

Gründerzeit

Für Start-ups und Existenzgründende

Interviews mit Experten

Klick für Klick zum Businessplan

Erfolgsgeschichten



Schwarzwald
Baar
Heuberg

Gründerzeit

Der Leitfaden für Ihre Existenzgründung in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg

Eine Firma zu gründen verdient Respekt und jede Unterstützung, denn immer weniger Menschen wagen den Schritt in die Selbstständigkeit. Es bedarf Mut, in die Verantwortung zu gehen und ins Risiko einzutauchen. Für Existenzgründende bieten sich in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg zahlreiche Gelegenheiten, ihre Ideen zu entfalten, Geschäfte zu starten und zu wachsen.

Die Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg liefert Ihnen in der diesjährigen "Gründerzeit" wertvolle Informationen und praktische Tipps, welche für Ihren Weg in die Selbstständigkeit wichtig sind und Sie bei Ihrem Vorhaben begleiten. Die Gründerportraits aus der Region sollen Ihnen helfen, von Erfahrungen anderer Gründenden zu lernen.

Planen auch Sie den Schritt in die Selbstständigkeit?

Bei der Existenzgründungsberatung der IHK erhalten Sie laufende Unterstützung durch Veranstaltungen, Workshops, Beratungen, Sprechtage und vieles mehr.

Ihr Ansprechpartner bei der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg ist Maik Schirling, Telefon: 07721 922-349, E-Mail: schirling@vs.ihk.de.

Es freuen sich auf Ihre Kontaktaufnahme:



Achim Scheerer

Achim Scheerer
IHK-Vizepräsident



Thomas Wolf

Thomas Wolf
Geschäftsbereichsleiter
Unternehmensförderung



M. Schirling

Maik Schirling
IHK-Existenzgründungsberater

IHK-Unternehmensförderung

Der Bereich der Unternehmensförderung der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg möchte in der Neuausgabe der Gründerzeit über das Gründungsverhalten in der Region berichten.

Wir sind Ihr Kontakt bei Fragestellungen zu den Themen Existenzgründung, Unternehmenssicherung und Unternehmensnachfolge.



„Als IHK-Eigengewächs freue ich mich täglich auf neue und spannende Themen im Bereich der Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten für Gründende und Bestandsunternehmen.“

Larissa Kratt | [Unternehmenssicherung](#), [Nachfolgemoderation](#) und [Existenzgründung](#)

☎ 07721 922-138 | @ kratt@vs.ihk.de



„Den Gründenden bei Ihrem Vorhaben zur Seite zu stehen und die gemeinsamen Erfolge zu sehen ist, was mich motiviert und antreibt.“

Maik Schirling | [Referent Existenzgründung](#) | [Unternehmensförderung](#)

☎ 07721 922-349 | @ schirling@vs.ihk.de

„Abwarten ist keine gute Option“

Ein Gründerzeit-Interview mit dem Unternehmer Florian Schweer

„Ich treibe Familie und Team durch viele Ideen in den Wahnsinn“, sagt Florian Schweer augenzwinkernd über sich selbst. Er ist Gründer und geschäftsführender Alleingesellschafter der FSBV GmbH mit Sitz in Freiberg am Neckar. In der Gründerzeit spricht er über das „Gründer-Gen“, wie wichtig professionelle Beratung für Start-ups ist – und über das Thema Corona.



Gründerzeit: Sie haben im Jahr 2013 Ihre eigene Beratungs-firma mit professioneller Unterstützung gegründet. Warum ist professionelle Unterstützung für Start-ups so wichtig?

„Man muss nicht immer das Rad neu erfinden und alle Fehler machen, die andere vor einem schon mal gemacht haben. Ich glaube, man macht auf dem Weg in die Selbstständigkeit und danach noch genug eigene Fehler. Da kann Beratung tatsächlich dabei unterstützen, dass man nicht alle Fettnäpfchen abräumt, die sich einem in den Weg stellen.“

Gründerzeit: Welche drei Fehler gehören zur negativen „Top-Ten“, die Gründende machen können?

„Falsches Team! Das ist der häufigste Grund, warum Gründungen scheitern. Den Markt falsch eingeschätzt. Und mangelnde Finanzierung. Das hängt alles oft miteinander zusammen.“

Gründerzeit: Neben dem IHK-Gründernetzwerk wurde im Herbst 2020 die Initiative der IHK namens Gründergarage gestartet. Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht solche Initiativen für das Gründerverhalten in der Region?

„Ich glaube, dass Netzwerken grundsätzlich einen hohen Stellenwert hat. Als Gründerin oder Gründer muss man das

aber auch wollen und aus seinem Loch so ein bisschen rauskriechen und die Nase vor die Tür stecken, um zu erfahren, was es sonst noch um mich herum gibt. Das ist die eine Seite. Die andere ist das Angebot. Da machen die Kammern, Verbände und Initiativen von kommunaler bis auf Landesebene hier in Baden-Württemberg einen sehr guten Job. Sie haben in den vergangenen vier Jahren die Angebote für Gründerinnen und Gründer regional differenziert, aber insgesamt sehr deutlich ausgebaut. Da spielt die Gründergarage sicher eine wichtige Rolle.“

Gründerzeit: Seit 2020 beschäftigt uns das Thema „Corona“. Es betrifft alle Unternehmen in unterschiedlichem Ausmaß. Wie bewerten Sie die daraus resultierenden Effekte auf die Gründungsbereitschaft in Baden-Württemberg?

„Mir liegen da aktuell keine Zahlen vor. Aus meiner Perspektive glaube ich, dass wir in den nächsten Monaten und Jahren eine erhöhte Gründungsbereitschaft sehen werden. Nicht ausgelöst, aber beschleunigt durch die Pandemie, die – schlicht und ergreifend, weil das Thema Automotive in Baden-Württemberg verankert ist – einen Strukturwandel nach sich ziehen wird. Vieles, was bisher als sicher galt, wird sich verändern und da werden die Jobs nicht mehr so sicher sein, wie sie es in der Vergangenheit waren. Dementsprechend ist dann eine Gründung auch eine spannende Alternative für einen, der in einem Konzernumfeld Ideen, die er hatte, nicht wirklich umsetzen konnte.“

zur Person Florian Schweer

Als Unternehmer, Moderator und Event-Manager hat sich Florian Schweer, Jahrgang 1982, längst einen Namen gemacht. Der gelernte Börsenhändler ist seit 20 Jahren „Wahl-Schwabe“. 2012 wurde er in der baden-württembergischen Gründungs- und Start-up-Community aktiv. Seit 2013 ist er Gründer und geschäftsführender Alleingesellschafter der FSBV GmbH mit Sitz in Freiberg am Neckar.

Florian Schweer ist verheiratet und Vater einer Tochter. Nach eigenem Bekunden liebt er „Tools und Technik“ und entspannt gerne „beim Shopping im Baumarkt“.

Gründerzeit: Können Sie noch ein wenig konkreter werden, Herr Schweer?

„Die Pandemie kann ein Beschleuniger sein. Auf der einen Seite müssen wir uns die bisherige Wirtschaftsstruktur in Baden-Württemberg anschauen. Auf der anderen Seite müssen wir sehen, dass diese Pandemie neue Probleme auf den Tisch wirft. Gründungen und Start-ups kümmern sich ja um neue Lösungen. Von daher war es durchaus eine dynamische Zeit in den letzten Monaten. Die Frage ist, inwieweit schafft man es aus Ideen Geschäftsmodelle zu generieren, die auch über die Pandemie hinaus tragfähig sind?“

Gründerzeit: Gleichwohl zögern einige Gründende im Moment, obwohl sie tolle Ideen haben. Was würden Sie denen raten: machen oder abwarten?

„Abwarten ist für einen Unternehmer nie eine gute Option. Auf was warten? Jemand, der das Unternehmern in sich trägt, der hat grundsätzlich wenig Geduld. Dementsprechend kann ich machen und ausprobieren immer empfehlen. Es war noch nie so einfach, ein Unternehmen an den Start zu bringen, wenn man sich mal die technischen Möglichkeiten anschaut.“

Gründerzeit: Herr Schweer, was ist das „Gründer-Gen“?

„Es sind gewisse Charaktereigenschaften, die man als Gründerin oder Gründer mitbringen sollte. Ein gewisses Allround-Talent, weil man am Anfang viel allein machen muss (unabhängig davon, ob man das gelernt hat oder nicht) und die Bereitschaft, sich in gewisse neue Felder einzuarbeiten. Außerdem gehört eine gewisse Frustrationstoleranz dazu, weil man sich auf seinem Weg immer „blutige Nasen“ abholt. Die tun mal mehr, mal weniger weh – aber meistens kosten sie Geld. Im Gespräch mit sehr erfahrenen Unternehmern sehe ich, dass sie nach wie vor Ideen haben. Das beeindruckt mich sehr. Die warten nicht auf ihre Rente, sondern sind Unternehmer ihr Leben lang. Ausdauer und Fleiß gehören eben auch dazu.“

Gründerzeit: Wie ist es um die Digitalisierung in Baden-Württemberg bestellt?

„Was heißt Digitalisierung? Es ist die Nutzung von Werkzeugen, die ich brauche, um meine Dienstleistung zu erbringen oder mein Produkt zu generieren. Je nach Geschäftsmodell braucht man davon mehr oder weniger. Start-ups sind da meistens ganz gut aufgestellt, weil sie ganz oft technologiegetrieben sind. Etablierte Unternehmen tun sich eher schwer mit dem Thema digitale Infrastruktur. Und ich glaube, da haben wir in Deutschland ein dickes Problem. Da lässt die Pandemie gerade den Schnee schmelzen und jetzt werden die Versäumnisse der letzten Jahrzehnte sichtbar.“

Licht und Schatten

DIHK blickt auf Corona-Jahr 2020 zurück: „Gründer ins Mark getroffen“

Der Schatten, den die Pandemie auf Gründende im Land wirft, ist lang. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) kommt in seiner Rückschau auf das Jahr 2020 zu dem Schluss: „Corona trifft das Gründungsgeschehen ins Mark.“ Viele Vorhaben seien in ganz Deutschland wegen der Beschränkungen der Geschäftstätigkeit und Nachfrageeinbrüchen verschoben worden. Nur ein ganz kleiner Teil der Industrie- und Handelskammern (IHKs) erwartete demnach nach dem Frühjahr wieder mehr Gründungen: Zu ihnen zählt auch die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg.

Bundesweit ist das vom DIHK gezeichnete Bild dennoch eher düster. Unter dem Strich beklagt der Dachverband „deutlich weniger Unternehmensgründungen“. So hätten noch im August vergangenen Jahres 51 Prozent der IHKs weniger Beratungen von Existenzgründenden registriert. Gerade klassische Gründungsbranchen wie Gastgewerbe, Dienstleistungssektor, Tourismus, Verkehr, Logistik sowie der Einzelhandel hätten besonders schwer unter der Krise gelitten. So wollten sich eigentlich 81 Prozent der im Jahr 2019 von den IHKs beratenen Gründenden in einer dieser Branchen engagieren.

Allerdings setzt der DIHK auf den trotz Corona wieder aufkeimenden Gründergeist:

„Ideenreichtum kann einen wichtigen Beitrag leisten, um Wachstumsimpulse nach der Krise zu setzen. Innovationen und gute unternehmerische Ideen sind jetzt wichtiger denn je“, analysiert der Verband. Darin heißt es weiter: „Eine vitale Gründungsszene ist ein wichtiger Baustein, damit sich auch in der Krise unternehmerische Dynamik entfalten kann.“

Dazu müssen sich laut DIHK aber die Rahmenbedingungen für Gründende in einigen Bereichen deutlich verbessern. Neben einer Anpassung der Förderhilfen des Bundes fordert die Organisation nach wie vor einen deutlichen Bürokratieabbau ein. Dass 70 Prozent aller Gründenden im Rahmen einer DIHK-Befragung Bürokratie als „die größte Hürde bei der Gründung eines Unternehmens“ nannten, spreche eine deutliche Sprache.

„Sämtliche Verwaltungsinstitutionen sollten die Digitalisierung in diesem Sinne nutzen. Online-Verfahren sollten durchgängig möglich sein“, so der DIHK.



Nach Rücksprache mit den rund 350 Expertinnen und Experten der 79 IHKs in ganz Deutschland macht der DIHK einige ganz zentrale Punkte fest, die Gründende und junge Unternehmerinnen und Unternehmer in der aktuell schwierigen Situation brauchen. Diese benötigen etwa dringend Hilfe, ihr Geschäftsmodell zu verändern und den neuen Gegebenheiten anzupassen und durch Digitalisierung Prozesse sinnvoll weiterzuentwickeln.

Außerdem sei eines der dringendsten Probleme die Stabilisierung der finanziellen Lage.

„In diesem Sinne bezog sich nahezu jedes Beratungsgespräch seit März 2020 auf Finanzierungs- und Förderthemen wie etwa die Sofortzuschüsse und Überbrückungshilfen des Bundes und der Länder“, fasst der DIHK die Erfahrungen der IHKs zusammen.

Doch obwohl der Blick des DIHK auf das Gründungsgeschehen im Corona-Jahr 2020 bundesweit eher düster ausfällt, gibt es auch helle Flecken auf der Landkarte. Einer von ihnen liegt im Einzugsbereich der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg. Hier hat sich der Leitspruch „Krisenzeiten sind auch Gründungszeiten“ bewahrheitet. Zwar registrierte die IHK zu Beginn des Jahres 2020 einen leichten Rückgang der Beratungsgespräche, aber seit dem zweiten Halbjahr sei die Nachfrage nach Gründungsgesprächen wieder hoch gewesen.

Die Zahlen in der Region sprechen für sich. So registrierte die hiesige IHK 2020 insgesamt 2486 neue Gründungen. 2800 Telefonberatungen zu den Themen Gründung und Firmennachfolge, 80 persönliche Beratungen, 24 Sprechtag und 23 spezifische Veranstaltungen weist die interne Statistik aus.

„Generell kann man sagen, dass es nur eine kurze ‚Ruhepause‘ Anfang März bei den Gründungswilligen gab. Ich vermute, dass die Leute wegen Corona zunächst vorsichtig waren. Aber nach ein paar Wochen liefen bei uns die Telefone wieder heiß“,

erinnert sich Maik Schirling, bei der IHK für Existenzgründung mitverantwortlich, an die erste Phase der Corona-Pandemie. Die „Startschuss-Gründung“-Veranstaltungen zogen demnach sogar doppelt so viele Besucherinnen und Besucher als üblich an. Da scheint schon die Erkenntnis angekommen zu sein, die der DIHK in seinem Corona-Report so formuliert:

„Wichtig bei allem: Der Austausch der Start-ups und Gründenden untereinander sowie mit der etablierten Wirtschaft. Hierfür bieten die IHKs vielfältige Möglichkeiten und Initiativen, in der derzeitigen Lage vor allem auch online.“

Gustav Gründer macht mit!

Die IHK-Initiative Gründergarage ist ein Gewinn für alle Beteiligten



Wer kennt Gustav Gründer? Er ist der Star im YouTube-Video der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK) über ihre Initiative Gründergarage. Sie versteht sich als Herzstück des Gründungssystems in der Region, als Pfadfinder für Start-ups, als Ratgeber und Kontaktbörse. IHK-Projektleiter Maik Schirling verspricht den teilnehmenden Jungunternehmerinnen und -unternehmern:

„Wir nehmen Sie, gemeinsam mit unseren Partnern, an die Hand und bieten Ihnen grundlegendes Wissen, um Ihre Geschäftsideen erfolgreich zu realisieren.“

Das Programm Gründergarage folgt seit ihrem Start einem ebenso naheliegenden wie sinnvollen Prinzip. Zum einen setzt sie auf die zielgerichtete Vermittlung von Know-how, um grundlegendes Wissen über unternehmerisches Handeln zu vermitteln. Zum anderen bietet die Initiative auch Zugang zum regionalen Partner-Netzwerk der IHK, die den Gründenden ebenfalls ihre Angebote und ihr Know-how zur Verfügung stellt. Doch auch ein weiterer Pluspunkt für die Teilnehmenden der Gründergarage ist Projektleiter Maik Schirling wichtig:

„Das IHK-Gründernetzwerk bietet als Plattform optimale Voraussetzungen für den Austausch der Gründenden untereinander.“

Als Zielgruppen unterscheidet die Gründergarage zwischen Gründungswilligen und Gründenden. Erstere haben demnach konkrete Überlegungen zu ihren Geschäftsideen und wollen binnen der nächsten vier bis sechs Monate gründen. Da sie noch am Beginn der unterschiedlichen Herausforderungen stehen, sind sie auf die Hilfe und Erfahrungen von Experten in besonderem Maße angewiesen. Als zweite Gruppe hat das Programm die Gründenden im Visier. Sie haben bereits ihre Geschäftsidee entwickelt und ihre Firma tatsächlich gegründet.

Ihre Herausforderungen sind etwas anderer Natur, denn sie müssen sich neben dem Geschäftsbetrieb auf die Märkte einstellen, um bestehen zu können. Trotz alledem verbinden die Gründungswilligen und Gründenden ähnliche Herausforderungen und Fragen. Bei den unternehmerischen Entscheidungen kann die Gründergarage ebenfalls Unterstützung bieten.

„Es geht darum, aufkommende Hürden frühzeitig zu erkennen und im besten Fall aus dem Weg zu räumen“, erklärt IHK-Projektleiter Maik Schirling.

gruendergarage-sbh.de

Hier finden sich etwa die Termine für den Bewerbungsschluss der nächsten Runde und alle weiteren Modalitäten für eine erfolgreiche Bewerbung.

Deshalb können auch Jungunternehmen, die in den vergangenen zwei Jahren gegründet haben, ein Teil der Gründergarage werden. Und noch ein Tipp: Laut Maik Schirling werden in dem Programm auch Unternehmensnachfolger berücksichtigt.

Weil die Gründergarage auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmerinnen und Teilnehmer eingeht, ist deren Anzahl pro Durchgang limitiert. Deshalb müssen sich Interessenten auf der Website der Gründergarage bewerben.

Für all jene, die diesen Schritt geschafft haben und den „Schlüssel“ zur Gründergarage in den Händen halten, öffnet sich zum Beispiel ein breites Feld an exklusiven Informationsveranstaltungen. Exemplarisch sei nur der Bereich Information und Coaching genannt. Hier können die Teilnehmer von Expertenwissen zu den Themen Geschäftsmodelle, Businessplan, Recht, Steuern, Marketing, Buchführung, Vertrieb, Import/Export und Controlling profitieren. In den weiteren Handlungsfeldern „Finanzierung und Förderung“, „Netzwerk und Partnerschaft“ und „Infrastruktur“ finden sich ebenfalls zahlreiche – teils sehr individuelle – Informationsmöglichkeiten für Gründende aus allen Branchen.

Wie es der Name schon impliziert und die begrenzte Teilnehmerzahl deutlich macht, ist die Gründergarage keine Massenveranstaltung. Deshalb prüft die IHK in der Bewerbungsphase genau, wer die definierten Kriterien formal erfüllt. Für diese Entscheidung sind aber auch Faktoren wie Erfolgsaussichten, Relevanz und das Potenzial der Gründung ausschlaggebend.

„Mit der Gründergarage wird Gründenden ein strukturiertes Programm an die Hand gegeben, das sie erfolgreich und mit einem möglichst geringen Maß an Frustration und Gedanken an einen Abbruch an das Ziel einer soliden Unternehmensgründung führt“, erklärt Maik Schirling.

Bisher wurden in drei Durchläufen knapp 50 Gründende durch die Gründergarage auf dem Weg in die Selbstständig begleitet. Das Programm der Gründergarage wird immer zwei Mal pro Jahr durchgeführt, im Frühjahr und Herbst. Dazu Maik Schirling abschließend:

„Wir freuen uns auf viele Bewerbungen von innovativen Gründenden aus der Region.“

Partner der Gründergarage



- bwcon GmbH
- Existenzgründungsoffensive Neckar-Eschach
- Gewerbeverband Oberzentrum e.V.
- Gründungs- und Kreativzentrum Schweningen
- Hahn-Schickard-Gesellschaft für angewandte Forschung e.V.
- Hochschule Furtwangen
- Innovations- und Forschungszentrum Tuttlingen
- Klosterbergfabrik St. Georgen
- KREATIFABRIK – THE CO-WORKERS
- kwms consulting
- RegionalAgenten GmbH & Co. KG
- RKW Baden-Württemberg Senioren der Wirtschaft Arbeitskreis e.V.
- St. Geogener Technologiezentrum
- Steinbeis GmbH & Co. KG
- trend factory marketing & veranstaltungs GmbH
- Wirtschaftsförderungsgesellschaft Schwarzwald-Baar-Heuberg GmbH

Klick für Klick zum Businessplan

Businessplan erstellen leicht gemacht

Wer als Kind von bunten Ferien träumte, hat seine Wünsche gerne aufgemalt. Und so, wie der Traum auf dem Blatt zu sehen war, erfüllte er sich oftmals auch. Wenn ein Architekt ein schönes Gebäude plant, zeichnet er nicht nur die Idee und die Hülle. Er beschreibt die Bauabschnitte, wählt Materialien und Innereien aus, berechnet die Statik mittels CAD und die Kosten.

Existenzgründerinnen und Existenzgründer können es am Anfang genauso machen. Wie ein Kind, ein Architekt oder ein Drehbuchautor zeichnen und beschreiben sie die Geschäftsidee. Sie gestalten den Traum, das Ziel, den Weg dahin, das angestrebte Ergebnis und den freudigen Nutzen. Das kann der Einstieg in den Businessplan sein.

Ein Businessplan gehört zum Pflichtprogramm vor der Gründung. Er ergänzt die Idee um Wissen, Zahlen, Daten, Marktstudien, Kundennutzen, Entscheidungen, Zeitpläne, Kalkulationen, Arbeitsschritte, Regieanweisungen, Managementkonzepte und mehr. Am Ende funktioniert er etwa wie eine CAD-Konstruktion. Man kann jederzeit dreidimensional hineinschauen, justieren, die erfolgreiche Umsetzung kontrollieren, Teile fortschreiben und hat doch stets das Ganze im Blick.



IHK- Businessplan- Tool

Im Businessplan-Tool auf [gruendungswerkstatt-suedwest.de](https://www.gruendungswerkstatt-suedwest.de) können sich unsere Mitglieder der Klick für Klick durch die wichtigsten Bausteine durcharbeiten. Lerneinheiten begleiten die Arbeit. Die Inhalte lassen sich freihändig schreiben und gestalten wie in einer Textdatei. Die systematische Vorgehensweise zwingt Gründende dazu, alles genau zu durchdenken, Fakten zum Markt und zur Finanzierung zu recherchieren, Chancen und Risiken abzuwägen.

Bei Bedarf können die IHK-Existenzgründerberater hinzugeschaltet werden und fachlich, routiniert sowie persönlich weiterhelfen. Die Vorteile: Sie kennen branchenspezifische Spezialanforderungen an einen Businessplan. Und die Planung kann auf kurzen Wegen mit eventuell nötigen Stellungnahmen der IHK kombiniert werden.

Die Gliederung

Wie umfangreich ein Businessplan sein muss, hängt vom jeweiligen Vorhaben ab. Diese Übersicht bietet eine grobe Gliederung.

1

Zusammenfassung

Stellen Sie Ihrem Businessplan – nachdem Sie alle Inhalte zusammengetragen haben – eine Zusammenfassung voran. Beschreiben Sie darin kurz und prägnant Ihre Geschäftsidee, die wesentlichen Erfolgs- und Risikofaktoren und Ihre Ziele für die ersten Jahre Ihrer Selbstständigkeit.

2

Gründerperson/en

- Welche Qualifikationen/Berufserfahrungen und ggf. Zulassungen haben Sie?
- Über welche Branchenkenntnisse verfügen Sie?
- Über welche kaufmännischen Kenntnisse verfügen Sie?
- Welche besonderen Stärken gibt es?
- Welche Defizite gibt es?
- Wie werden Sie ausgeglichen?

Lesen Sie mehr dazu, auf welche persönlichen Voraussetzungen und fachlichen Qualifikationen es bei einer Unternehmensgründung ankommt. Eine Beratung hilft Ihnen dabei, mögliche Schwächen festzustellen und auszugleichen. Je nach persönlicher Ausgangssituation stehen womöglich spezielle Beratungs- oder Förderangebote zur Verfügung.

3

Geschäftsidee

Produkt/Dienstleistung

- Was ist der Zweck Ihres Vorhabens?
- Was ist das Besondere an Ihrer Geschäftsidee?
- Was ist Ihr kurz- und langfristiges Unternehmensziel?
- Welches Produkt/welche Leistung wollen Sie herstellen bzw. verkaufen?
- Start der Produktion/Dienstleistung?
- Entwicklungsstand Ihres Produktes /Ihrer Leistung?
- Welche Voraussetzungen müssen bis zum Start noch erfüllt werden?
- Wann kann das Produkt vermarktet werden?
- Welche gesetzlichen Formalitäten (z. B. Zulassungen, Genehmigungen) sind zu erledigen?

Es gibt viele Möglichkeiten, um auf eine „zündende“ Geschäftsidee zu kommen. Patente und Schutzrechte bieten Ihnen die Möglichkeit, ihr Produkt oder Verfahren für einen bestimmten Zeitraum allein zu vermarkten.

Für entwicklungsintensive Vorhaben

- Welche Entwicklungsschritte sind für Ihr Produkt noch notwendig?
- Wann kann eine Null-Serie aufgelegt werden?
- Wer führt das Testverfahren durch?
- Wann ist das eventuelle Patentierungsverfahren abgeschlossen?
- Welche technischen Zulassungen sind notwendig?
- Welche Patent- oder Gebrauchsmusterschutzrechte besitzen Sie bzw. haben Sie beantragt?
- Wie könnten sich die technologischen Möglichkeiten im Idealfall entwickeln?

Markt und Wettbewerb

Kunden

- Wer sind Ihre Kunden?
- Wo sind Ihre Kunden?
- Wie setzen sich die einzelnen Kundensegmente zusammen (z. B. Alter, Geschlecht, Einkommen, Beruf, Einkaufsverhalten, Privat- oder Geschäftskunden)?
- Haben Sie bereits Referenzkunden? Wenn ja, welche?
- Sind Sie von wenigen Großkunden abhängig?
- Welche Bedürfnisse/Probleme haben Ihre Kunden?

Konkurrenz

- Hatte ein Anderer bereits Ihre Idee?
- Wer sind Ihre Konkurrenten?
- Was kosten Ihre Produkte bei der Konkurrenz?
- Welches sind die größten Stärken und Schwächen Ihrer Konkurrenten?
- Welche Schwächen hat Ihr Unternehmen gegenüber Ihrem wichtigsten Konkurrenten?
- Wie können Sie diesen Schwächen begegnen?

Standort

- Wo bieten Sie Ihr Angebot an?
- Warum haben Sie sich für diesen Standort entschieden?
- Welche Nachteile hat der Standort?
- Wie können Sie diese Nachteile ausgleichen?

Marketing

Beim Marketing dreht sich alles um Ihre (zukünftigen) Kunden und Wettbewerber. Je mehr Brancheninformationen Sie haben, desto sicherer können Sie in die Selbstständigkeit starten und Ihre Marketingaktivitäten planen. Gerne unterstützen wir Sie hierbei.

Angebot

- Welchen Nutzen hat Ihr Angebot für potenzielle Kunden?
- Was ist besser gegenüber dem Angebot der Konkurrenz?

Preis

- Welche Preisstrategie verfolgen Sie und warum?
- Zu welchem Preis wollen Sie Ihr Produkt/Ihre Leistung anbieten?
- Welche Kalkulation liegt diesem Preis zugrunde?

Vertrieb

- Welche Kosten entstehen durch den Vertrieb?
- Welche Absatzgrößen steuern Sie in welchen Zeiträumen an?
- Welche Zielgebiete steuern Sie an?
- Welche Vertriebspartner werden Sie nutzen?

Werbung

- Wie erfahren Ihre Kunden von Ihrem Produkt/Ihrer Dienstleistung?
- Welche Werbemaßnahmen planen Sie wann?
- Beim Marketing stimmen Sie Angebot, Preis, Vertrieb und Werbung aufeinander ab.

4

6

Organisation und Mitarbeitende

Organisation

Stellen Sie Ihr geplantes Unternehmen vor (Gründungsdatum, Gesellschafter, Geschäftsführende, Mitarbeitende, Sitz, Geschäftszweck, strategische Allianzen. Falls vorhanden: Patente, Rechte, Lizenzen, Verträge). In welcher Phase befindet sich Ihr Unternehmen?

(Entwicklung, Gründung, Markteinführung, Wachstum)? Legen Sie ggf. ein Unternehmens-Organigramm bei und ergänzen Sie dieses mit den Angaben zu den einzelnen Führungspersonen (Alter, Firmenzugehörigkeit, Qualifikation, Ausbildung).

Mitarbeitende

- Wann bzw. in welchen zeitlichen Abständen wollen Sie wie viele Mitarbeitende einstellen?
- Welche Qualifikationen sollten Ihre Mitarbeitenden haben?
- Welche Schulungsmaßnahmen sehen Sie für Ihre Mitarbeitenden vor?

Qualifiziertes und motiviertes Personal ist für jedes Unternehmen ein wichtiger Erfolgsfaktor.

7

Rechtsform

- Für welche Rechtsform haben Sie sich entschieden? Aus welchen Gründen?
- Welche Gesellschafterstruktur planen Sie und wie verteilen Sie die Gesellschaftsanteile?
- Berücksichtigt die Rechtsform die Interessen der Gesellschafter?

Lesen Sie auf unserer Homepage unter ihk.de/sbh/rechtsformen, welche Rechtsformen es gibt.

5

8

Risiken und Chancen

- Welche sind die drei größten Chancen, die die weitere Entwicklung Ihres Unternehmens positiv beeinflussen könnten?
- Welche sind die drei wichtigsten Probleme, die eine positive Entwicklung Ihres Unternehmens behindern könnten?
- Wie wollen Sie eventuellen Risiken/Problemen begegnen?

Mit Hilfe einer SWOT-Analyse (engl. Akronym für Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Bedrohungen)) können Sie Ihre Stärken, Schwächen sowie Chancen und Risiken, die Ihnen Ihr Gründungsumfeld bietet, beschreiben.

9

Finanzplan

Kapitalbedarfsplan

- Wie hoch ist der Gesamtkapitalbedarf für Anschaffungen und Vorlaufkosten für Ihren Unternehmensstart und für eine Liquiditätsreserve während der Anlaufphase (6 Monate nach Gründung; bei innovativen Science-Unternehmen ca. 2 Jahre)?

Finanzierungsplan

- Wie hoch ist Ihr Eigenkapitalanteil?
- Wie hoch ist Ihr Fremdkapitalbedarf?
- Welche Förderprogramme könnten für Sie in Frage kommen?
- Welche Beteiligungskapitalgeber könnten gegebenenfalls für Sie in Frage kommen?
- Können Sie bestimmte Objekte leasen? Zu welchen Konditionen?

Sicherheitenübersicht

- Welche Sicherheiten können Sie für Kredite einsetzen?

Liquiditätsplan

- Wie hoch schätzen Sie die monatlichen Einzahlungen (verteilt auf drei Jahre)?
- Wie hoch schätzen Sie die monatlichen Kosten (u. a. Material, Personal, Miete)?
- Wie hoch schätzen Sie die Investitionskosten (verteilt auf die ersten zwölf Monate)?
- Wie hoch schätzen Sie den monatlichen Kapitaldienst (Tilgung und Zinszahlung)?
- Mit welcher monatlichen Liquiditätsreserve können Sie rechnen?

Ertragsvorschau/Rentabilitätsvorschau

- Wie hoch schätzen Sie den Umsatz für die nächsten drei Jahre?
- Wie hoch schätzen Sie die Kosten für die nächsten drei Jahre?
- Wie hoch schätzen Sie den Gewinn für die nächsten drei Jahre?

Machen Sie sich fit in Sachen Finanzierungswissen. Es ist gar nicht so schwer. Förderprogramme in Form von Darlehen und Zuschüssen unterstützen Sie bei Ihrer Gründung.



10

Unterlagen

- tabellarischer Lebenslauf
- Gesellschaftervertrag
- Pachtvertrag
- Kooperationsverträge
- Leasingvertrag
- ggf. Gutachten
- ggf. Nachweise über eingetragene Schutzrechte
- Übersicht der Sicherheiten

Mustervorlagen

Für Mustervorlagen zum Beispiel für Gesellschaftervertrag, Pachtvertrag, Leasingvertrag, Kooperationsvertrag, Gutachten und weitere, kommen Sie gerne auf die Rechtsabteilung der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg zu.

Stefan Villing

☎ 07721 922-240

@ villing@vs.ihk.de

Hilfestellungen und Vorlagen für die Gestaltung des Businessplans finden Sie unter

🔗 ihk.de/sbh/businessplan



Wichtige Suche nach dem unbekanntem Wesen

Businessplan: Wissen über die Kunden ist für den Erfolg essenziell

“ Für den nachhaltigen unternehmerischen Erfolg sorgt niemals allein eine gute Idee, sondern die aktuellen Bedürfnisse, Probleme oder Wünsche der Kunden.

erklärt Larissa Kratt, bei der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg zuständig für den Fachbereich Existenzgründung und Unternehmensförderung. Sie rät Gründenden bei der Erstellung eines Businessplans stets eine wesentliche Frage im Fokus zu haben. „Wie gut kennen Sie Ihre Kunden?“

Wenn es darum geht, einen Businessplan zu erarbeiten, denken die meisten Gründenden zunächst an Fragen rund um die Finanzierung ihrer neuen Firma. Das ist bestimmt kein falscher Reflex. Dann sollte aber ein weiterer Gedanke ins Spiel kommen, der nicht minder wichtig ist. Denn ganz egal, welches Produkt oder welche Dienstleistung das neue Unternehmen anbieten will: Über den Erfolg entscheidet nicht, dass der Jungunternehmer selbst von der Qualität seines Angebotes überzeugt ist, sondern die Wünsche und Ansprüche der potenziellen Kunden.

Wer sich dann auf die Suche nach seinen künftigen Abnehmerinnen und Abnehmern macht, der wird zwangsläufig mit drei Gruppen konfrontiert. Zur ersten gehören die im Fachjargon sogenannten Privaten Verbraucher. Wer wissen will, wer die sind, der sollte sich zunächst von der Abneigung gegen Begriffe wie „soziodemographische Daten“ frei machen. Denn genau die sind notwendig, um etwa Alter, Geschlecht, Familienstand, Einkommen und Beruf der begehrten Kundschaft einzugrenzen. Hier geht es darum, ein genaues Profil der sogenannten Zielgruppe zu erstellen.

Von enormer Bedeutung sind da folgende Erwägungen: Wie sollen die Kunden am besten angesprochen werden? Wo und wie – im Geschäft oder online – kaufen oder bestellen die Kunden in erster Linie Produkte oder Dienstleistungen? Aber nicht nur die privaten Abnehmer gehören ins Blickfeld, wenn der Businessplan konzipiert wird. Ebenso wichtig sind die Unternehmen. Dabei geht es zunächst darum, die passenden Branchen auszumachen, die sich für die Angebote interessieren könnten.

Dann geht es in die Details. Es sollte etwa klar sein, wie groß die Unternehmen sind und wie deren Entscheidungswege beim Einkauf neuer Produkte oder Leistungen aussehen. Nicht minder wichtig ist es herauszufinden, wer die richtige Ansprechperson in den Betrieben ist. Und auch hier muss wieder die Frage nach den aktuellen Wünschen, Problemen und Bedürfnissen der Kundengruppe beantwortet werden, bevor es im besten Fall zu einer gedeihlichen Zusammenarbeit kommen kann.

Nicht zu vernachlässigen ist überdies die Öffentliche Hand als mögliche Kundschaft. Unter diesem Begriff versammeln sich Einrichtungen des Bundes, der Länder oder Kommunen. Mit dabei sind außerdem öffentliche Körperschaften wie Krankenhäuser, öffentliche Bühnen oder Sozialversicherungen. Deren Bedarf an alltäglichen Gebrauchsgütern wie Geräten, Bürobedarf sowie Reinigungs-, Reparatur- oder Druckdienstleistungen ist beachtlich.

Zentral sollte bei allen Bemühungen von Gründenden die Erkenntnis sein, dass originelle oder innovative Geschäftsideen für den Aufbau einer wirtschaftlichen Existenz allein nicht ausreichen.

“ Es muss eine Nachfrage bestehen. Oft gehen Gründende von eigenen Bedürfnissen aus oder empfinden selbst einen Mangel im Angebot – das ist nicht zielführend“, erklärt Larissa Kratt. Sie rät deshalb dazu, in der Phase zwischen Gründungsidee und Realisierung das Instrument der Marktforschung zu nutzen.

“ Die Marktforschung ist für den Gründenden wichtig, weil er dadurch sein Unternehmenskonzept gezielt auf wesentliche Märkte abstimmen kann“, sagt Larissa Kratt.

Niemals sollten angehende Unternehmerinnen und Unternehmer versäumen zu prüfen, welchen Neuheitswert oder Reifegrad ihr Angebot hat. Da sind einige Standardfragen aus der IHK-Broschüre „Herausforderung Selbstständigkeit“ ausgesprochen hilfreich:

“ Erkennt der Verbraucher den Nutzen des Angebots? Besitzt das Produkt Vorteile für die Kunden? Weshalb haben nicht schon andere Unternehmen diese Idee realisiert? Kann das Produkt durch vergleichbare Erzeugnisse ersetzt werden?“

mehr zum Thema



Weitere Informationen unter
[ihk.de/sbh/ausforderung-selbststaendigkeit](https://www.ihk.de/sbh/ausforderung-selbststaendigkeit)

Wer soll uns das abkaufen? Ohne Marketing bleiben Waren und Dienstleistungen Ladenhüter

Wenn Existenzgründende ein brillantes Produkt entwickelt haben, ist das eine feine Sache. Mehr als reiner Selbstzweck ist das an dieser Stelle allerdings noch nicht. Es gibt ungezählte Beispiele von Start-ups, die ihren „Laden“ schon bald nach der Eröffnung wieder schließen mussten, weil niemand ihre Waren oder Dienstleistungen kannte oder deren Nutzen erkannte. Dabei liegen solche Rückschläge oftmals nicht an der Qualität, sondern an der mangelnden Sorgfalt beim Einsatz der Werkzeuge Marketing und Werbung. Ein vermeidbarer Fehler, zumal die Planung von Marketingmaßnahmen kein Buch mit sieben Siegeln ist.

Eine Grundregel gilt für jedes Unternehmen: Marketing ist eine Daueraufgabe. Sie beginnt immer mit einer Analyse der Marktsituation. Da diese ständig in Bewegung ist, sollten kontinuierlich Informationen eingeholt werden. Vier Fragen sollten sich Existenzgründende stellen:

- Welche Ansprüche werden an unsere Produkte oder Dienstleistungen gestellt?
- Was sind die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden?
- Welche Preise sind sie bereit zu bezahlen?
- Gibt es wichtige Wettbewerber auf dem entsprechenden Markt?

Genau an dieser Stelle kommt eine realistische Einschätzung der eigenen Unternehmenssituation ins Spiel. Hierbei sollte selbstkritisch geklärt werden, wie der eigene Betrieb im Vergleich zu Wettbewerbern dasteht. Mittels einer sogenannten Konkurrenzanalyse sollte herausgefunden werden, ob etwa durch günstigere Preise, einer höheren Produktqualität, freundlicherem Service oder schnellerem Vertrieb den Mitbewerbern Paroli geboten werden kann.

Dann ist es an der Zeit, die Marketing-Ziele zu definieren. Diese können kurzfristig (ein bis drei Jahre), mittelfristig (vier bis fünf Jahre) und langfristig (sechs bis zehn Jahre) ganz klar festgeschrieben werden. Das macht indes nur dann Sinn, wenn deren Erfolge oder Misserfolge später auch kontrollierbar sind. So könnte ein Ziel lauten, den Absatz bis ins Jahr XY um 200 Prozent zu steigern. Ein anderes könnte sein, dass Kunden den Betrieb bis zum Jahr XY mit einem bestimmten Image verbinden.

Erst dann geht es an die eigentlichen Marketing-Maßnahmen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie rät dazu folgendes zu hinterfragen:

- 1 Wie genau soll Ihr Produkt beziehungsweise Ihre Dienstleistung beschaffen sein?
- 2 Zu welchem Preis wollen Sie Produkte beziehungsweise Dienstleistungen anbieten?
- 3 Mit welchen Vertriebsaktivitäten wollen Sie Ihre Kunden erreichen?
- 4 Was wollen Sie im Bereich Werbung und Kundenkommunikation tun?

Welche Werbemaßnahmen mittels aktiver Werbung, Verkaufsförderung und Public Relations für junge Unternehmen zur Verfügung stehen, um ihre Produktpalette bei potenziellen Käufern bekannt zu machen, hat die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg in ihrer Broschüre „Herausforderung Selbstständigkeit“ kompakt zusammengestellt.

mehr zum Thema



Weitere Informationen unter
[ihk.de/sbh/erausforderung-selbstaendigkeit](https://www.ihk.de/sbh/erausforderung-selbstaendigkeit)



ANALYSIEREN



WERBEMAßNAHMEN



ZIELE ERREICHEN

„Was sind meine Werte“

Marketing-Expertin Carolin Deberling im Gründerzeit-Interview

In ihrem Fachgebiet gilt sie als Koryphäe. Sie ist stellvertretende Geschäftsführerin der renommierten Agentur für strategisches Marketing GRUPPE DREI mit Sitz in Villingen-Schwenningen und engagiert sich darüber hinaus in der Vollversammlung und im Berufsbildungsausschuss der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg. Ein Gründerzeit-Gespräch mit Carolin Deberling:

Gründerzeit: Was macht erfolgreiches Marketing aus?

„Dass es den Nerv der Zielgruppe trifft, damit ein Kaufabschluss stattfindet und nicht an der Zielgruppe vorbeigedacht wird. Ich muss immer wissen, wer meine Zielgruppen sind und über welche Kanäle ich sie mit welchen Themen und Botschaften erreichen kann. Die Zielgruppen orientieren sich auch an den Werten, die ich als Unternehmer vertrete.“

Gründerzeit: Wie finde ich denn meine Zielgruppe?

„Das hängt von unterschiedlichen Aspekten ab. Zum einem von meinem Produkt. Bin ich im Dienstleistungs-, Consumer- oder Industriebereich tätig? Mit dieser Frage muss ich mich am Anfang im Detail befassen. Ich muss mir auch Gedanken über deren Altersstruktur und deren Mind-Set machen. Was sind also deren Wünsche, die ich bestenfalls erfüllen kann? Da gibt es diverse Studien, mit denen man sich da beschäftigen kann. Das ist eine sinnvolle und wertvolle Aufgabe.“

Gründerzeit: Glauben Sie, dass Gründerinnen und Gründer die Wichtigkeit von strategischem Marketing so realisieren, wie es notwendig ist?

„Das glaube ich schon, denn sie gründen ja aus dem Wunsch heraus, mit dem was sie tun, auch erfolgreich zu sein. Da gibt es ganz unterschiedliche Themen. Es gibt Gründer, die mit Marketing und Kommunikation schon in Berührung gekommen sind. Die wissen um die Wichtigkeit dieses Themas. Es gibt aber auch welche, die eher aus dem Forschungs- und Entwicklungsbereich in die Gründung kommen. Bei denen ist es häufig ein bisschen anders, weil sie sich zum Teil nicht gut mit den ganzen Kanälen auskennen, die es mittlerweile auf dem Markt gibt. Da ist es erklärungsbedürftig. Aber es gibt auf jeden Fall Branchen und Gründer, die sich hier hervorragend auskennen.“

Gründerzeit: Können Sie Gründerinnen und Gründern drei wichtige Tipps zum Thema Marketing geben?

„Zunächst mal wissen, wofür ich selbst stehe, was meine Werte und meine Alleinstellungsmerkmale sind. Das zweite ist zu analysieren, was meine Zielgruppe ist, die ich erreichen will. Auf welchen Kanälen bewegt die sich? Und dann muss man eine Emotion ran bringen. Also die Frage, wie kann ich Dinge emotional transportieren – und da spielt eben dieses Wertethema eine ganz entscheidende Rolle. Wenn ich feststelle, dass meine Produkte oder Dienstleistungen eher ein rationales Thema sind, dann kann ich Menschen nicht gut erreichen, die rein emotional denken. Dann muss ich einen Transfer hinbekommen von rational zu emotional. Das ist schwierig, geht aber auch durch Instrumente wie das Storytelling. Ich muss immer eine Beziehung zu meinen Zielgruppen aufbauen.“

Gründerzeit: Sie sind stellvertretende Geschäftsführerin einer Werbeagentur. Sollten sich Gründerinnen und Gründer in Sachen Marketing professionelle Hilfe suchen?

„Es gibt ganz viele, die das alleine schaffen. Gerade wenn es um Produkte geht, die über Social-Media an den Markt gebracht werden können. Wenn es aber um erklärungsbedürftige Produkte wie etwa Maschinen geht, ist es hilfreich, sich mal mit einer Agentur zusammen zu setzen, um einen Fahrplan zu entwickeln. Es gibt aber ganz viele Beispiele von Start-ups, die das selber geschafft haben.“

Gründerzeit: Früher hat man gesagt „Wer nicht wirbt, der stirbt“...

„... und es ist immer teurer geworden. Man glaubt immer, Social-Media und die anderen neuen Medien kosten nichts, aber die kosten ganz schön viel Geld und sehr viel Zeit. Aber werben gehört dennoch zum Geschäft.“

IHK-GründerNetzwerk

Das Thema Marketing sowie weitere gründungsrelevante Themen können Sie beim IHK-GründerNetzwerk gemeinsam mit anderen Gründenden erarbeiten.

Weitere Informationen zum GründerNetzwerk sowie die Anmeldemöglichkeit finden Sie unter:

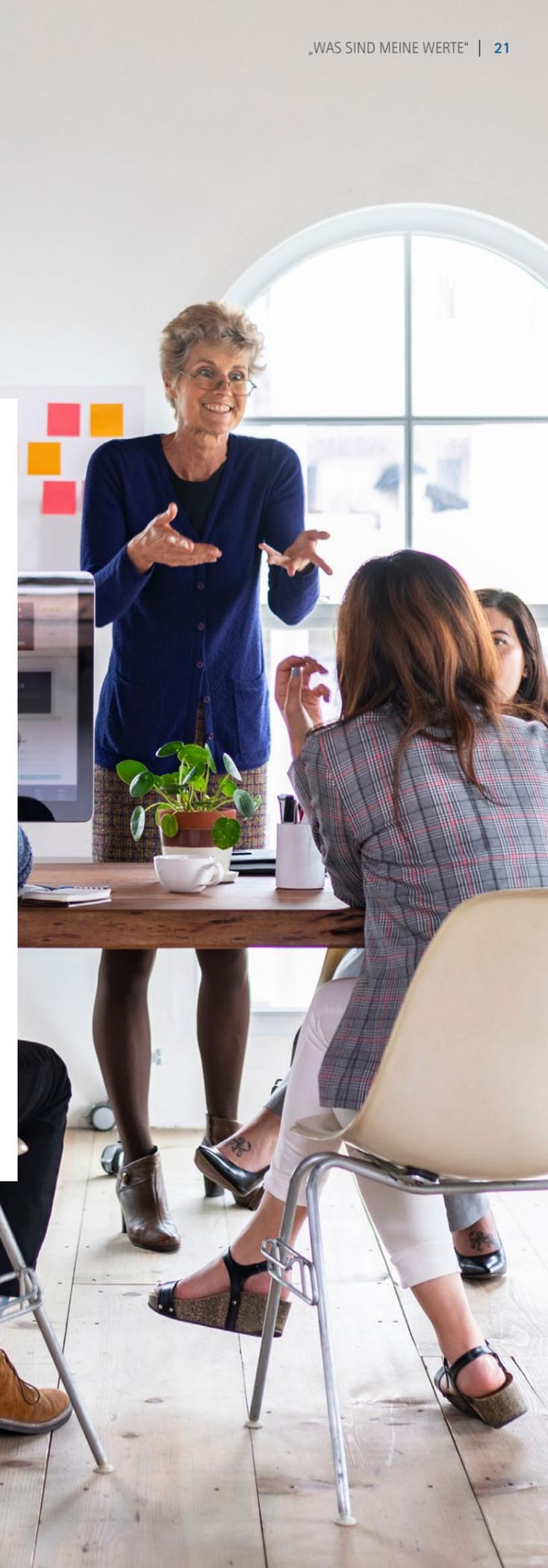
[ihk.de/sbh/gruendernetzwerk](https://www.ihk.de/sbh/gruendernetzwerk)

Haben Sie weitere Fragen?

Larissa Kratt

☎ 07721 922-138

@ kratt@vs.ihk.de



Erfolgsgeschichten

Er weist den richtigen Weg

Rainer Oszcipok macht aus seiner Logistik-Expertise ein Geschäftsmodell

Fakten

- Langjährige Berufserfahrung kann genutzt werden, um Business zu „erschaffen“.
- Produktportfolio der Gründung kann selbst zurechtgelegt werden, man ist dadurch eventuell nicht von Angeboten des Arbeitgebers abhängig.
- Externe Unterstützung/Beratung in Anspruch nehmen, z. B. Gründergarage.
- Aufbau von einem Netzwerk ist wichtig, welches dem Unternehmer aber auch den Kunden weiterhilft.
- Kundenstamm vergrößern und ausbauen.

Erfahrung ist sein Kapital: Seit über 30 Jahren ist Rainer Oszcipok beruflich in der Speditions- und Logistikbranche unterwegs. Der 55-Jährige hat in der Vertriebs- und Niederlassungsleitung bei diversen Firmen über Jahrzehnte in Fragen der Produktion, des Vertriebs, der Organisation, des Projekt- und Prozessmanagements Expertenwissen gesammelt. Im April 2020 hat sich der dynamische Fachmann mit seiner Firma TLM DER UNTERNEHMERBERATER e. K. mit Sitz in Tuttlingen selbstständig gemacht.

Aber warum wagt einer den Sprung aus recht sicheren Anstellungsverhältnissen in eine Firmengründung mit allen Unwägbarkeiten? Rainer Oszcipok erklärt das so: „Ich konnte früher meinen Kunden nur Angebote aufgrund des Produktportfolios meines Arbeitgebers machen. Sehr häufig habe ich festgestellt, dass das nicht unbedingt die beste Lösung ist.“ Deshalb hat er nun als Gründer alle Varianten für seine Auftraggeber parat. „Viele Kunden haben nicht den Überblick über den gesamten Markt, dann komme ich als Makler ins Spiel“, sagt Rainer Oszcipok.



Beim Start in die Selbstständigkeit hat sich der erfahrene Berater gleichwohl externes Expertenwissen organisiert. So wurde er einer der ersten Teilnehmer an der Gründergarage der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK) im Jahr 2020. Dort hat er verschiedene Seminare zu Themen wie Marketing oder Steuerrecht besucht, die er als „äußerst nützlich und hilfreich“ in Erinnerung behalten hat. „Die haben da richtig Gas gegeben“, so Rainer Oszcipok.

Und wenn ein Kunde drei Paletten mit Ware von heute auf morgen aus Süddeutschland nach Hamburg bringen lassen will, ist er bei Oszcipok mit seinem Netzwerk an der richtigen Adresse. Der bietet allerdings neben dem operativen Geschäft auch die grundsätzliche Beratung von Firmen an, die ihre Prozesse optimieren wollen: „Nicht selten erreiche ich für meine Auftraggeber Einsparmöglichkeiten von 40 Prozent und mehr“, sagt der Logistikexperte, der Kunden in Baden-Württemberg, Bayern, Hessen und Rheinland-Pfalz betreut.

„Langweilig wird es mir also nicht“, erklärt Rainer Oszcipok, der mit seinen Geschäftsfeldern Transport-, Verpackungs- und Tenderlogistik offenbar einen Nerv bei seinen Kunden getroffen hat. Und obwohl er als Ein-Mann-Unternehmen genug zu tun hat, will er in Zukunft seinen Kundenstamm weiter vergrößern. So denkt einer, der „den Weg in die Gründung nicht bereut“.

mehr zum Thema



Weitere Informationen unter
[tlm-berater.de](https://www.tlm-berater.de)

„Ich bin ein Problemlöser“

Manfred Gühring bringt Auftraggeber, Unternehmer und Fachleute zusammen



Personalvermittlung
von Fach- und Hilfskräften

Sie suchen Arbeitskräfte?

Ihre Vorteile:

- Keine teuren Zeitungsanzeigen
- Keine Bewerbungsselektionen
- Keine aufwendigen Bewerbungsgespräche
- Kein Versenden von Anträgen

Sie suchen eine

Ihre Vorteile:

- Persönliches Beratungsgespräch
- Keine Gebühren
- Keine zeitliche Bindung
- Kein Aufwand
- Keine Gehaltsübernahme
- keine Zeit- oder Sondereinstellung

„Mir ist das Menschliche wichtig,

sagt Manfred Gühring aus Fluorn-Winzeln. Was auf den ersten Blick so profan und oberflächlich klingt, ist aber das Geschäftsmodell des 50-jährigen Familienvaters. Wenn sich jemand in der Region professionell mit dem Thema Netzwerken produktiv auseinandersetzt, dann ist es der erfahrene Praktiker Gühring, der gefragt werden sollte. Ein Portrait über einen Mann, der mit seiner Firma Teamwork-cnc elegant Angebot und Nachfrage ins Gleichgewicht bringt.

Wenn man es selbst erfunden hätte, würde man denken, es ist ganz simpel. Aber das liegt in der Natur von vielen guten Erfindungen: Sie sind im Prinzip ganz einfach. Also schauen wir einmal entspannt in die berufliche Vergangenheit von Manfred Gühring, der ganz klassisch an Maschinen gelernt hat und später die Ausbildung zum Industriekaufmann erfolgreich abgeschlossen hat. Dass er 17 Jahre für eine renommierte Firma – unter anderem im strategischen Einkauf – tätig war, im Vertrieb und anderen verantwortungsvollen Positionen, sind wichtige Informationen, um den beruflichen Hintergrund von Manfred Gühring zu verstehen.

„Ich wollte schon immer auch entscheiden“, erinnert sich der Praktiker, der 2001 die Prüfung zum Industriefachwirt bei der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK) erfolgreich abgelegt hat. 2014 meldete er schließlich, damals noch im Nebenerwerb, sein Gewerbe an. Teamwork-cnc nannte er seine junge Firma. Die Idee dahinter: Unternehmen aus dem metallverarbeitenden Bereich zu vernetzen und zu unterstützen. Bei Gühring können seither zum Beispiel Betriebe anfragen, die einen Auftragsüberhang haben. Er kümmert sich dann darum, dass solche Spitzen durch externe Vergaben abgedeckt werden können. Doch auch Einkäufer, die nicht weiterwissen, sind bei Manfred Gühring an der richtigen Adresse: „Ich verstehe mich als Problemlöser“, sagt Manfred Gühring.

Dabei kann er auf die Unterstützung eines Verbundes kompetenter, regionaler Partner zählen. „Dank unserer Produktionspartner im Dreh- und Fräsbereich sind wir in der Lage, auch kurzfristig Aufträge zu realisieren und sind deshalb als verlängerte Werkbank hilfreich in der Produktion“, so der professionelle Netzwerker. Gühring wäre nicht Gühring, wenn er aus seinen vielfältigen Kontakten nicht noch einen weiteren Geschäftszweig entwickelt hätte. Mittlerweile stellt er mit Teamwork-job Verbindungen zwischen Fachkräften und Unternehmen her, die bekanntermaßen händierend nach qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern suchen. An dieser Stelle profitieren wiederum alle von den hervorragenden Kontakten Gührings. Und jetzt auch mit Brief und Siegel. Jüngst erhielt er die Zertifizierung als zugelassener Träger nach dem Recht der Arbeitsförderung.

Manfred Gühring setzt selbst auf starke Partner bei der Entwicklung seines Unternehmens. Nach persönlichen Beratungsgesprächen bei der IHK ist er seit geraumer Zeit Mitglied im IHK-GründerNetzwerk. Jüngst habe er sich beim Sprechtag mit der L-Bank/Bürgschaftsbank informiert, berichtet Gühring, der in seiner Freizeit als Fußball-Jugendtrainer aktiv ist. Ein echter Teamplayer eben.

mehr zum Thema



Weitere Informationen unter
[teamwork-cnc.de](https://www.teamwork-cnc.de)
[teamwork-job.de](https://www.teamwork-job.de)

Fakten

- Beratungsangebote für den Aufbau der Gründung nutzen (hier z. B. persönliche Beratung, Sprechtag, Gründernetzwerk, etc.).
- Gründung im Nebenerwerb kann ein „Austesten“ für zukünftige Geschäftsideen sein.
- Nutzen der Geschäftsidee für den Kunden überlegen: Problemlöser sein.
- Netzwerke mit Partnern aufbauen.
- Geschäftsidee im Laufe der Zeit weiterdenken und weiterentwickeln.



Die ganze Welt an einer Wand

Thomas und Nadine Gaß produzieren individuelle 3D-Kunstwerke aus Holz

Mit seiner künstlerischen Ader und in feinsten Handarbeit produziert der 40-jährige Thomas Gaß gemeinsam mit seiner Frau Nadine Gaß unter dem spielerischen Namen „Wandwerkskunst“ dreidimensionale Wand-Objekte aus Holz und das ganz nach den Vorstellungen seiner Auftraggeberinnen und Auftraggeber.

Die Firmengeschichte begann mit einem nicht ganz unbescheidenen Wunsch von Nadine Gaß. Die wünschte sich für das heimische Esszimmer eine Weltkarte aus Holz, die sich von der Wand abhebt und so auch räumlich wirkt. Das zunächst private Projekt weckte das Interesse von Bekannten, die ebenfalls gerne ein solches 3D-Kunstwerk an ihren Wänden haben wollten. Das war der Impuls zur Gründung des Unternehmens „Wandwerkskunst“.

Doch eine Idee trägt ohne professionellen Unterbau nur sehr selten ein ganzes Unternehmen. In der Anfangsphase waren deshalb die Kontakte zur Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK) und die Teilnahme an deren „Gründergarage“ wichtig: „Als Neugründer fehlt einem das Basiswissen über Steuern, Versicherungen und diese Dinge. Da war die Unterstützung durch die IHK extrem hilfreich“, erinnert sich der 40-jährige Familienvater.

Dass er vor der Gründung technischer Projektleiter für Kunststofftechnik war, darin sieht Thomas Gaß keinen Widerspruch zu seiner neuen Aufgabe: „Ich hatte schon immer eine Leidenschaft für Holz.“ Woher das wohl kommt? Seine Kunstwerke entstehen in der alten Werkstatt seines mittlerweile verstorbenen Großvaters Horst Gaß – der war Schreinermeister. An diesem traditionsreichen Ort können interessierte Kundinnen und Kunden auch die aktuellen Werke in einer kleinen Galerie ansehen und vor allem anfassen, um sich einen Eindruck von der Kunstfertigkeit der Familie Gaß zu machen.

Aber bei Wandwerkskunst geht es nicht darum, irgendein dreidimensionales Bild „von der Stange“ zu verkaufen. Hier sollen die Ideen und Wünsche der Auftraggeber und Auftraggeberinnen umgesetzt werden. Was die Motivwahl und die Dimension angeht, seien keine Grenzen gesetzt, erklärt Thomas Gaß, der sich die Stücke der „Wandwerkskunst“ neben Privathaushalten auch in Arztpraxen, Kanzleien oder Firmen gut vorstellen kann: „Wir produzieren keine Massenware, sondern ausschließlich Unikate.“

Fakten

- Hobby/Leidenschaft zum Beruf machen.
- Unterstützung der Gründergarage nutzen.
- Einrichtung von Werkstatt oder Produktionsraum.
- Individuelle Anfertigung der Produkte für Kunden.

mehr zum Thema

Weitere Informationen unter
 wandwerkskunst.de



Selbst ist der junge Mann

Marius Weggler gründet mit 20 Jahren die Firma MaWegg solutions

“Ja, man muss es wollen,

sagt Marius Weggler. Viele Stunden am Tag arbeitet der 21-Jährige aus Emmingen-Liptingen, um seinen Traum von einem Leben als Unternehmer wahr werden zu lassen. Er hat mit großem Engagement und Zielstrebigkeit die Firma MaWegg solutions gegründet und beschäftigt sich intensiv mit der Produktion industrieller Schaltanlagen. Es ist die Geschichte eines jungen Mannes, der es definitiv wissen will und Herausforderungen nicht scheut.

Um Marius Weggler und seine Entscheidung, einen eigenen Betrieb aufzubauen, verstehen zu können, muss man in seiner Vita ein paar Jahre zurückblicken. Denn er sieht sich als junger Gründer in der Tradition seines verstorbenen Großvaters Anton Rack. „Mein Opa war jemand, der nie stillstand. Er war stets als Unternehmer tätig und wollte immer weiterkommen. Von ihm habe ich viel gelernt und er hat mich geprägt“, erinnert sich der ehrgeizige Jungunternehmer. Das ist die unternehmerische „Software“ von Marius Weggler. Die „Hardware“ hat er in Form seiner Werkstatt in Emmingen-Liptingen übernommen, die vormals seinem verstorbenen Opa Jakob Weggler gehörte.

An seinem neuen Firmensitz produziert er nun individuelle Schaltanlagen für den Maschinen- und Anlagenbau. Neben der zuverlässigen Fertigung übernimmt MaWegg solutions aber auch die Verkabelung der Gesamtanlagen. Als Kunden konnte Marius Weggler vor allem kleine und mittelständische Unternehmen gewinnen, die seine Flexibilität schätzen: „Ab einer Stückzahl von eins kann ich fertigen.“

Großes Lob hat Marius Weggler für die Unterstützung der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK) übrig. Mit deren Expertinnen und Experten stehe ihm in der Startphase „ein tolles Team“ zur Seite. „Ich bin bei der IHK-Gründergarage dabei und bekomme viele Tipps und Anregungen. Wissen ist eben ein wichtiges Gut“, so Marius Weggler.

Der unternehmerische Focus von Marius Weggler liegt ganz klar auf der Weiterentwicklung seiner Firma MaWegg solutions. Bereits nach kurzer Zeit hat er jetzt eine Produktionshilfe eingestellt, die ihn unterstützt – erste Expansionspläne also. An Entschlossenheit und Leistungswillen mangelt es dem Gründer indessen nicht: „Ich bin fleißig und es macht mich stolz etwas aufzubauen. Ich blicke jeden Abend zufrieden auf die erledigte Arbeit.“

Fakten

- Eigene Unternehmerpersönlichkeit erkennen und mit Fleiß weiterentwickeln
- Gründung im Nebenerwerb in jungen Jahren nutzen, um das eigene Unternehmen aufzubauen
- Flexibilität im Angebot
- Wissen ist ein wichtiges Gut: Beratungsangebote wie z. B. die Gründergarage nutzen
- Expansionspläne entwickeln und eventuell Mitarbeitende einstellen, Weiterentwicklung der Tätigkeitsinhalte

Eine prickelnde Geschäftsidee

Wendy LeBlanc und Patrick Mann produzieren Craft Cider im Schwarzwald

Fakten

- Geschäftsidee aus dem Ausland eventuell für Deutschland/den Schwarzwald erkennen.
- Familientradition weiterführen/weiterentwickeln.
- Erfahrungsschatz für eigenen Firmenaufbau nutzen: Die Herausforderung der Selbstständigkeit bekommt nach jahrelanger Arbeit im Angestelltenverhältnis eventuell interessante Bedeutung.
- Beratung und Netzwerke nutzen, hier: persönliche Beratung der IHK sowie des Landschaftserhaltungsverbandes.
- Vernetzung und Aufbau von Vermarktungswegen: Marke bekannt machen.
- Erweiterung durch Online-shop andenken.

Die Vorfreude ist groß. Endlich ist das Paket mit den drei Flaschen angekommen. Der Inhalt: drei Varianten des US-amerikanischen Kultgetränks Cider. Doch der Weg zum geneigten Kunden war – anders als zu erwarten – nicht weit. Hergestellt wurden diese edlen Tropfen nämlich nicht im „Land der unbegrenzten Möglichkeiten“, sondern von den Firmengründern Patrick Mann (57) und Wendy LeBlanc (56) in ihrer Schwarzwald-Manufaktur „1785 Cider“ in Unterkirnach.

Geographisch betrachtet war es für die beiden Unternehmer ein recht weiter Weg zurück in die alte Heimat von Patrick Mann. Nach vielen Jahren erfolgreicher Arbeit für renommierte Software-Unternehmern in den USA zog es ihn mit seiner Frau Wendy LeBlanc zurück in sein altes Elternhaus, einen 1785 erbauten Bauernhof. Und genau hier begegnen sich seither trefflich die Getränkulturen Most und Craft Cider. Aber warum hat das Paar seine gut dotierten Jobs in den Staaten hinter sich gelassen, um im Schwarzwald Cider zu produzieren und zu vermarkten?

„Mit dem Thema haben wir uns schon in den USA auf hobbymäßiger Basis beschäftigt. Meine Eltern haben hier im Schwarzwald immer in kleinem Stil Apfelmost gemacht. Insofern war mir das schon bekannt“, erklärt Mann. Später hat er sich dann intensiver mit dem Obstbau und der Apfelweinherstellung beschäftigt. „Der Antrieb, die Sache ernsthaft zu starten, kam dann vor etwa fünf Jahren. Da haben wir entschieden, etwas ganz Anderes zu machen als nur Angestellte zu sein“, erinnert sich der 57-Jährige.

Als die Gründung dann in die konkrete Startphase ging, standen dem „1785 Cider“-Team mit den Fachleuten der IHK ausgewiesene Experten mit wertvollen Ratschlägen zur Seite. „Das war sehr hilfreich. Wir konnten uns darauf verlassen, dass wir bei der Gründung nichts übersehen. Ein riesen Thema war damals zum Beispiel die Produkthaftung“, so Patrick Mann im Rückblick. Außerdem wurde Patrick Mann vom Landschaftserhaltungsverband Schwarzwald-Baar-Kreis e.V. unterstützt, welcher ihm bei der Kontaktvermittlung zu Streuobstwiesen geholfen hat.

Mittlerweile sind Wendy LeBlanc und Patrick Mann Fachleute in Sachen Obstbau und Cider-Herstellung. Aus ihrer Wahlheimat in den USA, dem Staat Washington, haben sie einen großen Erfahrungsschatz mitgebracht: „Dort gibt es viel Obstbau, Apfelsaft ist dort eine große Industrie. Deshalb kommt ja auch die Cider-Bewegung aus Seattle. Das hat uns sehr inspiriert“, sagt Wendy LeBlanc.

Neben der Produktion ihres Ciders kümmern sich LeBlanc und Mann intensiv um die Vernetzung mit regionalen Obstproduzenten und dem Aufbau von Vermarktungswegen. Dass sich der Begriff „Cider“ im „Moschtländ“ noch nicht etabliert hat, ist gewiss auch noch eine Hürde, die die Unternehmer nehmen müssen. „Da ist in Deutschland noch viel Aufklärungsarbeit zu leisten“, sagt Patrick Mann. Er verbindet damit die Hoffnung, „dass die Craft-Welle auch hierher schwappt“. Mit dem sympathischen Paar kann man übrigens stundenlang über den biologischen Anbau ihres Obstes und die nachhaltige Produktion ihrer verschiedenen Cider sprechen. Darüber zu plaudern, wie viel Arbeit das Zweierteam in Ernte, Produktion und Vertrieb der diversen Cider steckt, macht Lust auf eine Kostprobe. Aber letztlich geht es schließlich nur darum, dass es schmeckt. Und völlig zurecht steht in der Bestätigung unserer Onlinebestellung für die jeweils köstlichen drei Flaschen perlenden Ciders von Wendy LeBlanc und Patrick Mann: „Enjoy!“



mehr zum Thema



Weitere Informationen unter

[1785cider.de](https://www.1785cider.de)

Neuer Start mit großem Kraftakt

Reik Schröder ist mit seiner Firma NIBERA Kunststoff GmbH jetzt in Deißlingen auf Expansionskurs



“ Ich arbeite hart, ich arbeite viel, aber ich will mit meinen Mitarbeitern Spaß dabei haben,

sagt Reik Schröder. Der 38-jährige „Randberliner“ gehört zu jenen Unternehmern, die mit ihrer ersten Firma tatsächlich in einer Garage begonnen haben. Von diesen Anfängen ist der dynamische Familienvater mittlerweile Lichtjahre entfernt. Er führt jetzt ein expandierendes Spritzgussunternehmen in Deißlingen. NIBERA Kunststoff GmbH heißt sein Betrieb, den er aus einer Insolvenz erworben und in kurzer Zeit wieder marktfähig gemacht hat.

Maik Schirling hält Schröder für ein exzellentes Beispiel einer gelungenen Gründung: „Er hat von Anfang an den Kontakt zur IHK und anderen entscheidenden Beratern gesucht, die ihn in der Phase der Gründung unterstützen können.“ Reik Schröder hat bereits bei einer IHK-Ausstellung mit Wirtschaftsminister Peter Altmaier in Rottweil auf sich und seine NIBERA Kunststoff GmbH aufmerksam gemacht. Er ist Mitglied im Technologieverbund „Technology Mountains“ und nutzt die Angebote der IHK zum Ausbau seiner bisherigen Tätigkeit. „Das unternehmerische Engagement von Herrn Schröder ist vorbildlich“, sagt IHK-Spezialist Maik Schirling.

Reik Schröder: Lehre als Kunststoffformgeber, Industriemeister und technischer Betriebswirt hat während seiner Laufbahn keine Gelegenheit ausgelassen, sich weiterzubilden. Viele Jahre war er etwa als Projektmanagement

und Vertriebsleiter international aktiv, aber die Vision von einer eigenen Firma ließ ihn nach eigenem Bekunden nie los. Da kam ihm die Information über ein insolventes Unternehmen in Schwenningen Ende 2018 gerade recht. In Nachtschichten schrieb er neben seiner damaligen Anstellung einen 130-Seiten starken Businessplan, stellte die entscheidenden Weichen und übernahm die Firma. Seit dem 1. Februar 2019 ist er nun Inhaber und Geschäftsführer.

Alle zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter habe er damals übernommen, sagt Schröder.

Mit seinem Team produziert er für die verschiedensten Branchen unter anderem für die Uhren-, Medizin-, Elektronikbranche und „Weiße Ware“. Sein Blick richtet sich allerdings deutlich in Richtung Expansion. Bis Juli vergangenen Jahres arbeiteten er und seine Kolleginnen und Kollegen im angemieteten Schwenninger Werksgebäude. Aber schon gleichzeitig stand mit dem Umzug in ein neues Firmendomizil in Deißlingen ein Kraftakt an: „Ich habe das Gebäude und Unternehmen aus einer Insolvenz gekauft.“ Da seien dann weitere Maschinen und Mitarbeiter hinzugekommen und die NIBERA arbeitete kurzzeitig parallel in zwei Werken. „Wir haben dann innerhalb von zwei Monaten Schwenningen mit 14 Maschinen komplett nach Deißlingen verlagert“, erklärt Reik Schröder, der seit 1. November ausschließlich dort mit einem Maschinenpark von heute produziert. Nach einer Bereinigung der Kundenstruktur und einer deutlich stärkeren Automatisierung sieht sich der Unternehmer derzeit auf dem richtigen Weg. „Wir haben jetzt den Break-Even geschafft“, so der 38-Jährige, der mit Lob an seiner Belegschaft nicht spart: „Ohne meine Mitarbeiter und dem Vertrauen der Kunden in uns, hätten wir das nicht geschafft, ALLE haben voll mitgezogen und sind die Basis unseres heutigen Erfolges.“

Sein Ziel klar vor Augen investiert Reik Schröder auch in die Ausbildung neuer Fachkräfte. „Das ist entscheidend“, erklärt der Familienvater. Hier kooperiert er eng mit der IHK. Und egal, ob seine Leute gerade zwei oder bis zu fünf Millionen Teile für Kunden produzieren, belohnt er sie mit einem sicheren Arbeitsplatz, flexiblen Arbeitszeiten und einem heutzutage nicht alltäglichen Betriebsklima. Eben getreu seinem Motto: „Die Arbeit muss auch Spaß machen.“

Fakten

- Unternehmensnachfolge ist eine weitere Möglichkeit der Gründung.
- Nutzung von Beratung und Netzwerken für den Ausbau des Unternehmens.
- Gründliche Businessplanung aufstellen.
- Weiterbildungsmöglichkeiten wahrnehmen.
- Bei Expansion: Anschaffung weiterer Maschinen, Räumlichkeiten und Mitarbeiter, hier: weitere Unternehmensübernahme.
- Bei Übernahme: Bereinigung der Kundenstruktur und stärkere Automatisierung andenken.
- Gutes Team ist sehr wertvoll: Ausbildung neuer Fachkräfte.
- Spaß an der Arbeit!

Ein wichtiger Schritt in die Selbstständigkeit

Tipps und Fakten zum Thema Gewerbebeanmeldung

Es ist eine denkbar schlechte Idee, mit einem neuen Auto ohne Nummernschild loszufahren. Analog verhält es sich, wenn man als Gründende ohne **Gewerbebeanmeldung** startet. Dazu besteht nämlich nach Paragraph 14 der **Gewerbeordnung** eine Verpflichtung. Wer sich als Unternehmerin oder Unternehmer behaupten will, für den ist das allerdings gewiss keine unüberwindbare Hürde. Die IHK-Gründerzeit fasst die wichtigsten Fakten zum Thema zusammen.

Die gute Nachricht gleich vorweg: Hierzulande herrscht **Gewerbefreiheit**. Jeder deutsche Staatsangehörige, EU-Bürger oder Menschen aus bestimmten sogenannten Drittstaaten können eine gewerbliche Tätigkeit aufnehmen. Die Herkunft oder die Ausbildung spielen dabei keine Rolle. Ausnahmen regelt das **Gewerberecht**. Davon sind etwa das Reise-, Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe sowie Versicherungs- und Finanzanlagenvermittler oder Immobilienmakler betroffen.

Solange ein Start-up noch in der Anfangsphase steckt, kann der Gedanke an die gewerbliche Anmeldung getrost noch etwas warten. Die muss nämlich erst erledigt werden, wenn der Gründende sein Gewerbe tatsächlich beginnt. Relevant sind dabei zum Beispiel die Geschäftseröffnung oder die aktive Kundenakquisition. Die Suche nach Geschäfts- oder Büroräumen muss dagegen noch nicht angezeigt werden.

Wenn es dann also so weit ist, führt der Weg des Gründenden direkt zum **Gewerbeamt** der zuständigen Stadt- oder Gemeindeverwaltung. Die Gewerbebeanmeldung dort ist gebührenpflichtig. Nach der erfolgreichen Anmeldung werden dann automatisch das Finanzamt, die Berufsgenossenschaft, die Industrie- und Handelskammer sowie die Handwerkskammer informiert. Vom **Finanzamt** erhalten Neugründende einen „**Fragebogen zur steuerlichen Erfassung**“. Darin sollten die Fragen zur Umsatz- und Ertragsprognose möglichst realistisch beantwortet werden, weil das Finanzamt anhand der Angaben eventuelle Vorauszahlungen festsetzt.

Keine Regel ohne Ausnahme: **Freie Berufe** müssen beim Gewerbeamt nicht angemeldet werden. Sie werden in Paragraph 18 des Einkommensteuergesetzes beschrieben. Darin werden etwa wissenschaftliche, künstlerische, schriftstellerische und unterrichtende Tätigkeiten aufgelistet. Aber auch die „**Katalogberufe**“ wie Ärzte, Anwälte, Steuerberater, Dolmetscher oder beratende Betriebswirte und Ingenieure sind nicht anmeldepflichtig. Im Zweifelsfall beraten die berufsständischen Vertretungen wie die Ärzte-, Rechtsanwalts- und Architektenkammern. Für Freiberufler empfiehlt sich die Expertise der Institute für Freie Berufe.

Ein guter Kontakt sind freilich auch immer die Expertinnen und Experten der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK). Die IHK kann auch bei Zuordnungsfragen von IHK, Handwerkskammer sowie den Freien Berufen unterstützen und Ansprechpersonen nennen.



mehr zum Thema



Weitere Informationen unter
[ihk.de/sbh/gewerbebeanmeldung](https://www.ihk.de/sbh/gewerbebeanmeldung)



Das richtige Gerüst zimmern

Die Gründerzeit erklärt die gängigsten Rechtsformen einer Gründung

OHG

GmbH

KG

AG

GbR

UG

Wollen Sie eine Firma gründen? Kennen Sie den Unterschied zwischen einem Einzelunternehmen, einer BGB-Gesellschaft, einer Kommanditgesellschaft oder einer offenen Handelsgesellschaft? Wenn dem nicht so ist, dann sind Sie gewiss nicht allein. Dennoch ist es wichtig, mit der richtigen Rechtsform das wirtschaftliche, rechtliche und steuerliche Gerüst für ein neues Unternehmen zu zimmern, weil dieses weitreichende Auswirkungen hat. Ein Patentrezept gibt es dafür nicht, aber die Gründerzeit stellt die gängigsten Varianten vor.

Eines gleich vorweg: Schnellschüsse verbieten sich bei diesem Thema! Sie sollten bei der Unternehmensgründung zunächst sehr genau hinterfragen, was für Sie und ihren zukünftigen Betrieb am wichtigsten ist. Dabei darf der Fokus niemals auf nur einen Aspekt, zum Beispiel steuerliche Erwägungen, gelegt werden. Wenn Sie nämlich die für Sie unpassende Rechtsform wählen, dann kommen womöglich – etwa durch Umfirmierung oder Umwandlung – rasch eigentlich vermeidbare Kosten auf Sie zu. Deshalb rät Maik Schirling, bei der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK) Experte für Existenzgründung und Unternehmensförderung, eindringlich:

„Da das Thema sehr komplex ist, sollten sich Gründende bei der Wahl der Rechtsform und des Firmennamens von der IHK beraten lassen. Nur so haben sie eine größere Gewähr, dass ihr Unternehmen mit der gewünschten Bezeichnung z. B. in das Handelsregister eingetragen werden kann.“

Nun aber zu den unterschiedlichen Varianten: Eine der gebräuchlichsten Rechtsformen ist das **Einzelunternehmen** oder die **Einzelfirma**. Sie hat den Vorteil, dem Inhaber ein hohes Maß an Eigenständigkeit zu bieten. So kann er alle Entscheidungen selbst treffen. Allerdings trägt er für die Konsequenzen auch die Verantwortung allein – ob für Gewinne oder Verluste! Die Haftung lässt sich also nicht beschränken und deshalb umfasst diese im Zweifelsfall das Privatvermögen des Inhabers. Kapital wird nicht benötigt, es reicht eine Gewerbeanmeldung beim zuständigen Rathaus.

Wer nicht als „Einzelkämpfer“ in die Selbstständigkeit starten möchte, für den gilt die **Gesellschaft bürgerlichen Rechts** (GbR beziehungsweise BGB-Gesellschaft) als eine recht einfache Möglichkeit zur Gründung. Wenn sich mindestens zwei Personen einem gemeinsamen unternehmerischen Ziel verpflichten, dann steht ihnen dieser Weg offen. Sie müssen etwa ihr Kapital und ihre Arbeitskraft in den Dienst des Unternehmens stellen. Da die Gesellschaftenden persönlich und unbeschränkt für ihre Verbindlichkeiten haften, raten Experten dringend zu einem Gesellschaftsvertrag. Darin sollte etwa die Höhe der Einlage jedes Gesellschaftenden oder die genaue Beschreibung des Geschäftsgegenstandes enthalten sein.

Auch die Rechtsform der **Offenen Handelsgesellschaft** (OHG) verlangt mindestens zwei Gesellschaftende. Hier gelten neben dem zwingenden Eintrag ins Handelsregister allerdings ganz klare, im Gesetz vorgeschriebene Ausgestaltungen. Bei dieser Variante haftet jeder Gesellschaftende uneingeschränkt mit seinem Privatvermögen. Eine Beschränkung ist nicht möglich! Außerdem muss als notwendiger Rechtsformzusatz „Offene Handelsgesellschaft“ oder „OHG“ als Firmenbezeichnung geführt werden. Das gilt insbesondere für Geschäftsbriefe und E-Mails.

Eine „Spielart“ der OHG ist die **Kommanditgesellschaft** (KG). Auch sie geht von mindestens zwei Gesellschaftenden aus, deren Befugnisse und Risikobeteiligungen unterschiedlich definiert werden können. Bei dieser Konstruktion steht auf der einen Seite eine persönlich haftende gesellschaftende Person (Komplementär) und auf der anderen Seite ein Kommanditist. Letztere haften allerdings nur mit ihrer Einlage. Es ist durchaus möglich, dass die persönlich haftende gesellschaftende Person auch eine GmbH ist. Dann muss der Rechtsformzusatz des Unternehmens „**GmbH & Co. KG**“ heißen.

Die genannte GmbH, also **Gesellschaft mit beschränkter Haftung**, ist demnach eine „juristische Person“, die mit dem Eintrag ins Handelsregister fixiert wird. Ein wesentlicher Unterschied zu anderen Rechtsformen ist der Umstand, dass bei dieser Konstruktion die Haftung auf das Geschäftsvermögen begrenzt ist. Eine persönliche Haftung für die Schulden der Firma trägt der Gesellschaftende also nicht. Dieser Vorteil relativiert sich aber, weil Banken in der Regel Kredite nur gegen zusätzliche Sicherheiten vergeben. Eine Geschäftsführerin oder ein Geschäftsführer muss die Gesellschaft nach außen vertreten. Zur Gründung einer GmbH ist ein Stammkapital von mindestens 25.000 Euro quasi als Eintrittskarte gesetzlich vorgeschrieben.

Wer sich noch nicht gleich an die Gründung einer GmbH wagen will, für den lohnt sich ein Blick auf die haftungsbeschränkte **Unternehmergesellschaft** (UG). Diese Variante gilt sozusagen als Einsteiger-Modell und eignet sich vor allem für Gründerinnen und Gründer, die einen geringen Kapitalbedarf für ihre Unternehmung haben. So muss zunächst lediglich das Stammkapital in Höhe von einem Euro (1 Euro, kein Tippfehler) in bar eingezahlt werden.

Für kleine Unternehmen eher nicht geeignet ist die Rechtsform der **Aktiengesellschaft** (AG). Das liegt an den recht strengen Regeln und den hohen Gründungskosten von mindestens 50.000 Euro als Grundkapital. Erforderlich sind außerdem eine Versammlung der Aktionäre sowie als Organe der Vorstand und der Aufsichtsrat als Überwachungsorgan. Gegenüber den Gläubigern haftet die AG nur mit ihrem Gesellschaftsvermögen.

mehr zum Thema 

Weitere Informationen unter
[ihk.de/sbh/rechtsformen](https://www.ihk.de/sbh/rechtsformen)

Fundierte Vorbereitung ist das A und O

Zur fundierten Vorbereitung erhalten Sie ein reichhaltiges Angebot an Informationsbroschüren und Merkblättern zu allen wesentlichen Themengebieten, die Existenzgründende beachten müssen. Darüber hinaus finden im Rahmen der Vorbereitungsphase einführende Existenzgründungsveranstaltungen und -sprechtage sowie Seminare statt, die Hilfestellung und Orientierung geben. Potenzielle Existenzgründende erhalten dadurch konkrete Entscheidungshilfen für die weitere Vorgehensweise. Ziel ist es, die Chancen und Risiken einer Selbstständigkeit aufzuzeigen – bei der die IHK auch in den Aufbaujahren begleitend zur Seite steht. Erstinformativgespräche und Informationsveranstaltungen sind das Fundament, auf das mit Businessplanung und mit einem Existenzgründersseminar der IHK Akademie aufgebaut werden kann.

Weitere Informationen finden Sie unter:

ihk.de/sbh/gruender

Seminar „Fit für die Existenzgründung“

Das Seminar richtet sich an all diejenigen, die sich mit der Selbstständigkeit befassen. Dabei stehen die Kernthemen der Gründung klar im Vordergrund. Für immer mehr Menschen stellt die Selbstständigkeit eine Alternative zur abhängigen Beschäftigung dar. Der Schritt in die Selbstständigkeit setzt jedoch vielfältige Überlegungen und Entscheidungen voraus und verpflichtet potenzielle Existenzgründende bereits im Vorfeld zu unternehmerischem Handeln.

Eine durchdachte Planung mit fundierter Marktrecherche und die Festlegung von Zielen helfen beim erfolgreichen Durchstarten. Die Erstellung eines schlüssigen Businessplans ist dabei eine der wichtigsten Aufgaben bei der Vorbereitung der Selbstständigkeit. Ziel des Seminars ist es, durch eine intensive Vorbereitung den Gründenden den Start in die Selbstständigkeit zu erleichtern und sie fit für die Existenzgründung zu machen.

Weitere Informationen finden Sie unter:

ihkakademie-sbh.de/weiterbildung/details/fit-fuer-die-existenzgruendung-vollzeit_113494

Startschuss Gründung

Gemeinsam mit der Handwerkskammer Konstanz bietet die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg in den Agenturen für Arbeit erste Informationsveranstaltungen an. In einem Vortrag werden beispielsweise Voll- und Nebenerwerb sowie Finanzierungs- und Zuschussmöglichkeiten vorgestellt. Sie können anhand der vermittelten Informationen abwägen, was für und was gegen das Existenzgründungsvorhaben spricht. Anmeldungen können im Veranstaltungskalender auf der IHK-Homepage entgegengenommen werden.

Weitere Informationen finden Sie unter:

ihk.de/sbh/startschuss-gruendung

Individuell beraten – Umfangreich geschult

Experten der L-Bank und Bürgschaftsbank bieten gemeinsam Gesprächstermine zu Finanzierungsfragen bei der Unternehmensgründung, -übernahme und -sicherung oder in Krisensituationen an.

Im Abstand von acht Wochen können nach Absprache individuelle Einzelberatungen vereinbart werden. Die Themen Rente und Rentenversicherung, aber auch zum Beispiel „Scheinselbstständigkeit“ stehen bei dem Sprechtag der Deutschen Rentenversicherung im Mittelpunkt. Dieses Angebot gilt sowohl für Existenzgründende als auch für bestehende Unternehmen. Steuerberater aus der Region widmen sich bei ihrem Sprechtag Steuerthemen. Ziel ist, eine weitere Meinung in der Gründungsphase und für Bestandsunternehmen einzuholen.

ihk.de/sbh/beratungsangebot-exi

Rathaussprechtage

Im Sinne eines dezentralen Servicegedankens und der Nähe zu ihren Mitgliedern geht die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg dorthin, wo konkreter Informationsbedarf besteht. Bei den so genannten Rathaussprechtagen können Erstgespräche für Gründungsinteressierte und Unternehmer geführt werden. Die Sprechstage finden regelmäßig in Oberndorf, Tuttlingen, Rottweil, Schramberg und Blumberg statt. Dabei können potenzielle Existenzgründende ihre Ideen und Fragen vorbringen, um im besten Fall bald auf eigenen beruflichen Füßen stehen zu können. Auf ein solches Erstgespräch kann dann mit umfassenderen Beratungsangeboten aufgebaut werden. Anmeldungen zu den Sprechtagen sind über die jeweiligen Rathäuser oder über die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg möglich.

ihk.de/sbh/beratungsangebot-exi

Dienstleistungen Ihrer IHK Schwarz- wald-Baar-Heuberg



Businessplan – Der ständige Begleiter

Nachdem Sie Ihre Idee in ein Konzept gegossen haben, lässt sich daraus – gerne mit Unterstützung der IHK – eine Businessplanung entwickeln. Sie dient in erster Linie dazu, die einzelnen Schritte zum Erfolg vor Augen zu haben und diese zu verfolgen.

Der Businessplan ist ein kontinuierlicher und anpassungsfähiger Begleiter. Um Transparenz zu schaffen ist es wichtig, Ihre Planung auch für Branchenfremde, Banken und Behörden, die Sie letztendlich bei Ihrem Vorhaben unterstützen werden, so nachvollziehbar wie möglich zu gestalten.

ihk.de/sbh/businessplan

Tragfähigkeitsprüfung

Durch die Stellungnahme auf Tragfähigkeit nach §93 Abs. 2 Nr. 2 SGB III erwirkt die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg, als neutrale Instanz, die Beurteilung darüber, ob das Vorhaben – gegebenenfalls in Verbindung mit Förderdarlehen und / oder Zuschüssen – Ihren Lebensunterhalt sichern kann. Die Stellungnahme wird oftmals in Verbindung mit dem Gründungszuschuss der Agentur für Arbeit angefragt.

ihk.de/sbh/tragfaehigkeitspruefung

Startercenter Südwest

Das Startercenter südwest ist von den südwestlichen Kammern IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg, IHK Hochrhein-Bodensee und IHK Südlicher Oberrhein ins Leben gerufen worden. Die Plattform soll Unternehmen und Gründungsinteressierten einen zusätzlichen Service schaffen – vor allem, indem sie mit wenigen Klicks viele relevante Daten abrufen können. Ziel der Initiative ist es, gebündeltes Wirtschaftswissen rund um die Themen Existenzgründung, Unternehmensförderung und Unternehmensnachfolge aus einer Hand zu offerieren. Ebenso stehen Finanzierungen und Förderprogramme im Fokus, unabhängig von der Unternehmensphase. Gemeinsame Veranstaltungen der Kammern werden über regionale Grenzen hinaus angeboten.



startercenter-suedwest.de

Jetzt ist Zeit für Veränderung

Das „Business Model Canvas“ und ein Plädoyer für Flexibilität

„Während die Welt angesichts der Corona-Pandemie seit vielen Monaten den Atem anhält, bieten solche unsicheren Zeiten den Unternehmen auch Chancen“, sagt Maik Schirling.

Er ist bei der Industrie- und Handelskammer Schwarzwald-Baar-Heuberg (IHK) Spezialist für Existenzgründung und Unternehmensförderung und der festen Überzeugung:

„Flexibilität war noch nie so wichtig wie jetzt. Wer Veränderungen erkennt, innovative Lösungen bietet und seine Geschäftsmodelle richtig anpasst, der kann auch jetzt erfolgreich am Markt bestehen oder starten.“

Als ein Instrument, um Gründende bei der Entwicklung und Überarbeitung ihrer innovativen und komplexen Geschäftsmodelle zu unterstützen, nennt IHK-Experte Maik Schirling das „Business Model Canvas“. Die Grundidee dazu hat der Schweizer Unternehmer Alexander Osterwalder erdacht. Im Kern geht es dabei darum, sich über die Analyse von Schlüsselfaktoren einen genauen Gesamtüberblick auf Geschäftsmodelle zu verschaffen – und diese gegebenenfalls zu verändern.

Das Geschäftsmodell eines jeden Unternehmers sollte nicht nur in Krisenzeiten, sondern generell in regelmäßigen Abständen geprüft werden, um es eventuell zu verändern oder weiterzuentwickeln.

Die Fragen, die „Canvas“ den Gründenden aufgibt, erscheinen teilweise sehr naheliegend. In der Summe ergibt deren Beantwortung aber ein recht detailliertes Bild darüber, wie es um den Zustand eines Start-ups/einer Gründung bestellt ist.

„In den Feldern werden zu jedem Schlüsselfaktor in Stichworten Ideen notiert. Durch dieses visuell unterstützte Vorgehen lassen sich viele Einzelideen zu einem Geschäftsmodell baukastenartig zusammenfügen und zueinander in Beziehung setzen, bis ein marktfähiges Modell gefunden ist“, wirbt etwa das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie für den Einsatz von „Canvas“.

Ansprechperson



Maik Schirling
☎ 07721 922-349
@ schirling@vs.ihk.de



“Flexibilität war noch nie so wichtig wie jetzt!”

Aber nun zurück zu den konkreten „Schlüsselfaktoren“. Da wären zum Beispiel die „Aktivitäten“. Denn um ein Produkt herzustellen oder eine Dienstleistung zu erbringen, bedarf es bestimmter **Tätigkeiten**. Die simple Frage lautet hier: Welche sind das? Um die Steigerung der Unternehmenseffektivität und das Verteilen von Risiken auf mehrere Beteiligte dreht es sich beim Punkt **„Partner“**. Also: Wer kommt als strategischer Partner in Frage?

Das **„Nutzen-Versprechen“** spielt bei allen Überlegungen ebenfalls eine ganz zentrale Rolle. Das Angebot soll schließlich neuer, besser, stylischer oder günstiger als das der Mitbewerber sein. Aus dieser ökonomischen Tatsache heraus ergibt sich zwingend die Frage: Welchen Nutzen haben Kunden, wenn sie mein Produkt oder meine Dienstleistung kaufen?

An dieser Stelle kommt folgerichtig die **„Kunden-Beziehung“** ins Spiel. Ob man seine Käuferinnen und Käufer etwa persönlich bedient oder im Internet anspricht, kann entscheidend sein. Deshalb: Wie können die in Frage kommenden Kunden gewonnen und gebunden werden?

Bleibt immer noch die nicht ganz unerhebliche Überlegung, wer eigentlich diese Kunden sind. Und so stellt sich rasch die Frage nach den **„Kunden-Arten“**: die Masse, eine Nische, diverse Kunden-Segmente? Die Suche nach der vielbeschworbenen „Zielgruppe“ ist kein leichtes Unterfangen. Selbst wenn man sie ausgemacht hat, müssen die ins Visier genommenen potenziellen Konsumenten von „ihrem Glück“ noch erfahren. Denn wenn sie von der neuen Idee nichts wissen, können sie sie auch nicht erwerben. Deshalb muss sich jeder Jungunternehmer die Fragen stellen: Wie erfahren Kunden von dem Angebot? Wie muss der Vertrieb aussehen?

Das „Business Model Canvas“ hält noch viele weitere Anregungen – etwa zu den Themen Schlüssel-Ressourcen, Kosten, Einnahmequellen, Team und Werte – bereit. Die lassen sich zum Beispiel bequem auf der Website [existenzgruender.de](https://www.existenzgruender.de) des Bundesministeriums für Wirtschaft nachlesen. Diverse Checklisten finden sich hier ebenfalls, die für Gründerinnen und Gründer hilfreich sein können. Für den IHK-Experten Maik Schirling sind solche Angebote wichtige Handreichungen für Unternehmerinnen und Unternehmer in einer unübersichtlichen Zeit:

„Es braucht Impulse, über Geschäftsmodelle nachzudenken und wie mit Veränderungen der Neustart aus der Krise gelingen kann.“

IHK-GründerNetzwerk

Optimale Ausrüstung für Ihr Unternehmen



Um mit einer Gründung erfolgreich zu sein, bedarf es oft mehr als nur einer guten Idee. Gerade jungen Unternehmen fehlt häufig noch die Erfahrung, um in einem hart umkämpften Markt zu bestehen. Hinzu kommen viele weitere Hürden, die während einer Selbstständigkeit zu meistern sind.

Damit Sie in den ersten Jahren auf dem Weg zu einem erfolgreichen Unternehmen nicht alleine sind, bietet die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg ein kostenfreies Netzwerk für Start-ups, Existenzgründende und Jungunternehmen aus allen Branchen an.

Dieses IHK-GründerNetzwerk soll helfen, Gründerinnen und Gründer zu vernetzen, den Erfahrungsaustausch zwischen ihnen zu fördern und ihren besonderen Informationsbedarf abzudecken. Außerdem trägt das IHK-GründerNetzwerk dazu bei, die Rahmenbedingungen für Gründende zu stärken und die Wahrnehmung der Region als Gründungsstandort weiter auszubauen.

mehr zum Thema



Nutzen Sie gerne weitere Informationen auf unserer Webseite sowie das Formular zur Anmeldung:

[ihk.de/sbh/gruendernetzwerk](https://www.ihk.de/sbh/gruendernetzwerk)

Larissa Kratt

☎ 07721 922-138

@ kratt@vs.ihk.de

Ihr Nutzen

- Informationsaustausch in lockerer Atmosphäre
- Zugang zu Tipps und Erfahrungsberichten anderer Gründender
- Neue Denkanstöße für die eigene Unternehmung
- Kennenlernen von Best-Practice-Beispielen in der Region
- Zugang zu neuem Expertenwissen durch Fachvorträge
- Gegenseitige Unterstützung bei Problemstellungen
- Erweiterung Ihres persönlichen Netzwerkes
- Gruppencoachings zu spannenden Gründerthemen

Unsere Voraussetzungen

- Sie sind Gründerin oder Gründer aus der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg
- Sie sind Mitglied der Industrie- und Handelskammer
- Sie melden sich über das Online-Formular an
- Sie haben Freude am gemeinsamen Austausch zu aktuell relevanten Themen der Gründungsszene



GründerNetzwerk-Treffen September 2019



Impressum

Als Industrie- und Handelskammer sind wir Dienstleisterin und Interessensvertretung für die Wirtschaftsregion – dies sind die zentralen Säulen unserer Selbstverwaltung. Wir vertreten das Gesamtinteresse der Wirtschaft – branchenübergreifend für die gesamte Region Schwarzwald-Baar-Heuberg. Dafür berücksichtigen wir die Erfahrungen und Interessen von rund 35.500 Unternehmen aus den Landkreisen Rottweil, Tuttlingen und dem Schwarzwald-Baar-Kreis sowie aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse.

Über diese Publikation

Die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg vertritt eine vielfältige Unternehmerschaft und ein komplexes Themenspektrum. Zur Gewährleistung der Verständlichkeit werden, wenn möglich, geschlechtsspezifische Formulierungen vermieden. Falls unumgänglich, wird die gebräuchlichste Bezeichnung verwendet.

Aktuelle Informationen zum Thema der Broschüre erhalten Sie unter www.ihk.de/sbh/gruenderzeit

Herausgeberin:

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg
vertreten durch den Hauptgeschäftsführer
Thomas Albiez
Romäusring 4
78050 Villingen-Schwenningen
☎ 07721 922-0
@ info@vs.ihk.de
🌐 ihk.de/sbh

Redaktion:

Maik Schirling
Unternehmensförderung
☎ 07721 922-349
@ schirling@vs.ihk.de

Gestaltung:

WAS WerbeAgentur
Saarlandstraße 38
78050 Villingen-Schwenningen
🌐 was-werbeagentur.de

Druck:

Stroh Druck
Oberhofenstraße 25
78652 Deißlingen
🌐 strohm-druck.de

Hinweis:

Alle Angaben wurden mit größter Sorgfalt erarbeitet und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen und externe Links übernimmt die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg keine Gewähr.

Bildnachweis:

Adobe Stock (S. 1, 6, 10, 12, 15, 16, 19, 21, 34, 38, 40, 42, 45, 47),
Michael Kienzler (S. 23, 24, 26, 28, 30, 32), IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg

© 2022 IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung der Herausgeberin.