

Existenzgründung

Leitfaden für Ihr Unternehmenskonzept



1 INHALT

Aller Anfang ist schwer, oder?	2
Einige Grundlagen vorab	3
Bestandteile eines Businessplans.....	4
I. Zusammenfassung.....	5
II. Profil des Gründers.....	6
III. Geschäftsidee	7
IV. Produkt/Dienstleistung	8
V. Markt.....	9
VI. Wettbewerbssituation	10
VII. Standort.....	11
VIII: Marketing und Vertrieb	12
IX. Unternehmensorganisation	13
X. 3-Jahres-Plan und mögliche Szenarien.....	14
XI. Kapitalbedarf und Finanzierung	15
XII. Betriebswirtschaftliche Planrechnungen	16
Kapitalbedarfs- und Finanzierungsplan.....	16
Liquiditätsplan.....	18
Rentabilitätsvorschau	19
XIII. Anhang	21
Ihre Ansprechpartner in der Region.....	22
Interessante Quellen im Internet:.....	23

Aller Anfang ist schwer, oder?

Mit der richtigen Unterstützung muss das nicht sein.

Sie haben eine Idee und möchten sich damit selbstständig machen? Den ersten Schritt haben Sie getan. Sie haben den Kontakt zum **REgionalen Netzwerk EXistenzgründung** des Kreises Siegen-Wittgenstein und Olpe (**RENEX**) gesucht und damit kompetente Ansprechpartner rund um Ihre Unternehmensgründung gefunden.

In RENEX arbeiten wir als Partner in der Region Hand in Hand daran, Sie bestmöglich bei Ihrem Gründungsvorhaben zu unterstützen.

Eine gute Idee setzt sich nämlich nicht von alleine erfolgreich in die Praxis um.

Gründungsideen scheitern oftmals an einer unzureichenden Planung vor der Geschäftsaufnahme. An dieser Stelle unterstützen wir Sie gerne und stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

Ein Businessplan oder auch Unternehmenskonzept gibt Ihnen Hinweise darauf, mit welchen Fragen Sie sich im Vorfeld Ihrer Unternehmensgründung beschäftigen sollten, egal wie klein oder groß Ihr Unternehmen am Anfang ist. Das hilft Ihnen dabei, mögliche Probleme schon im Vorfeld zu erkennen. Außerdem können Sie Ihrem Umfeld (Familie, Freunde, Unterstützungspartnern, Kapitalgeber usw.) mit diesen Informationen einen konkreten Eindruck von Ihrer Idee vermitteln.

Und ganz nebenbei bauen Sie im Laufe Ihrer Geschäftsplanung ein umfassendes und wertvolles persönliches Netzwerk zu Ansprechpartnern in Ihrer Gründerregion auf. Ein unschätzbare Wert auch für den späteren Erfolg Ihrer Selbstständigkeit.

Der Businessplan ist die Visitenkarte Ihres Unternehmens. Und die sagt viel über Sie selbst aus. Nehmen Sie sich also die Zeit, sich die hier zusammengetragenen Fragen für Ihre Geschäftsidee gewissenhaft zu beantworten – Sie legen damit die Basis für Ihre erfolgreiche Gründung und haben danach ein wertvolles Kontrollinstrument zur Hand.

Jetzt kann es also losgehen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg und gutes Gelingen für Ihre Selbstständigkeit!

Ihr

Team von RENEX

Einige Grundlagen vorab

Wenn Sie einen Businessplan schreiben, werden Sie im Laufe Ihrer Arbeit viele Informationen zusammentragen. Sie sind der Experte für Ihre Idee und stecken tief in der Materie. Schwierig wird es oft erst dann, wenn Sie versuchen die Informationen so zusammenzuschreiben, dass Ihr Konzept auch für Andere (Familie, Unterstützungspartner, Kapitalgeber etc.) nachvollziehbar wird. Wenn Sie einige Grundregeln beachten, umschiffen Sie diese Klippe.

1. Formulieren Sie Ihren Geschäftsplan so, dass er auch für Leser verständlich ist, die in Ihrem Fachgebiet nicht zu Hause sind. Also lieber keine technischen Details und kein „Fachchinesisch“.
2. Bestechen Sie durch Klarheit und Sachlichkeit! Schildern Sie auch kritische Punkte sachlich formuliert und liefern Sie Lösungsansätze gleich mit.
3. Erstellen Sie ein Dokument wie aus einem Guss! Die Einzelteile des Businessplans entwickeln sich zu einer Einheit. Auch optisch ist Ihr Konzept ansprechend gestaltet (Schrift, Format, Bezug zwischen Text und Grafik). Sie erinnern sich: Ihre Visitenkarte!
4. Testen Sie Ihren Entwurf immer wieder. Sprechen Sie mit Ihren Unterstützungspartnern und entwickeln Sie Ihr Konzept kontinuierlich weiter. Notieren Sie neue Ideen, damit diese Ihnen nicht verloren gehen.
5. Suchen Sie frühzeitig Unterstützung! Die RENEX-Partner sind bei allen Fragen rund um Ihre Gründung für Sie da.
6. Auch wenn Sie auf Ihrem Weg manchmal zweifeln, lassen Sie sich nicht entmutigen!

Manche Fragen, die wir im Folgenden zusammengetragen haben, treffen auf Ihr Gründungsvorhaben unter Umständen nicht vollständig zu (da Sie beispielsweise zu Geschäftsbeginn kein Personal beschäftigen). Lassen Sie diese jedoch nicht ganz außer Acht. Eventuell werden sie relevant, wenn sich Ihr Unternehmen entwickelt und wächst. Bauen Sie die Aspekte dann in Ihre Vision und Langfristplanung mit ein.

Auf manche Frage finden Sie vielleicht nicht sofort eine Antwort. Das ist völlig normal. Sie stehen am Anfang Ihrer Gründung und befinden sich in einem spannenden Prozess. Sie lernen permanent dazu und entwickeln Ihr Wissen dabei andauernd weiter. Mit offenen Fragen wenden Sie sich einfach an Ihre RENEX-Partner.

Die Kontakte zu Ihren Ansprechpartnern in der Region finden Sie auf Seite 22.

Bestandteile eines Businessplans

Wenn Sie die nachfolgende Gliederung bei der Ausarbeitung Ihres Businessplans berücksichtigen und die Kapitel qualitativ „mit Leben füllen“, haben Sie alle Aspekte eines soliden Businessplans berücksichtigt. Damit entspricht Ihr Geschäftsplan auch den inhaltlichen Anforderungen, die Kapitalgeber, öffentliche Fördermittelgeber und Beratungen an dieses Dokument stellen.

- I. Zusammenfassung
- II. Profil des Gründers
- III. Geschäftsidee
- IV. Produkt/Dienstleistung
- V. Markt
- VI. Wettbewerbssituation
- VII. Standort
- VIII. Marketing und Vertrieb
- IX. Unternehmensorganisation
- X. 3-Jahres-Plan und mögliche Szenarien
- XI. Kapitalbedarf und Finanzierung
- XII. Betriebswirtschaftliche Planrechnungen
- XIII. Anhang

Im Folgenden geben wir Ihnen für jeden der Gliederungspunkte einige Leitfragen an die Hand, die Ihnen die Bearbeitung erleichtern sollen und Ihnen einen Einstieg in die Materie geben. Die Beantwortung der Fragen wird häufig neue Fragen aufwerfen. Auch das ist völlig normal. Es ist genau das, was Ihre Selbstständigkeit ausmacht. Sie sind häufig mit neuen Umständen konfrontiert und sind gefordert Lösungen zu finden. In diesem Prozess werden Sie sich auch persönlich in ganz neuen Situationen erleben (von Stress bis Euphorie wird alles dabei sein). Genau die richtige Lernsituation also, um Ihre unternehmerische Persönlichkeit zu festigen und weiterzuentwickeln.

I. Zusammenfassung

Die Zusammenfassung ist wie der Klappentext eines guten Buches. In der Regel fehlt dem Leser die Zeit, um Ihr Konzept beim ersten Mal vollständig zu lesen. Daher dient die Zusammenfassung der essentiellen Konzeptinhalte einer schnellen Beurteilung Ihres Vorhabens. Wenn Sie auf den ersten zwei Seiten das Interesse des Lesers gewinnen, wird er sich die Zeit nehmen Ihr Konzept komplett zu lesen und zu bewerten.

- Geben Sie hier also einen kurzen Überblick über Ihr Gründungsvorhaben (eine bis maximal zwei Seiten).
- Beschränken Sie sich dabei auf die wesentlichen Aussagen und den Kern Ihres Konzeptes (zwei bis drei Sätze pro Kapitel).

Die Zusammenfassung ist sozusagen Ihre Eintrittskarte in die „nächste Runde“. An diesem Teil Ihres Businessplans sollten Sie zum Schluss noch einmal besonders gründlich „feilen“.

Tipp:

- Schreiben Sie die Zusammenfassung zuletzt, um Ihre Ideen und Ziele wirklich konkret formulieren zu können.
- Stellen Sie Ihrem Plan eine Gliederung voran. Das erleichtert dem Leser die Arbeit mit Ihrem Businessplan.

II. Profil des Gründers



Die Vorstellung des Gründers vermittelt dem Leser wichtige Informationen über dessen Eignungen hinsichtlich seiner fachlichen, kaufmännischen und sozialen Kompetenz sowie seiner Persönlichkeit. Beschreiben Sie dabei ebenfalls Ihre Verantwortungsbereiche und Erfolge bei bisherigen Arbeitgebern.

- Welche Ausbildung haben Sie?
- Welche kaufmännischen Qualifikationen haben Sie?
- Welche Branchenkenntnisse haben Sie?
- Waren Sie schon einmal selbstständig und wenn ja, in welcher Branche?
- Welche Kontakte/Referenzen haben Sie?
- Was sind Ihre Motive für die Selbstständigkeit?
- Wo liegen Ihre Stärken/Schwächen?
- Wie werden Schwächen ausgeglichen? (Schulungen)

III. Geschäftsidee

Geben Sie Ihre Ideen zu Ihrem Geschäftsmodell wieder. Nicht nur Sie selbst sollten wissen, welche Ziele Sie langfristig verfolgen möchten und wie Sie sich Ihre Unternehmensvision vorstellen.

Vor allem für Kapitalgeber, aber auch für Ihre Familie und andere Menschen, die von Ihrer Selbstständigkeit direkt oder indirekt betroffen sind, ist es wichtig, eine Vorstellung davon zu bekommen, wo die Reise hingeht.

Vermitteln Sie also ein Bild davon, wo Ihr Unternehmen in drei, fünf und zehn Jahren stehen wird und wie sich Ihre Geschäftstätigkeit mittel- und langfristig entwickeln soll. Dabei reicht es nicht „Tagträumereien“ zu formulieren. Geben Sie eine klare Vorstellung der kommenden Etappen. Stellen Sie auch die Strategien und Instrumente dar, mit denen Sie diese Ziele erreichen wollen.

Mit der Darstellung Ihrer Vision können Sie noch einmal Ihre volle Motivation für die eigene Geschäftsidee zum Ausdruck bringen und auch den Leser aktiv für Ihr Vorhaben begeistern.

Vermitteln Sie den „unternehmerischen Geist“, den Sie mit Ihrem Gründungsvorhaben und mit Ihrem eigenen Unternehmen verbinden.

Lassen Sie den Funken überspringen!

- Was ist Ihre Geschäftsidee? (Produkt, Dienstleistung, Innovation)
- Wie sind Sie auf diese Idee gekommen?
- Welche Ziele haben Sie sich für Ihr Unternehmen gesetzt? Gibt es eine Zukunftsvision? (in den kommenden drei, fünf bzw. zehn Jahren bezüglich Qualitäts-, Service-, Wachstumsziele)
- Wie wollen Sie diese Ziele erreichen?



IV. Produkt/Dienstleistung

Hier beschreiben Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung detailliert.

- Was verkaufen Sie konkret?
- Welche Eigenschaften hat Ihr Produkt? Was ist besonders?
- Welchen Nutzen hat es für Ihre Kunden?
- Was ist das Alleinstellungsmerkmal Ihres Produktes (Eigenschaften, die die Produkte Ihrer Mitbewerber nicht haben, oder die bei Ihrem Produkt „besser“ sind)?
- Ist Ihr Produkt bereits marktreif? Welcher Entwicklungsstand liegt vor?
- Welche gesetzlichen Formalitäten sind zu erledigen? (Zulassungen, Genehmigungen)
- Wie sind die Zukunftsaussichten für Ihre Produkte/Dienstleistungen?
- Markenschutz/Patente

Es sollte klar erkennbar werden, um welches Produkt/welche Dienstleistung es sich bei Ihrem Angebot handelt. Insgesamt sollten Sie das Produkt/die Dienstleistung so detailliert wie möglich beschreiben. Dies bildet schließlich den Kern Ihrer unternehmerischen Tätigkeit.

V. Markt

Welche Zielgruppe Sie ganz speziell mit Ihren Produkten/Dienstleistungen ansprechen ist für die Abschätzung Ihres Marktes wichtig. Es macht einen deutlichen Unterschied, ob Sie mit Ihrem Angebot alle Menschen ansprechen, oder sich auf eine Nische konzentrieren (z. B. Kinder, Senioren etc.).

Nachdem Sie durch die Wahl Ihrer Produkte und/oder Dienstleistungen auch die Branche in der Sie tätig sind weitgehend definiert haben, gilt es diese so genau wie möglich zu beschreiben. Dies geht einher mit der Beschreibung des Marktes, in dem Sie tätig sein werden. Entscheiden Sie wie Ihre Zielgruppe von Ihrem Angebot erfährt und auf welchem Wege Ihre Produkte den Kunden erreichen.

- Wodurch kennzeichnet sich die Branche?
- Wodurch kennzeichnet sich Ihr Markt?
- Wie groß ist das Marktvolumen (Nachfrage) für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung? Welche Absatzerwartungen haben Sie?
- Welchen Marktanteil streben Sie an?
- An welche Zielgruppe(n) richtet sich Ihr Angebot? (Klein- oder Großkunden, Privat- oder Geschäftskunden, Altersgruppe, Einkommensgruppe etc.)
- Haben Sie bereits Referenzkunden? Wenn ja, welche?
- Sind Sie von wenigen Kunden abhängig?
- Mit welchen Maßnahmen gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden ein?
- Können Sie vorhandene Kundenkontakte nutzen?
- Wie schätzen Sie die Entwicklung der Marktsituation ein? Welcher Trend zeichnet sich ab, was hat dieser für einen Einfluss (positiv/negativ) auf Ihr Angebot?

VI. Wettbewerbssituation

Die Frage insgesamt lautet also: Auf welchem „Spielfeld“ bewegen Sie sich mit welchen „Mitspielern“? Und nach welchen Regeln wird gespielt? Lernen Sie Ihr Tätigkeitsumfeld genau kennen, indem Sie diese Fragen beantworten.

- Welche Konkurrenzprodukte existieren bereits oder werden derzeit entwickelt?
- Haben Sie Mitbewerber? Wenn ja, sind Ihre Mitbewerber eher einige große oder viele kleine Unternehmen?
- Wo haben Ihre Mitbewerber Stärken/Schwächen, wenn Sie es aus Kundensicht beurteilen sollen?
- Was sind die Stärken Ihres Unternehmens bzw. wie heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab? Gibt es Zusatznutzen?
- Wie ist die Marktaufteilung unter den Mitbewerbern?

VII. Standort

Die Bedeutung der Standortwahl ist groß. Die Entscheidung der Niederlassung betrifft wichtige Faktoren des Unternehmenskonzeptes wie Kunden und Lieferanten, Kosten sowie die Infrastruktur. Den „richtigen“ Standort zu finden ist abhängig von dem Konzept, der Zielsetzung und den Besonderheiten Ihres Unternehmens.

- Welchen Standort haben Sie gewählt? (Lage, Größe, Verkehrsanbindung, Parkplätze, Nähe zur Zielgruppe, technische Infrastruktur, Miete etc.)
- Wieso haben Sie diesen Standort gewählt? (Vor-/Nachteile)
- Wie können Sie Nachteile ausgleichen?
- Wie bedeutend ist die Standortwahl für Ihr Unternehmen/Ihre Branche?
- Wie wird sich der Standort künftig entwickeln?
- Liegen gewerbe- und baurechtliche Verordnungen und Gesetze vor, die eine Ansiedlung verhindern könnten? (Bauplanungsamt der Gemeinden, Bebauungsplan)
- Welche Voraussetzungen sollte der Standort mit sich bringen? (Kunden-/Lieferantennähe, Verkehrsanbindung, Mietpreis, Objektgröße/-zustand, Umfeld)



VIII: Marketing und Vertrieb

Sie haben Ihr Produkt definiert und Ihre Zielgruppe identifiziert. Entscheiden Sie, wie Ihre Zielgruppe von Ihrem Angebot erfährt und auf welchem Weg Ihre Produkte den Kunden erreichen.

- Wie sieht Ihre Kalkulation für den Preis und die Kosten der Produkte/Dienstleistung aus? Vergleichen Sie ähnliche Angebote am Markt. Die Preisgestaltung hat Auswirkungen auf Ihren Spielraum.
- Wie und wo möchten Sie sich positionieren/Marktsegment?
 - Demografisch: Beruf, Einkommen, Haushaltsgröße, Alter, Geschlecht, Familienstand, Nielseengebiete etc.
 - Geografisch: International, National, Bundesländer, Regional etc.
 - Psychografisch: Persönlichkeitsmerkmale der Kunden, Eigenschaften des Produktes, Szenen etc.
 - Verhaltensorientiertes Kaufverhalten: Preisverhalten, Mediennutzung, Zahlungsverhalten, Einkaufsorte, Produktwahl etc.

Das Marketing ist vor allem auch Ihre Kommunikation nach außen. Gestalten Sie es so, dass Sie Ihre Produkte erfolgreich absetzen können.

- Über welchen Vertriebsweg erreichen Sie Ihre Kunden? (z. B. Online-Vertrieb)
- Wie bauen Sie Ihren Vertrieb auf?
- Benötigen Sie Vertriebspartner?
- Welche könnten das sein und zu welchen Bedingungen erhalten Sie Zugang zum Markt?
- Welche Kommunikationsmittel und -kanäle nutzen Sie und warum?
- Erreichen Sie damit wirklich die gewünschte Zielgruppe?
- Wie sieht das Marketing der Mitbewerber aus?
- Welche Kosten veranschlagen Sie für Ihre Marketingmaßnahmen?

Bleiben Sie immer auf dem Laufenden, um Veränderungen auch bei Ihren stärksten Mitbewerbern nicht zu verpassen. Übernehmen Sie die Maßnahmen der Konkurrenz nicht einfach. Entwickeln Sie Ihre eigene Strategie für Vertrieb und Marketing. Das ist unter Umständen eine Besonderheit, die Sie deutlich von anderen abheben muss.

IX. Unternehmensorganisation

Wenn Sie alleine als Einzelunternehmer gründen und (wenigstens zu Anfang) keine Mitarbeiter beschäftigen, fällt die Unternehmensorganisation weniger komplex aus als bei der Teamgründung mit mehreren Gesellschaftern oder bei der Beschäftigung von Mitarbeitern. Egal welche Form Sie wählen, die anfallenden Arbeiten müssen erledigt werden und Sie müssen sich über die Aufgabenfelder, die Ihr Geschäft mit sich bringt im Klaren sein.

- Wer ist/sind der/die Gründer und Gesellschafter?
- Welche Funktionsbereiche und Aufgabenfelder müssen in Ihrem Unternehmen abgedeckt werden und wer übernimmt sie?
- Wie hoch ist der notwendige Personalbedarf? (Begründen Sie die Auswahl Ihrer Mitarbeiter → Anzahl, Qualifikationen)
- Unterliegt das Geschäft saisonalen Schwankungen und können diese Auswirkungen auf den Personalbedarf haben?
- Welche Rechtsform wählen Sie (z. B. Einzelunternehmen, GbR, GmbH) und warum?
- Welche Vor- und Nachteile ergeben sich aus dieser Rechtsformwahl für Ihr Unternehmen? (Frage der Verantwortung, Haftung, Kapitaleinsatz etc.)

X. 3-Jahres-Plan und mögliche Szenarien

Der 3-Jahresplan bildet Ihr gesamtes Gründungsvorhaben noch einmal ab. Diesmal allerdings in Zahlen. Hier stellen Sie dar, ob Ihre Geschäftsidee rentabel sein kann. Dies ist zum einen für Sie wichtig für die Entscheidung, ob Sie tatsächlich gründen, oder nicht. Zudem ist hiervon aber auch die Gewinnung möglicher Kapitalgeber stark abhängig. Der 3-Jahres-Plan ist für Sie auch ein erstes Controlling-Instrument, mit dem Sie Abweichungen von Ihrer geplanten Geschäftsentwicklung identifizieren und beurteilen können.

- Welche Stärken/Schwächen hat Ihr Unternehmen?
- Welche Preise und Kosten der Produkte/Dienstleistungen haben Sie kalkuliert?
- Welchen Deckungsbeitrag erwirtschaften Sie?
- Welche Umsätze erwarten Sie in den jeweiligen Planungsperioden? (monatlich und jährlich)
- Mit welchen Ein- und Auszahlungen rechnen Sie zu welchen Zeitpunkten?
- Mit welchen Aufwendungen und Erträgen rechnen Sie?
- Welche Zukunftsprognosen lassen sich für Ihr Unternehmensumfeld herleiten?
- Unter welchen Bedingungen funktioniert Ihr Konzept nicht? (Kunden bleiben aus, Auftreten von Nachahmern, Erstarkung der Mitbewerber, Mangel an qualifiziertem Personal, zu schnelles Unternehmenswachstum, Forderungsausfälle etc.)
- Welche Handlungsalternativen haben Sie sich für diesen Fall überlegt? (Kosten reduzieren, Angebote verändern, neue Absatzmärkte suchen)
- Wie wahrscheinlich sind die verschiedenen Zustände?
- Welche Chancen und Risiken ergeben sich hieraus für Ihr Unternehmen?

Tipp: Stellen Sie eine Planrechnung für eine optimistische, eine pessimistische und eine „realistische“ Annahme auf, um sich einen besseren Überblick über die mögliche Geschäftsentwicklung zu verschaffen.

XI. Kapitalbedarf und Finanzierung

In diesem Teil filtern Sie aus Ihren Plänen zum Betriebsablauf noch einmal heraus, welchen Kapitalbedarf Sie unter Umständen haben und wie Sie diesen decken wollen.

Wenn Sie Fremdkapital benötigen, sollten Sie die unterschiedlichen Quellen, die Ihnen offen stehen, recherchieren und auf Ihre Konditionen hin überprüfen. Insgesamt fragen Sie sich:

- Wie hoch ist Ihr benötigter langfristiger und kurzfristiger Kapitalbedarf? (Anschaffungskosten, Vorlaufkosten)
- Welche Investitionen kommen auf Sie zu? (Kostenvoranschläge, um Plan zu erfüllen)
- Welche Betriebsmittel benötigen Sie?
- Welche Risiken ergeben sich für Ihr Unternehmen und Personal und welche Vorsorge treffen Sie? (Versicherungen, steuerliche Belastung, sonstige Beträge)
- Wie hoch sind Ihre Kosten für Lebenshaltung, Wohnen, Pkw?
- Wie hoch sind die Beiträge für persönliche Ab- und Versicherungen?
- Erhalten Sie Einnahmen? (Mieteinnahmen, Kapitaleinkünfte)
- Erhalten Sie den Gründungszuschuss oder Einstiegsgeld?
- Aus welchen Finanzierungsquellen wollen Sie diesen Kapitalbedarf decken? (Welche Alternativen gibt es; prüfen Sie die Konditionen und Bedingungen der Kapitalgeber)
- Wie sollte Ihre Finanzierungsstruktur aussehen? Wie hoch ist Ihr Eigenkapitalanteil?
- Welche Förderprogramme könnten in Frage kommen?

Früher oder später werden Sie sich vielleicht auf ein Gespräch mit einem Kapitalgeber vorbereiten. Bis dahin sollten Sie Ihren Businessplan so weit entwickelt haben, dass er keine gravierenden Schwächen mehr aufweist.

Eine „zerknitterte“ Visitenkarte geben Sie ja auch nicht weiter!

XII. Betriebswirtschaftliche Planrechnungen

(Quelle: www.gruendungswerkstatt-nrw.de)

1.1 KAPITALBEDARFS- UND FINANZIERUNGSPLAN

Kapitalbedarf		EURO ohne MwSt.
A.	Sachinvestitionen	
1	Bauinvestitionen	0
2	Betriebs- und Geschäftsausstattung	0
	Büroeinrichtung	0
	Maschinen	0
	Computer, Software	0
3	Fahrzeuge und Transportmittel	0
4	Sonstige Investitionen	0
	Reserve für Folgeinvestitionen	0
5	Erstes Waren- und Materiallager	0
6	Kaufpreis (Betriebsübernahme)	0
	Summe Sachinvestitionen	0
B.	Gründungsnebenkosten	
1	Beratungen	0
	Unternehmens-/Steuerberater	0
	Rechtsanwalt	0
	Seminare, Kurse etc.	0
2	Kautionen / Gebühren / Provisionen	0
	Mietkautionen in bar	0
	Gebühren von Behörden	0
	Notargebühren	0
	Maklerprovisionen	0
	Konzessionen	0
3	Büroerstaussstattung	0
	Büromaterial	0
	Briefpapier/Vistenkarten, etc.	0
4	Markteinführung / Werbung	0
	Werbematerialien	0

Internet-Präsenz	0
Anzeigen	0
Eröffnungsfeier	0
Summe Gründungsnebenkosten	0
C. Betriebsmittel	
Liquiditätsbedarf lt. niedrigstem (negativen) Monats-Kontostand im Liquiditätsplan	0
Zusätzliche Liquiditätsreserve	0
Summe Betriebsmittel	0
D. Bürgschaften/Garantien	
Bürgschaften, Garantien, o.ä.	0
Summe Bürgschaften/Garantien	0
Kapitalbedarf	0

Finanzierung	EURO
Eigenmittel	0
Sachwerte/Eigenleistungen	0
Sonstiges	0
Summe Eigenkapital	0
Förderdarlehen	0
Hausbankdarlehen	0
Kontokorrentkredit der Hausbank	0
Private Darlehen	0
Sonstige Finanzierungsmittel	0
Summe Fremdkapital	0
Gesamtkapital	0
Avalkredite (Bürgschaften/Garantien)	0
Gesamtkapital und Avalkredite	0
Finanzierungslücke/-reserve	0

Tilgungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kreditzinsen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Steuern und Abgaben	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Umsatzsteuersaldo (Netto-Umsatz abzgl. Vorsteuer)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5. Überdeckung (+) Unterdeckung (-)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6. Privatentnahme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7. Überdeckung (+) Unterdeckung (-) (nach Privatentnahme)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
8. Liquide Mittel am Monatsende	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kontokorrentkredit (Wert ist aus der Tabelle Finanzierung zu übernehmen)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9. Liquide Mittel inkl. Kontokorrentrahmen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

1.3 RENTABILITÄTSPROJEKTION

Umsatzvorschau	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
Umsatzvorschau (netto, 19%)			
Geschäftsbereich 1	0	0	0
Geschäftsbereich 2	0	0	0
Geschäftsbereich 3	0	0	0
Geschäftsbereich 4	0	0	0
Geschäftsbereich 5	0	0	0
Umsatzerlöse (netto, 19%)	0	0	0
Umsatzvorschau (netto, 7%)			
Geschäftsbereich 6	0	0	0
Geschäftsbereich 7	0	0	0
Umsatzerlöse (netto, 7%)	0	0	0
Umsatzvorschau (netto, 0%)			
Geschäftsbereich 8	0	0	0
Geschäftsbereich 9	0	0	0
Umsatzerlöse (netto, 0%)	0	0	0
Umsatz Gesamt	0	0	0

Kostenvorschau (netto)	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr
Wareneinkauf/Materialeinsatz	0	0	0
Fremdleistungen	0	0	0
Rohhertrag	0	0	0
Personalkosten (nur Mitarbeiter)	0	0	0
Geschäftsführerbezüge (z.B. bei GmbH)	0	0	0
Miete (gewerblich)	0	0	0
Mietnebenkosten (Strom, Wasser, Heizung, etc.)	0	0	0
Leasing	0	0	0
Fahrzeugkosten	0	0	0
Werbung und Vertriebskosten	0	0	0
Reisekosten	0	0	0
Abschreibungen	0	0	0
Geringwertige Wirtschaftsgüter (GWG)	0	0	0
Reparatur/Instandhaltung	0	0	0
Versicherungen (betriebliche)	0	0	0
Gebühren und Beiträge	0	0	0
Telefon, Fax, Internet etc	0	0	0
Buchführung, Beratung etc	0	0	0
Gründungsnebenkosten	0	0	0
sonstige Kosten	0	0	0
Kreditzinsen	0	0	0
Steuern und Abgaben	0	0	0
Kosten Gesamt	0	0	0
Betriebsergebnis	0	0	0

XIII. Anhang

- tabellarischer Lebenslauf
- Zeugnisse
- Gesellschaftervertrag
- Pachtvertrag
- Verträge allgemein
- Marktanalysen
- Branchenkenzahlen
- Gutachten
- Übersicht über Sicherheiten
- Musterbroschüren, Flyer, Speisekarte etc.

2 IHRE ANSPRECHPARTNER IN DER REGION

REgionales Netzwerk EXistenzgründung (RENEX)

www.renex.org

Gründerportal der Region → Link zu allen Ansprechpartnern rund um die Gründung in den Kreisen Siegen-Wittgenstein und Olpe

Industrie- und Handelskammer Siegen (STARTERCENTER NRW Siegen)

www.ihk-siegen.de

Sibylle Haßler
Koblenzer Straße 121
57072 Siegen
Tel.: 0271 3302-305

sibylle.hassler@siegen.ihk.de

Pia Lorsbach
Koblenzer Straße 121
57072 Siegen
Tel.: 0271 3302-135

pia.lorsbach@siegen.ihk.de

Gina Schröder
Koblenzer Str. 121
57072 Siegen
Tel.: 0271 3302-223

gina.schröder@siegen.ihk.de

Handwerkskammer Südwestfalen (STARTERCENTER NRW Olpe)

www.hwk-swf.de

Helena Hasenau
Martinstraße 10
57462 Olpe
Tel.: 02761 94328-221
helena.hasenau@hwk-swf.de

Entrepreneurship Center

www.ec.uni-siegen.de

Beratung für Studierende und Mitarbeiter der Universität Siegen

Dr. Jens Jacobs

Sandstraße 26

57072 Siegen

Tel.: 0271 740-3937

jens.jacobs@uni-siegen.de

3 INTERESSANTE QUELLEN IM INTERNET:

RENEX – Regionales Netzwerk für
Existenzgründung
www.renex.org

Bundesministerium für Wirtschaft und
Klimaschutz
www.bmwk.de

Startpunkt 57 e.V. – Die Initiative für
Gründer
www.startpunkt57.de

nexxt-change Unternehmensbörse
www.nexxt-change.org

IHK Siegen
www.ihk-siegen.de

Förderdatenbank (Bundesministerium für
Wirtschaft und Klimaschutz)
www.foerderdatenbank.de

Handwerkskammer Südwestfalen
www.hwk-swf.de

KfW – Kreditanstalt für Wiederaufbau
www.kfw.de

Entrepreneurship Center
www.ec.uni-siegen.de

NRW.BANK
www.nrw-bank.de

Existenzgründungsportal der
STARTERCENTER NRW
www.startercenter.nrw.de

Bürgschaftsbank NRW
nrw.ermoeglicher.de

Unternehmenswerkstatt Deutschland
www.uwd.de

Ministerium der Finanzen des Landes NRW
www.finanzverwaltung.nrw.de

Existenzgründungsportal des
Bundesministeriums für Wirtschaft
und Klimaschutz
www.existenzgruender.de

Deutsches Patent- und Markenamt
www.dpma.de

EXIST – Existenzgründungen aus der
Wissenschaft
www.exist.de

Gründerstipendium NRW
www.gruenderstipendium.nrw