



KMU-BERATER NEWS

Vielfalt der Unternehmensgründung

Aktuelle Termine auf unserer neuen Website:

Klicken Sie rein!
kmu-berater.de

Truefelpix/stock.adobe.com



Überreicht durch:

Gründungs-Berater sein in unserer Zeit

„Alle reden von Startups – keiner redet von mir!“ Das hören wir oft, sobald wir mit Gründern sprechen, die keine Hightech-Themen vertreten.

Richtig ist, dass nur ein sehr geringer Prozentsatz der Gründungsunternehmen in Deutschland Startups im Sinne der gültigen Definition aus der Online-Ausgabe von Gablers Wirtschaftslexikon sind: Startups sind dort „junge, noch nicht etablierte Unternehmen, die zur Verwirklichung einer innovativen Geschäftsidee (häufig in den Bereichen Electronic Business, Kommunikationstechnologie oder Life Sciences) [...] gegründet werden und i.d.R. sehr früh zur Ausweitung ihrer Geschäfte und Stärkung ihrer Kapitalbasis entweder auf den Erhalt von Venture-Capital bzw. Seed Capital [...] angewiesen sind. Aufgrund der Aufnahme externer Gelder [...] ist das Unternehmen auf einen Exit angewiesen, im Zuge dessen die Kapitalgeber ihre Investments realisieren.“

Die überwältigende Mehrheit der Gründungen findet jedoch in den übrigen Bereichen der Wirtschaft statt. Sie sind dabei ungleich häufiger innovativ, als die Öffentlichkeit annimmt – denn das funktioniert in jeder Branche!

Aus diesem Grund sind unsere KMU-News diesmal dem Gründungsthema gewidmet

und beleuchten ein Stück der täglichen Realität – auch, um uns als Beratern ein wenig den Blick zu weiten. Die Unternehmerin aus Mittelfranken, Vicki Marx, ist ein hervorragendes Beispiel, wie jemand hochinnovativ sein kann und trotzdem kein Startup ist. Dass sie darüber hinaus noch als Mutter mit Kind neben ihrem Job im Konzern gegründet hat, weist außerdem auf einen Trend hin, der ständig stärker wird: Gründen im Nebenerwerb als Vorbereitung einer Voll-Selbstständigkeit.

Dass auch der Ruf nach Kapital, gerade für Innovationen außerhalb der Hightech-Szene, gehört werden kann, ermöglicht ein noch ziemlich unbekanntes Förderprogramm für Investoren. Und wenn wir als Berater – zuweilen etwas ratlos – vor der Aufgabe stehen, bei der Beschaffung von Seed-Kapital zu unterstützen, gibt uns Carsten Rudolph wichtige Tipps, wie solche teils semi-professionellen Versuche nicht zwingend scheitern müssen.

Bei allem aber steht an erster Stelle, dass wir mit unserer Arbeit viele Leute auf einem Teil ihres Weges begleiten; als Menschen an ihrer Seite. Und wenn wir durch Präsenz und Expertise dabei helfen können, dass diese erfolgreich werden oder es bleiben, haben wir mehr erreicht, als „nur“ das Lösen eines fachlichen Problems: Wir haben mitgewirkt, dass



für Unternehmerfamilien und deren Mitarbeiter vielleicht eine – in vielerlei Hinsicht – erfüllende Welt entstanden ist, in der Werte gelten, mit denen sich jeder von ihnen identifizieren kann.

Wir haben ebenso dazu beigetragen, dass neue Unternehmen entstehen, die den für Deutschland immens wichtigen Mittelstand stärken werden.

Dr. Uwe Kirst
Leiter der Fachgruppe
„Unternehmensgründung“



3 Fragen an:

Dr. B. Jopen

Er war Hochschullehrer, Manager und Unternehmer. Doch seit 2010 kümmert sich Dr. Bernward Jopen aus Gräfelfing (Kreis München) um Strafgefangene. Die Seminare, die er und seine Mitarbeiter gestalten, umfassen von der Planung bis hin zum Vertrieb alle relevanten Gründungsthemen; der Kern aber ist unternehmerisches Denken und Handeln.

Er wird unterstützt von zahlreichen Unternehmern, Führungskräften und renommierten Fachleuten, die sich während des ganzen Jahres ehrenamtlich als Gesprächspartner und Mentoren beteiligen.

Dr. Bernward Jopen, Mitgründer und Geschäftsführer von Leonhard | Unternehmertum für Gefangene

1. Was ist die Absicht Ihrer Initiative?

„Einmal Lump, immer Lump“ – mit diesem Vorurteil haben viele Strafgefangene zu kämpfen. Dabei wird übersehen, dass viele Gefangene ein anderes Leben führen möchten und in der Gesellschaft wieder Fuß fassen wollen. Entscheidend ist allerdings, dass sie über genügend Wissen, Selbstvertrauen und gute Berater verfügen, um später ihr Geld auf legale Art und Weise zu verdienen. Wer nach der Entlassung allzu lange auf eine bezahlte Beschäftigung warten muss, gerät schnell in Versuchung, wieder den „leichten“ Weg einzuschlagen und mithilfe von Straftaten an das nötige Geld zu kommen. Was ist die Folge? Gefangene kosten den Steuerzahler Jahr für Jahr eine große Menge Geld. Sie fordern möglicherweise neue Opfer. Diese Spirale durchbrechen wir und schaffen durch die Vermittlung unternehmerischen Know-hows eine neue, berufliche Perspektive.

Wir befähigen unsere Teilnehmer, nach ihrer Entlassung kleine Dienstleistungsunternehmen aufzubauen. So sind sie nicht mehr von der Gunst potenzieller Arbeitgeber abhängig. Außerdem fördert das ihr Denken und Handeln als möglicher Mitarbeiter, falls es doch mit einer Bewerbung klappt oder die unternehmerische Eignung nicht ausreicht.

2. Wie nachhaltig ist Ihre Initiative?

Unsere Methode funktioniert, denn 87 Prozent unserer Absolventen werden in einem Zeitraum von drei Jahren nach ihrer Entlassung nicht mehr rückfällig im Sinne einer erneuten Straftat. Das ist ein Rückgang von 41 Prozent gegenüber dem Bundesdurchschnitt. Das hat die TU München 2019 ermittelt. Und 24 Prozent unserer entlassenen Absolventen machen sich wirklich selbstständig. Das zeigen für 2018 interne Recherchen.

Eine Studie des „Instituts für Unternehmensrechnung und Controlling“ an der Fakultät „Betriebswirtschaftslehre“ der Ludwig-Maximilians-Universität München im Juni 2016

hat Folgendes ergeben: Für jeden Euro, den die Gesellschaft in das Projekt Leonhard investiert, bekommt sie – konservativ gerechnet – nach nur drei Jahren 1,70 Euro zurück. Das gelingt, weil die Teilnehmer arbeiten statt Transferleistungen zu erhalten bzw. wieder straffällig zu werden.

3. Haben Sie selbst auch etwas von Ihren Teilnehmern gelernt?

Zum einen Bescheidenheit, aber auch Respekt vor Menschen, die nicht aufgeben. Das sind Eigenschaften, die überall geeignet sind, Gutes hervorzubringen!

Wir vermitteln Wissen, was viele andere ebenfalls tun, aber wir bringen unsere Teil-

nehmer auch mit Menschen in Kontakt, die fachlich und persönlich etwas zu erzählen haben. Das macht Mut und erschließt der Gesellschaft Ressourcen von mitdenkenden und aktiven Bürgern.

In Zukunft sollen die Schulungen auch in anderen Bundesländern angeboten werden. Zusätzlich gibt es ein Projekt in Nigeria. Wer immer also in Deutschland Verantwortung für Strafgefangene und deren Wiedereingliederung hat, ist uns als Gesprächspartner herzlich willkommen.

KMU-News: „Dr. Jopen, vielen Dank für das Gespräch.“

Coaching im Gründungsprozess

Analyse und Planung sind Grundlagen für eine erfolgreiche Unternehmensgründung. Ob mit dem Planungstool des Business Model Canvas entwickelt oder nach dem klassischen Muster des Businessplans, die sogenannten „harten Fakten“ der Finanzplanung sind elementar für die Entscheidung, ob sich eine Gründung lohnt oder nicht. Vor allem anderen stehen die Zahlen im Vordergrund und Cash Flow sowie Kapitaldienstfähigkeit interessieren Investoren und Banken in erster Linie. Der Gründer als Person wird dabei nicht vergessen. Im Businessplan verweist er – bei aller sonstigen Bescheidenheit – auf seine Qualifikationen und Erfahrungen, betont seine Belastbarkeit, seine Energie und den unbedingten Willen.

Unabhängig davon, dass eine Vielzahl von Gründenden mangels persönlicher Erfahrung die Belastungen einer selbstständigen Existenz noch gar nicht kennen kann, unterbleibt viel zu oft eine Reflexion der eigenen Person. Dem Traum der Selbstständigkeit und der (schnellen) Umsetzung einer Idee wird alles andere untergeordnet, Risiken werden relativiert, Chancen überhöht. Ein guter Berater ist deshalb nicht nur als Begleiter von Gründenden und Mitentwickler von Planungsrechnungen gefordert, sondern auch und vor allem als objektiver Coach für einen Menschen, der an einem ganz persönlichen und zentralen Scheideweg im Leben steht und einen der wichtigsten Entwicklungsschritte im Leben gehen will. Neben der Klärung der visionären Idee, der Analyse des Marktes und der Erstellung einer Finanzplanung sind deshalb vorab folgende Fragen zu klären:

- Welche Werte will ich mit meiner Unternehmensgründung umsetzen und dauerhaft leben? Welche Ziele will ich mit der Gründung verwirklichen?
- Gibt es andere wichtige Dinge in meinem Leben, die durch die Umsetzung der Gründungsidee zu kurz kommen können?



- Welche inneren Antreiber bestimmen mein Tun? Wie kann ich diese Antreiber positiv nutzen? Welche eigenen Antreiber können mir gefährlich werden?
- Nach welchen Metaprogrammen arbeite ich?
- Bin ich jemand für das große Ganze oder lieber für Detailfragen zuständig?
- Löse ich Probleme, indem ich auf sie zugehe oder besser an ihnen vorbei?
- Arbeite ich lieber mit Menschen oder allein am PC?

Noch immer glauben selbst langjährige Unternehmer, dass es eine klare Trennung zwischen dem privaten Leben und dem Verhalten im unternehmerischen Bereich gibt. Doch Einschränkungen aufgrund von Antreibern und Glaubenssätzen kennen keine berufliche oder private Sphäre. Antreiber, die nach Perfektion schreien, nach Anstrengung und dem Bedürfnis, gemocht zu werden oder es allen recht zu machen, drängen Gründende von Beginn an in die Überforderung. Einschränkende Glaubenssätze begrenzen den Raum für Ideen und Visionen. Eine möglichst objektive „Inventur“ des eigenen Ichs zu Beginn einer Gründung bringt Klarheit, sensibilisiert für Ziele und

Werte. Damit haben die Gründenden ein optimales Fundament, um den Herausforderungen einer selbstständigen Existenz zu begegnen – als reflektierte, sich selbst bewusster Persönlichkeit. Darüber hinaus hat diese innere Klarheit positive Wirkung auf Präsenz und Kommunikation.

Bei der Unterstützung von Gründenden sind Erfahrung, Empathie und Grundsätze des Coachings vom Berater gefordert.

Ein Unternehmen – ob zu Beginn der Geschäftstätigkeit, beim Aufbau oder in der Sanierung – besteht immer aus Menschen, die in Prozessen handeln, denken und fühlen. Die Beratung von außen ist systemisch folgerichtig und viel zu oft mehr als notwendig. In den künftig zu erarbeitenden Leitlinien und Grundsätzen einer Gründungsberatung wird sich die „Fachgruppe Unternehmensgründung“ deshalb auch für Coachingaspekte stark machen.

**Marko Dietsch,
Diplomfinanzwirt, Master of Business
Consulting, Stv. Leiter der Fachgruppe
„Unternehmensgründung“ im
Bundesverband der KMU-Berater**

Zuschüsse für Wagniskapital

Man hat den Eindruck, für Startups der digitalen Generation würde der rote Teppich ausgerollt. Überall schießen Gründerzentren, Inkubatoren, Digital Hubs und Ähnliches aus dem Boden. Alle suchen das nächste „Einhorn“ oder den nächsten Tech-Titanen, so wie in der „TV-Höhle der Löwen“.



Prostock-studio/stock.adobe.com

Aber die Gründungslandschaft ist nicht nur „digital“ oder „High-Tech“, und – sie ist nicht immer skalierbar. Es gibt deutlich mehr unterstützenswerte Geschäftsmodelle mit Potenzial zu nachhaltiger Rentabilität. Je unerprobter aber die Idee, umso schwieriger die Finanzierung. Ohne bankübliche Sicherheiten kein Kredit. Auch Venture-Capital-Gesellschaften wollen in der Regel einen „proof of concept“ sehen und gehen kaum in die Seed Phase. Schritt für Schritt das Geld zu investieren, das man übrig hat – also „Bootstrapping“ –, ist mühsam. Um solchen jungen Unternehmen den Zugang zu Beteiligungskapital zu erleichtern, gibt es daher das bewährte und recht unkomplizierte Programm „INVEST-Zuschuss für Wagniskapital“ des Bundeswirtschaftsministeriums.

Die wichtigsten Voraussetzungen, um dafür eine „Förderfähigkeitsbescheinigung“, sozusagen den „Zulassungsstempel für eine geförderte Beteiligung“, zu erhalten, sind:

- Das Unternehmen muss eine Kapitalgesellschaft und maximal 7 Jahre alt sein,
- sein Umsatz soll unter 10 Mio. Euro liegen oder
- es darf maximal 50 Mitarbeiter haben.

Gehört das Unternehmen zu einem von 24 ausgewählten Wirtschaftszweigen, gilt es automatisch als „innovativ“. Über weitere Zugänge wird der Nachweis „Innovativität“ auch anderen Unternehmen ermöglicht.

Für Investoren gibt es eine Reihe von Voraussetzungen, die aus den Antragsunterlagen nachvollziehbar hervorgehen. Wird der Antrag bewilligt, erhält man 20 Prozent seiner Investition erstattet. Beispielsweise wären für Geschäftsanteile im Wert von 10.000 Euro netto nur 8.000 Euro zu bezahlen – der Rest käme vom Staat.

Der weitere Vorteil: Das Unternehmen kann so nicht nur Kapital bekommen, sondern auch wertvolle Unterstützung sowie Kontakte, denn wirklich kompetente „Business Angel“ öffnen viele Türen und können wertvolle Sparringspartner sein.

Im Idealfall ist so ein junges Unternehmen über die schwierige Anfangsphase gebracht worden, bis es für größere Wachstumsziele einen stärkeren Partner braucht oder bankfähig geworden ist, weil genügend Historie und Substanz aufgebaut werden konnten. Nach Ablauf von mindestens drei Jahren erhalten die privaten Investoren außerdem einen „Exit-Zuschuss“ von 25 Prozent auf den Veräußerungsgewinn ihrer Beteiligung.

Förderfähig sind Beteiligungen bis 500.000 Euro pro Investor und bis zu drei Millionen Euro jährlich pro Unternehmen. Auch wenn ein Großteil der Mittel bisher in die Metropolen Berlin und München geflossen ist, steht diese Förderung bundesweit zur Verfügung.

Interessante Förderprogramme für Wagniskapitalbeteiligungen gibt es aber auch bei vielen Landesförderinstituten. Die größte Hürde besteht i. d. R. darin, von den möglichen Programmen zu erfahren. Häufig helfen Gründerzentren, Kammern, Verbände, Ministerien und Wirtschaftsförderer dabei. Leider sind die Ansprechpartner vor Ort nicht immer vollständig informiert; eine eigene Recherche oder der Einsatz fachkundiger Berater kann daher sinnvoll sein.

**Katja Theunissen, Diplomkauffrau,
Leiterin der Fachgruppe „Fördermittel“ im Bundesverband der
KMU-Berater**

Anzeige

KOSTENLOS ANMELDEN
[CUT-2020.de](https://www.cut-2020.de)

8. Cloud Unternehmertag

Mittwoch, 15. Januar 2020
Kameha Grand Bonn

Assisted Work

GEWINN  DURCH AUTOMATION



#CUT2020

SCOPEVISIO
Unternehmenssoftware – nur anders

Gründerporträt



Vicki Marx
Gründerin und Geschäftsführende
Gesellschafterin der mamalila GmbH,
Altdorf

Geschäftsgegenstand

Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Bekleidung

Idee und Unternehmen

Die Geschäftsidee für die mamalila GmbH kam Vicki Marx während ihrer ersten Schwangerschaft und konkretisierte sich vor allem in der Zeit danach, als sie ihr Baby gerne im Tragetuch bei sich hatte. Der alte Anorak passte nicht mehr, aber der neue große Mantel habe „doof“ ausgesehen. So entstand die Idee der jungen Mutter, eine Jacke für Trage-Eltern sowie Schwangere zu entwickeln, die je nach Bedarf erweitert werden kann.

In die Kleidungsstücke werden dazugehörige Einsätze mit Reißverschlüssen oder Knöpfen eingefügt. So hat der Babybauch genug Platz und die Eltern können später ihre Kleinkinder vorn oder hinten unter der Jacke tragen. „Damit kann einen das gleiche Kleidungsstück als Umstandsjacke, Tragejacke und Lieblingsjacke über eine lange Zeit begleiten“, sagt Vicki Marx.

Philosophie

Zur Philosophie der Unternehmerin gehört neben der Liebe zu Kindern und Familien auch ein respektvoller Umgang mit den Ressourcen dieser Welt. Die Kleidungsstücke sind so gestaltet, dass man sie länger als eine Saison tragen kann. Bei der Herstellung ist die als klimaneutral zertifizierte Firma auf Nachhaltigkeit und Schadstofffreiheit bedacht; sie setzt u.a. Bio-Baumwolle, recyceltes Polyester und reine Wolle ein. Sie verzichtet auf Fluorcarbone in Membranen und Imprägnierungen der Tragejacken, die wasserdicht oder -abweisend sowie winddicht und atmungsaktiv sein sollen.

Geschichte

Das Unternehmen von Vicki Marx startete 2007 nebenberuflich in ihrem Keller.

Die frühere Produktmanagerin bei SAP entwickelte die erste Jacke zusammen mit einer Hebamme, den Prototypen strickte eine Freundin von Hand. Daraus entwickelte sie das Produkt weiter und suchte nach Partnern für eine industrielle Fertigung. In Polen fand sie ein Unternehmen, das bis heute für mamalila produziert, außerdem kamen Hersteller in Kroatien, Mazedonien und China hinzu. „Wir arbeiten aber ausschließlich mit Familienbetrieben zusammen, die nachweislich faire Arbeitsbedingungen schaffen“, erklärt Vicki Marx.

2015 entstand schließlich in Altdorf die mamalila GmbH, gegründet zusammen mit vier Mitarbeiterinnen. Die Firmierung setzt sich aus „Mama“ und den Anfangsbuchstaben der Namen ihrer Kinder zusammen.

Status Quo und Ausblick

Heute arbeiten 16 Beschäftigte für Design, Entwicklung, Vertrieb, Lager und im eigenen Reparaturservice vor Ort. Inzwischen hat mamalila rund 15 Produkte im Sortiment, u.a. Mäntel, Tragebekleidung, Jacken und Zubehör wie Tragecover, Baby-Booties oder Regenschutz. Sie verkauft jährlich etwa 20.000 Produkte zu Preisen von 200 bis 500 Euro. Der Vertrieb läuft über den Fachhandel für Baby-, Schwangerschafts- und Outdoor-Bedarf sowie ein eigenes Outlet und einen Online-Shop. Trotz Gebrauchs- und Geschmacksmusterschutz für die Modelle gibt es inzwischen einige Nachahmer. Vicki Marx will daher die Marke stärken, eine breitere Kollektion anbieten und sich noch mehr am Outdoor-Markt orientieren. Verluste hat sie nie gemacht: „Das Unternehmen ist immer aus eigenen Mitteln Stück für Stück gewachsen. Wir brauchten deshalb auch von Anfang an keinen Investor.“

Für ihre Produkte hat die mamalila GmbH schon zahlreiche Preise gewonnen, u.a.:

- ISPO Award 2013
- Outdoor Industry Award 2015
- German Design Award 2018
- Outdoor Trophy Innovation 2019
- German Brand Award 2019
- German Innovation Award 2019
- IHK-Gründerpreis Mittelfranken 2019

Was lehrt uns Vicki Marx?

Das Leben toppt jedes Klischee! Innovative Gründungen gelingen auch aus der ‚Seitenreihe‘, sobald Menschen, getragen von einer lebendigen Vision, auf eine Zielgruppe treffen, die das, was die Idee ausmacht, wirklich braucht.

Fachliche und menschliche Kompetenzen schaffen so Waren und Arbeitsbedingungen, die gleichzeitig nachhaltig und höchst erfolgreich sind. Was es dafür braucht ist begeistertes, kreatives Denken und Handeln von authentischen Unternehmerpersönlichkeiten.

Anzeige

Agenda:

Vermittler



SO EINFACH IST DAS.

Software vermitteln,
Provision kassieren!
Jetzt gleich registrieren
und loslegen:

agenda-vermittler.de

Werkzeuge für Vielfalt

Es ist unbestritten, dass Gründungen in unserer Gesellschaft von großem Wert sind, selbst, wenn ihre Anzahl gegenwärtig in Folge zu sinken scheint.

Der Grund, warum ihre Bedeutung wächst, liegt aber nicht allein darin, dass hochinnovative Einheiten mehr Unternehmergeist und Hightech-Lösungen für eine wachstumsmüde Wirtschaft bringen sollen. Sie steigt auch deswegen, weil damit nachhaltige wirtschafts- und gesellschafts-politische Effekte verbunden sind.

In diesem Prozess haben sich während der letzten Jahre qualitative Differenzierungen vollzogen, die im Einerlei der Startup-Trommel genauso wenig Beachtung finden wie in der gebetsmühlenartigen Wiederholung eines Zusammenhangs zwischen Arbeitslosigkeit und Existenzgründung. Deshalb gehört das Thema heute wieder in den Blick der Experten-Fachwelt – auch in den der Berater.

Was zeigt sich an qualitativen Verschiebungen und wie sollten wir bezüglich unseres Handwerkszeuges darauf reagieren?



Matthias Enter/stock.adobe.com

1. Differenziertheit der Gründungswege herausarbeiten

Die originäre Gründung auf der grünen Wiese wird ergänzt durch das Schaffen von Wirtschaftseinheiten unterschiedlicher Rechtsformen, durch Kauf, Beteiligung, Nachfolge, Vermögensbildung, Erweiterung bzw. Wachstum und Nebenerwerb. Jede dieser Varianten verlangt nach passgenauen Werkzeugen, so nach speziellen Unternehmenskonzepten, Business- und Maßnahmeplänen.

2. Trennen zwischen Prüfwerkzeugen und Verkaufspapieren

Platte, weil oberflächliche Einteilungen, gehören aufgebrochen. Beispiel Businessplan, der zunächst dazu dient, zu klären, ob eine Gründung überhaupt sinnvoll ist und – im positiven Fall – gleichzeitig eine Grundlage für den Verkauf der Idee darstellt.

Von einem wirklich guten Businessplan, der stets ein Unikat ist, gibt es aber weder eine Wiederholung noch eine Kopie. Gleichermaßen originär sind Finanzplanungen und Preiskalkulationsinstrumente – sie sind Werkzeuge für den konkreten Fall.

Natürlich darf sinnvoll verallgemeinert werden, aber sicher nicht als Download zum Ausfüllen.

3. Marktanalyse mit Digitalisierung verknüpfen

Die Marktanalyse muss dringend mehr zur Quelle eigener Entscheidungen der Gründenden und Unternehmer werden. Dazu gehören Know-how und die Abkehr von der Meinung, sie sei nur dafür da, Argumente zu liefern, um Dritte (z.B. Geldgeber) zu überzeugen.

Die Digitalisierung ermöglicht fast jedem, auf Daten zuzugreifen und sie zu bewerten, wo immer sie entstehen. Das als Werkzeug sicher anzuwenden, verlangt Schulung und Beratung sowie gute Apps für den Laien, die,

richtig eingesetzt, wesentliche Entscheidungsgrundlagen liefern.

4. Bedeutung von Standortfaktoren neu definieren

„Ich habe keinen Standort – ich gründe von zuhause aus.“ Dieser irrwitzige Satz ist die Ausgangslage für teils beträchtliche Schwierigkeiten – bis hin zum Scheitern erfolgversprechender Ideen.

Die Standortanalyse im Kern zu begreifen und nicht nur der Gastronomie und dem Einzelhandel zuzurechnen, ist die Voraussetzung für ihre ergebniswirksame Anwendung.

Nur drei Beispiele dafür sind

- die Verfügbarkeit von Kommunikationsgeschwindigkeiten, die ins Übermorgen reichen,
- die rechtlichen Voraussetzungen am Standort des Gründungsunternehmens sowie
- der Blick über das Regionale hinaus auf Europa und die Welt.

Das Anwenden digitaler Instrumente dafür muss stärker vermittelt und trainiert werden. Ein sogar kostenlos nutzbares Beispiel ist der „Online Standort Check“ (www.standortanalyse.biz).

5. Für zeitgemäße rechtliche und steuerliche Voraussetzungen eintreten

Die klassische Bankenfinanzierung schwindet mehr und mehr. Private Geldgeber außerhalb der Familie sind dringend nötig und neue Modelle der Liquiditätssicherung entwickeln sich täglich, werden aber in der Gründungsphase kaum angewendet.

Dazu gehören auch Modelle, in denen sich die Exit-Strategie nicht automatisch damit verbindet, dass die Gründer ihr Unternehmen verlieren, sobald sie mit dem Investor gemeinsam verkaufen müssen.

6. Zusammenwachsen von Kommunikation, Marketing und Vertrieb erkennen und nutzen

Mit dem Pferdewagen am Rennen der E-Mobile teilnehmen – so mutet es zuweilen an, wenn die starre Trennung von Kommunikation, Marketing und Vertrieb in den Köpfen nicht überwunden wird. Ein einziger gut (kommunizierter) Post eines innovativen Produktes kann so gleichzeitig flächendeckendes Marketing bedeuten und zum Verkauf führen. Komplexes Denken und vernetztes Handeln sind schon heute unverzichtbare Erfordernisse. Da hilft die Diskussion über Sinn und Unsinn einzelner Social-Media-Communities wenig.

Was können Berater dafür tun?

Im Erkennen der Verantwortung liegt der Startpunkt bei jedem Einzelnen. Notwendig sind u.a.:

- Verlassen platter, trendgesteuerter Sichtweisen
- Entwickeln differenzierter Werkzeuge
- Zusammenarbeit von Generalisten und Spezialisten
- Erfahrungen mehr und öfter publizieren
- Herstellen gesellschaftlicher Zusammenhänge
- Schaffen lebendiger Verbindungen zwischen all denen, die Gründungswilligen Rat geben

Den „Unternehmer“ in jedem Menschen herauszuarbeiten oder ihm auch klarzumachen, dass davon nichts vorhanden ist, gerät dabei zur parallelen Aufgabe.

Dr. oec. Uwe Kirst
Geschäftsführender Gesellschafter Kirst –
Institut für Unternehmerentwicklung GmbH

Gründer im Nebenerwerb

Über die Hälfte aller Gründungen finden im Nebenerwerb statt. Dafür gibt es vielfältige Gründe.

Der Gedanke, mit dem Hobby Geld zu verdienen, motiviert. Oft werden eigene Produkte in Handarbeit hergestellt und verkauft.

Viele streben in der Nebentätigkeit auch nach einer Selbstverwirklichung und suchen einen Ausgleich zur angestellten Tätigkeit.

Der Start im Nebenerwerb kann dabei auch dem Selbsttest dienen. Die selbstständige Tätigkeit erfordert Risikobereitschaft, Organisations-talent und ein gutes Zeitmanagement. Dies gilt umso mehr, wenn die selbstständige Tätigkeit neben einer angestellten Tätigkeit ausgeübt wird.

Der Nebenerwerb trägt damit auch dem in Deutschland traditionell vorherrschenden Sicherheitsdenken Rechnung. Der Lebensunterhalt bleibt beim Start durch die Einkünfte aus der hauptberuflichen An-stellung gesichert. Dennoch kann zugleich dem Wunsch nach Selbstständigkeit und Unabhängigkeit Rechnung getragen werden. Die Geschäfts-idee kann zunächst getestet und ein Kundenstamm sukzessive aufgebaut werden.

Ein Nebengewerbe beschreibt eine selbstständige, gewerbliche oder freiberufliche Tätigkeit, welche nicht hauptberuflich oder in Vollzeit ausgeübt wird. Die zeitlichen Grenzen werden unterschiedlich definiert und reichen bis zu 15 bzw. 20 Stunden pro Woche.

Üblicherweise muss der erzielte gewerbliche Ertrag nicht ausreichen, um den Lebensunterhalt vollständig zu bestreiten. In der überwiegenden Zeit ist man Angestellter, Student, Rentner, vielleicht Elternteil oder auch arbeitslos.

Insbesondere bei Selbstständigkeit neben einer hauptberuflichen An-stellung ist Vorsicht geboten. Zu vermeiden ist unbedingt das Vermischen von Arbeitszeit und selbstständiger Tätigkeit. Die Arbeitsleistung darf nicht durch den Einsatz für die Selbstständigkeit gemindert werden; Urlaub dient der Erholung und nicht dem Durchstarten. Ebenso darf der Gründer seinem Arbeitgeber keine Konkurrenz machen. Eine Nebentätigkeit kann im Vorfeld dessen Genehmigung erfordern. Dazu ist der Arbeitsvertrag genau zu überprüfen.

Es gelten grundsätzlich die gleichen Voraussetzungen wie für die Selbstständigkeit im Vollerwerb. Es sind dieselben Erlaubnis- und Genehmigungsverpflichtungen im Zusammenhang mit der angestrebten selbstständigen Tätigkeit zu beachten und zu erfüllen. Es besteht die Pflicht zur Gewerbeanmeldung, soweit es sich um eine gewerbliche Tätigkeit handelt. Ist die Tätigkeit freiberuflich, so muss sie beim Finanzamt angezeigt werden. Für den Bereich der Krankenversicherungspflicht ist es entscheidend, ob die Selbstständigkeit im Haupt- oder Nebengewerbe ausgeübt wird. Auch die Rentenversicherungspflicht bei selbstständiger Arbeit ist zu prüfen.



Bei der Planung ist abzuklopfen, ob die Art der geplanten Tätigkeit im Nebenerwerb Sinn macht. Reicht es, das Unternehmen tatsächlich nur stundenweise zu betreiben? Eventuell erwarten Kunden und Geschäfts-partner, dass der Ansprechpartner tagsüber erreichbar ist.

Diese und andere Fragen können am besten durch einen Business-plan beantwortet werden. Auch im Nebenerwerb wird man unternehmerisch tätig und agiert am Markt. Ausführungen zum Vorhaben, Alleinstellungsmerkmal, Wettbewerb, Standort und Unternehmer-qualifikation des Gründers und auch eine Finanzplanung mit Rentabili-tätsvorschau, Liquiditäts- und Kapitalbedarfsplanung sind hier wert-voll. So erhält der Visionär Klarheit darüber, worauf er sich persönlich und finanziell einlässt. Eine Zielformulierung hilft, das unternehmerische Wirken in regelmäßigen Abständen zu überprüfen, zu messen und anzupassen.

Das finanzielle Risiko ist beim Nebenerwerb in der Regel überschaubar. Meist sind nur geringe Investitionen notwendig. Oft wird die Tätig-keit von zuhause aus ausgeübt, so dass zunächst keine Mietkosten anfallen. Selten besteht Verantwortung für Mitarbeiter.

Stehen dennoch beim Start größere Ausgaben an, können diese unter Umständen gefördert werden. Die öffentlichen Förderprogramme set-zen in der Regel einen Vollerwerb oder zumindest einen Nebener-werb, der sich in absehbarer Zeit zu einem Vollerwerb entwickeln soll, voraus. Dazu zählen beispielsweise die gängigen Förderdarlehen der KfW sowie der Landesförderbanken. Auch die öffentlichen Zuschüsse für Coaching-Programme, Gründungszuschuss und Einstiegsgeld setzen einen angestrebten Vollerwerb voraus. Bei sehr geringem Kapitalbedarf können alternativ Kredite aus dem Mikrokreditfonds Deutschland zur Finanzierung in Betracht gezogen werden.

Für Gründende bietet der Nebenerwerb eine einzigartige Chance, bei oft geringerem Risiko das Abenteuer Selbstständigkeit zu wagen.

Ein guter Berater kann helfen mögliche Stolperfallen zu umgehen und auf Risiken hinzuweisen. Er kann Chancen und Möglichkeiten aufzeigen und so zu einem soliden und erfolgreichen Nebenerwerb beitragen.

Yvonne Stolpmann, Ass. jur.
Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken



Expertentipp zur Seed Phase

Die Ausstattung mit Eigenkapital in der Vor-gründungs- und Gründungsphase nennt sich Seed Phase. Gründer in diesem Stadium er-halten in der Regel keine Kredite von Banken, da meist ausreichende Sicherheiten fehlen. Dieses Eigenkapital von Dritten – Seed Capital – hat hauptsächlich das Ziel, die Unterneh-mensgründung erst zu ermöglichen, also zu „säen“ (seed). Das kann z.B. durch die Ent-wicklung eines Prototypen geschehen.

Was haben Berater solcher Gründungsunter-nehmen dabei zu beachten? Wir befragten dazu Dr. Carsten Rudolph, den Geschäftsführer

der BayStartUP GmbH München, der in seiner Person Hightech und Wirtschaft mit großer persönlicher Kompetenz und eigener Startup-Erfahrung verbindet. Das Unternehmen bringt bayerische Startups mit Kapitalgebern und Unter-nehmen zusammen, Gründer haben darüber Kontaktchancen zu etwa 300 Business An-gels und 100 institutionellen Investoren. 2018 hat das BayStartUP Investoren-Netzwerk erfolgreich 50 Startups mit Investoren zusam-mengebracht und so 63 Millionen Euro Kapital vermittelt. Aushängeschild der teils öffentlich finanzierten Institution ist der Münchener Busi-nessplan Wettbewerb.

Dr. Rudolph, was muss ein Startup für eine solche Finanzierung mitbringen?

Das Vorhaben einer Seed-Finanzierung ist nur dann sinnvoll und erfolgreich, wenn ein Team gut vorbereitet ist. Es muss sein Produkt, den damit verbundenen Nutzen für den Kunden und vor allem sein Geschäftsmodell – die Er-tragsmechanik – genau kennen. Ein hieb- und stichfester Businessplan sowie „auf den Punkt“ vorbereitete Unterlagen, wie z.B. das Investoren Pitch Deck, sind ebenfalls unver-zichtbar. Eine klare und vor allem im Markt plausible Wachstumsstrategie mit deutlichen Umsatzsteigerungen über die nächsten Jahre

ist ebenso Pflicht. Das Team muss sich auch darauf einstellen, mindestens die Hälfte seiner Management-Zeit über einen Zeitraum von ca. ½ Jahr nur diesem Thema zu widmen und ihm absolute Priorität zu geben.

Welche Investoren eignen sich für eine Seed-Finanzierung?

Im Eigenkapitalbereich kommen primär private oder institutionelle Investoren in Frage, oft auch öffentliche. Das klassische Darlehen hat bei innovativen, wachstumsorientierten Gründungen in der Frühphase nur noch eine ergänzende Rolle. Business Angels sind private Kapitalgeber, die oft in einer sehr frühen Phase in Startups investieren. Die institutionellen Investoren sind meist erst in einer späteren Phase aktiv und erwerben, wie die Business Angels, mit ihrer Investition Anteile an einem Startup. Sie wollen eine starke Wertsteigerung des Unternehmens erreichen und es innerhalb einer überschaubaren Zeit zum Exit entwickeln. Das geschieht durch Verkauf oder Börsengang. Öffentliche Investoren ergänzen meist solch ein

privates Engagement und können so das Investmentvolumen deutlich steigern, zum Teil mit über 50 Prozent der Gesamtsumme.

Wie komme ich denn als Hightech-Gründer an solche Investoren?

Am besten über eine Institution, die die Investoren wirklich gut kennt oder direkt auf einen geeigneten Investor zugehen kann. Es gibt zwar eine Vielzahl von Möglichkeiten im Markt, es empfiehlt sich jedoch, sich sehr genau über Vorgehensweise, Marktkenntnis und vor allem Finanzierungserfolge der angepeilten Institution zu informieren. Wenn diese damit nicht „herausrückt“, ist Vorsicht geboten! Es lohnt sich ebenso, auf Veranstaltungen zu gehen, um mit potenziellen Investoren zu netzwerken. Auch hier gilt: Die Events sollten sorgfältig nach ihrer Qualität ausgewählt und die Menge der Auftritte mit Bedacht geplant werden. Zu häufige Sichtbarkeit kann leicht als Verzweiflung gewertet werden.

Welche Fehler haben Gründer und ihre Berater in der Ansprache unbedingt zu vermeiden?

Serien-E-Mails an einen Verteiler von VCs sind einer der häufigsten Fehler, die wir sehen. Überhaupt ist jeder „Kaltkontakt“, gerade wenn dieser über Dritte erfolgt, meist kein erfolgreicher Weg. Weitere Fehler sind die Unkenntnis über Präferenzen oder vorherige Investments eines VCs, die oft leicht auf der Website recherchierbar gewesen wären und wertvolle Hinweise liefern. Unstimmigkeiten im Gründungsteam – gerade, wenn sie erst in Gegenwart der Investoren zu Tage treten – sind ebenso katastrophal. Das Team muss vorher unter sich klären, ob alle gleich stark am selben Strang ziehen. Generell gilt: Die professionelle Vorbereitung ist das A&O für die Gründer, denn wer das schon nicht schafft, ist kein Kandidat für interessierte Investoren!

KMU-News: „Dr. Rudolph, vielen Dank für das Gespräch.“



Autoren dieser Ausgabe



Marko Dietsch



Katja Theunissen



Dr. Uwe Kirst



Yvonne Stolpmann



Dr. Carsten Rudolph



Termine

Spezifische Termine zu Fachgruppen, Regionalgruppen und Verbandstermine finden Sie auf unserer Website unter: www.kmu-berater.de



Neue Mitglieder

Als neue Mitglieder begrüßen wir herzlich im Bundesverband Die KMU-Berater und freuen uns auf intensiven und kreativen Austausch:

Markus Müller, 45327 Essen

Michael Hahnemann, 66111 Saarbrücken

Alle unsere Mitglieder finden Sie auf www.kmu-beraterboerse.de



DIE KMU-BERATER
Bundesverband freier Berater e.V.

Die KMU-Berater – Bundesverband freier Berater e. V.
Elisenstraße 12–14
D-50667 Köln

Redaktion:
Dr. Uwe Kirst

Geschäftsstelle:

Telefon: 0221 – 27 106 106
Telefax: 0221 – 27 106 107
info@kmu-berater.de
www.kmu-berater.de



Layout/Satz: CGW GmbH, Willich
Fotos: © Die KMU-Berater

Thema der **nächsten Ausgabe**: Human Resources
Erscheinungstermin: Ende März 2020