensform .....	11
2.3	Unternehmensleitung.....	12
2.4	Produkt/Dienstleistung.....	12
2.5	Branche/Markt/Wettbewerb .....	13
2.6	Marketing/Vertrieb .....	14
2.7	Die 3-Jahresplanung.....	15
2.8	Finanzierung.....	16
<b>3</b>	<b>Netzwerk .....</b>	<b>17</b>
3.1	Sponsoren .....	17
3.2	Veranstalter .....	17
3.3	Links/Verweise .....	18
	<b>Kontakt.....</b>	<b>19</b>
3.4	Über uns .....	19
3.5	Impressum.....	19

## 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 **Sonderpreis** ausgezeichnet. Gesucht werden Gründer/innen (nachfolgend: „Gründer“) und Jungunternehmer/innen, die sich mit besonders kreativen Lösungen und Konzepten hervortun.

Nominierungswürdige Unternehmen werden für eine der Preiskategorien vorgeschlagen. Eine qualifizierte Jury wählt die Besten nach erfolgter Präsentation der Unternehmenslenker aus. Die Preisträger 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 der Region, aber auch darüber hinaus, zu leisten. Wir wollen Sie in Ihrem Willen, aktiv neue Chancen wahrzunehmen und damit die Zukunft zu gewinnen, unterstützen.

Sie sind bereit für den Aufbruch. Sie nutzen Ihre Chance. Sie wollen gestalten. Sie haben kreative Ideen und sind auf der Suche nach innovativen und unorthodoxen Lösungen. Dabei haben Sie den Mut neue Wege zu gehen. Sie schätzen Risiken ab und finden neue Chancen.

Unser Anliegen: Wir möchten alle Gründungsinteressierten, Existenzgründer und Unternehmer auffordern, sich „auf den Weg zu machen“. Wir freuen uns über jeden Unternehmer, der sich in der Region gründet oder ansiedelt.

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

### 1.3 Ablauf

Der GründerCup KielRegion startet am **1. März 2016**. Sie haben die Gelegenheit Ihren Businessplan bis zum **Abgabetermin am 30. September 2016** zu erstellen und in elektronischer Form einzureichen (insgesamt max. 10MB Datengröße). Dabei möchten wir Sie bitten, die inhaltlichen und formellen Kriterien, die wir an einen Businessplan richten, zu berücksichtigen. Ein Muster finden Sie unter [www.gruendercup.de](http://www.gruendercup.de).

Reichen Sie Ihren Businessplan bitte in elektronischer Form bis spätestens 30. September 2016 ein. E-Mail: [mmayr-tschofenig@kiwi-kiel.de](mailto:mmayr-tschofenig@kiwi-kiel.de)

Gerne nehmen wir zusätzlich ein ausgedrucktes Exemplar entgegen. Bitte beachten Sie, dass die Unterlagen ggf. im Rahmen der Bewertung beschrieben werden und dann eine Rücksendung nicht möglich ist.

Anschrift: GründerCup KielRegion, c/o KiWi, Kieler Wirtschaftsförderungs- und Strukturentwicklungs GmbH, Frau Marion Mayr-Tschofenig, Wissenschaftspark Kiel, Fraunhoferstraße 2-4, 24118 Kiel

Ihr Businessplan unterliegt folgenden Bewertungskriterien:

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

Sie werden Ende Oktober benachrichtigt, wenn Sie in die Gruppe der Nominierten gewählt wurden.

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 Ihnen ca. 15 Minuten zur Verfügung. Es folgt eine ungefähr 10-minütige Gesprächsrunde mit den Teilnehmern der Jury. In diesem Rahmen ist es wichtig, dass Sie sich und Ihre Geschäftsidee kurz und präzise vorstellen. Die Präsentation unterliegt folgenden Bewertungskriterien:

- Methodik der Präsentation
- Überzeugende Darstellung der wesentlichen Punkte Ihres Konzepts und Ihrer Geschäftsidee
- Realisierbarkeit Ihrer Geschäftsidee

Hinweis: Eine gute Präsentation geht über das Vorlesen des Businessplans hinaus. Sie überzeugen den Zuhörer von Ihrer Person, Ihrer Idee und deren Umsetzbarkeit, ohne dass der Zuhörer Ihre umfangreichen Ausführungen im Businessplan vorab gelesen hat. An dieser Stelle erhalten Sie die Möglichkeit, die wichtigsten Aspekte des Konzepts zu erläutern und auf Fragen der Zuhörer zu antworten.

Die Preisträger werden im Rahmen einer Veranstaltung am 14.12.2016 in den Räumen der Förde Sparkasse in Kiel ausgezeichnet.

## 1.4 Preiskategorien

Es gibt folgende Preiskategorien:

### **Start Up** Preise

3.500,- Euro (1. Platz), plus Radiowerbung im Wert von 3.000 Euro durch MACH3

2.000,- Euro (2. Platz), plus Radiowerbung im Wert von 3.000 Euro durch MACH3

1.000,- Euro (3. Platz), plus Radiowerbung im Wert von 3.000 Euro durch MACH3

MACH3, eine Marke der REGIOCAST GmbH & Co. KG, sponsert als Radiovermarkter der Sender R.SH, delta radio und Radio NORA die Produktion und Ausstrahlung der Radiowerbung bei den obigen Sendern. Gemeinsam mit den Gewinnern der Start-up Kategorie entwickelt sie eine individuelle Radio-Kampagne.

### **Innovationspreis**

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

### **Sonderpreis**

Unter den Nominierten werden 6 Sonderpreise der Jury im Wert von je 400 Euro vergeben. Die Beratungsgutscheine berechtigen zur Teilnahme an Weiterbildungsveranstaltungen der RQP Schleswig-Holstein GmbH. Die Regionale QualitätsPartnerschaft (RQP) ist Spezialist bei der Vermittlung eines auf Ihr Anliegen zugeschnittenen Beratungsangebots.

## **1.5 Teilnahmebedingungen**

1. Voraussetzung für die Teilnahme ist die Einsendung eines aktuellen Businessplans in elektronischer Fassung (max. 10MB). Der Businessplan sollte maximal 25 Seiten umfassen. Das nachfolgende Schema ist im Wesentlichen einzuhalten.
2. Teilnahmeberechtigt sind Unternehmen, die
  - kurz vor einer Gründung stehen
  - frühestens ab dem 01.01.2013 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. Einzelpersonen bzw. Gründerteams können sich nur mit einem Gründungskonzept bewerben. Pro Teilnehmer 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 sowie alle Vertreter und Mitarbeiter der Sponsoren und Veranstalter.
8. Stichtag für die Abgabe des Businessplans ist der 30. September 2016

Sämtliche Bewerbungsunterlagen und das Aufbauschema eines Businessplans sind unter [www.gruendercup.de](http://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 Ihre 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. Sie können sich aber auch weitgehend mit den gleichen öffentlichen Hilfen dadurch selbstständig machen, dass Sie in die Geschäftsführung eines bestehenden Unternehmens mit einem Gesellschaftsanteil einsteigen (sog. tätige Beteiligung, ab mindestens 10 % Gesellschaftsanteil). Oder Sie können ein Unternehmen bzw. eine Praxis voll übernehmen. Lassen Sie sich bezüglich der Besonderheiten bei Betriebsübernahmen steuerlich und rechtlich beraten. Eine förderfähige Existenzgründung ist auch der Wechsel von einem bisherigen Nebenerwerb in einen Vollerwerb.

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 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 sollten Sie sich fragen, ob Sie der richtige Unternehmertyp sind. Gründer 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 sollten Sie bejahen können und dann Ihre Geschäftsidee entwickeln – oder Ihre Gründungsabsicht überdenken.

## **1.8 Wie finde ich eine Geschäftsidee?**

Bei diversen Beratungsinstitutionen erhalten Sie viele wertvolle Tipps, jedoch in der Regel nicht eine Antwort auf die Frage, womit Sie sich eigentlich selbstständig machen könnten.

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 Ihrer 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 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 Sie tragfähig sein. Die Branchen- oder Wettbewerbsverhältnisse könnten sich geändert haben. Oder beim bisherigen Unternehmen waren längst alle Darlehen zurückgezahlt, während Sie den Kapitaldienst für den Kaufpreis zusätzlich erwirtschaften müssen. Bei wirtschaftlichen Schwierigkeiten oder sogar Insolvenz des Vorgängerunternehmens sind natürlich zusätzliche ausführliche Erläuterungen erforderlich: Praktisch muss ihr 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 Sie selbst erfolgen. Denn es geht um Ihre Vorstellungen. Und eine ggf. eingeschaltete Unternehmensberatung braucht auch Ihre 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 Sie selbst dazu, alle entscheidenden Aspekte zu Ende zu denken. Bei erheblichen Zweifeln an der Tragfähigkeit des Vorhabens sollten Sie 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. Stellen Sie sich deshalb auf den Empfänger-

horizont ein. Wer Ihre Darstellungen wegen Unvollständigkeit, wegen nicht allgemein bekannter Fachausdrücke oder wegen großer Gedankensprünge nicht versteht oder die eine Tragfähigkeit begründenden Umstände nicht nachvollziehen kann, wird Ihnen 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 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 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 Sie 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 Sie einen negativen Schufa-Eintrag geben, werden Kreditinstitute einer Kreditgewährung negativ gegenüberstehen. Die kurzfristige Erledigung solcher Einträge ist daher sehr wichtig. Ferner sollten Sie 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 Ihres 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. Beschreiben Sie auch, wie Sie Ihre Leistung erbringen. Mit welchen Lieferanten und Kooperationspartnern arbeiten Sie 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 Ihre Leistungen angenommenen Planumsätze – ggf. getrennt nach Produktgruppen – erzielt werden sollen. Denn es ist sicher, dass die Kosten in Ihrem Unternehmen anfallen. Ob dem auch ausreichende Einnahmen gegenüberstehen, das ist die entscheidende Frage, auf die Sie sich selbst und den Geldgebern eine Antwort geben müssen.

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 Ihre Produkte oder Dienstleistungen vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation ausreichend Umsätze erwarten lassen. Dazu muss man die Wettbewerber in Ihrem Absatzgebiet nach Stärken und Schwächen analysieren. Letztlich ist ein eindeutiger Kundennutzen gegenüber den Alternativmöglichkeiten der Kundschaft dafür entscheidend, ob Sie tatsächlich ausreichend Umsätze erzielen können. Wo eine Kosten-Nutzen-Betrachtung nicht klar zu Ihren 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 Ihnen 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 Ihre Chance.

Um die in der Rentabilitäts- und Liquiditätsplanung angenommenen Umsätze nachvollziehbar begründen zu können, sind ausführliche Darstellungen erforderlich. Das gilt auch, wenn Sie bei einer (Teil-)Übernahme an bestehende Umsätze

anknüpfen können (die bisherige Bilanzentwicklung sollte beschrieben und kommentiert 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 werden Sie sich 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 Ihre Umsätze auch davon ab, welche Markteintrittsstrategie Sie planen (möglichst mit Zeitplan).

Es muss klar werden, wie Sie Ihre Kundschaft erreichen und halten wollen, wie Ihr 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 Sie nicht nach kurzer Zeit um eine Kapitalaufstockung nachsuchen müssen, 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 sollten Sie 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 Sie beim Liquiditätsplan neben den Soll-Zahlen eine Spalte mit den Ist-Zahlen aufnehmen und laufend eintragen, haben Sie ein erstes Controlling-Instrument für Ihr Unternehmen. Dann können Sie bei Abweichungen vom Plan ein Problem auf sich zukommen sehen und ggf. gegensteuern oder rechtzeitig zusätzliche Darlehen beantragen.

## 2.8 Finanzierung

Der letzte Baustein ist eine zusammenfassende Darstellung, wofür Sie wie viel Geld für Ihre Existenzgründung benötigen 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, sollten Sie die Möglichkeit weiterer Kreditsicherungen aus dem Privatvermögen darstellen. Andernfalls kommt eine Bürgschaft seitens der Bürgschaftsbank Schleswig-Holstein in Betracht.

Weiterführende Hilfe bei der Ausarbeitung Ihres Businessplans finden Sie auch unter:

[www.ihk-mentor.de](http://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 Ihre persönlichen Vorstellungen nur unzureichend und verfälschen Ihr eigenes Konzept.



## 3 Netzwerk

### 3.1 Sponsoren

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

Sponsoren sind:

- Förde Sparkasse, Kiel
- TAKE MARACKE & Partner, Steuerberater, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer
- MACH3, eine Marke der der REGIOCAST GmbH & Co. KG, RADIOZENTRUM Kiel
- RQP Schleswig-Holstein GmbH, RegionaleQualitätsPartnerschaft, Experte für Beratervermittlung und Qualitätssicherung von Beratungsprojekten

### 3.2 Veranstalter

Die Veranstalter des GründerCup 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](http://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](http://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](http://www.ihk-kiel.de)

Handwerkskammer Lübeck

[www.hwk-luebeck.de/beratung/existenzgruendung](http://www.hwk-luebeck.de/beratung/existenzgruendung)

## Kontakt

### 3.4 Über uns

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

Das Team des GründerCup 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](mailto:mmayr-tschofenig@kiwi-kiel.de)

Michael Schmidt  
Tel.: 04 31 / 51 94 - 291  
E-Mail: [schmidt@kiel.ihk.de](mailto:schmidt@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[at]kiwi-kiel.de)  
Internet: [www.kiwi-kiel.de](http://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