

Bernhard Plum / Michael Gehrler

Existenzgründung für Hochschulabsolventen

Geschäftsidee, Business Plan, Fördermittel,
Kundenakquise, Crowdfunding

Inklusive
**Arbeits-
hilfen**
online

24

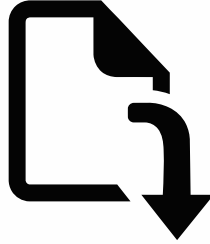
BUSINESS
PLAN

HAUFE.

Urheberrechtsinfo

Alle Inhalte dieses eBooks sind urheberrechtlich geschützt.

Die Herstellung und Verbreitung von Kopien ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.



Ihre Arbeitshilfen zum Download:

Die folgenden Arbeitshilfen stehen für Sie zum Download bereit:

Muster:

- GbR-Vertrag
- GmbH-Satzung
- Protokoll für die Gründung einer Einpersonengesellschaft
- Protokoll für die Gründung einer Mehrpersonengesellschaft
- Vertraulichkeitsvereinbarung
- Business-Model-Canvas
- Linkliste wichtiger Gründer-Adressen

Den Link sowie Ihren Zugangscode finden Sie am Buchende.

Existenzgründung für Hochschulabsolventen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Print: ISBN 978-3-648-07911-9 Bestell-Nr. 11008-0001

ePub: ISBN 978-3-648-07912-6 Bestell-Nr. 11008-0100

ePDF: ISBN 978-3-648-07913-3 Bestell-Nr. 11008-0150

Prof. Dr. Bernhard Plum / Prof. Dr. Michael Gehrler / Prof. Dr. Jürgen Schmidt

Existenzgründung für Hochschulabsolventen

1. Auflage 2016

© 2016 Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg

www.haufe.de

info@haufe.de

Produktmanagement: Jasmin Jallad

Lektorat: Cornelia Rüping, München

Satz: kühn & weyh Software GmbH, Satz und Medien, Freiburg

Umschlag: RED GmbH, Krailing

Druck: Beltz Bad Langensalza, Bad Langensalza

Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
1 Entschluss zur Selbstständigkeit	15
1.1 Motive für die Existenzgründung	15
1.1.1 Wirtschaftlicher Erfolg	15
1.1.2 Innovation	16
1.1.3 Unabhängigkeit	16
1.1.4 Anerkennung	16
1.1.5 Selbstverwirklichung	16
1.1.6 Rollenverhalten	17
1.2 Auslöser der Gründungsaktivität	17
1.2.1 Änderungen der äußeren Lebensumstände	18
1.2.2 Änderungen der inneren Lebensumstände	18
1.3 Unternehmerpersönlichkeit	18
1.3.1 Begriff des Entrepreneurs	19
1.3.2 Eigenschaften eines Entrepreneurs	19
1.4 Abwägung von Chancen und Risiken	21
1.4.1 Vor- und Nachteile einer selbstständigen Tätigkeit	21
1.4.2 Gründerszene in Deutschland	23
1.4.3 Persönliche SWOT-Analyse	26
1.4.4 Gründungsstrategie	32
1.5 Selbstständigkeit im Team	33
1.5.1 Vor- und Nachteile	33
1.5.2 Ideale Kombination	35
2 Entwicklung einer Geschäftsidee	37
2.1 Innovation	37
2.1.1 Einteilung von Technologien	37
2.1.2 Bedeutung des Neuheitsgrads	38
2.1.3 Überblick über neue Technologien	40
2.1.4 Vorgehensweise	41
2.2 Generieren von Ideen	42
2.2.1 Entdeckungsansätze	42
2.2.2 Entstehungsansätze	44
2.2.3 Kreativitätstechniken	55
2.3 Bewertung von Ideen	57
2.4 Konzeptionierung des Geschäftsmodells	58

2.4.1	Zielsetzung	59
2.4.2	Business-Model-Canvas	59
3	Erstellung eines Businessplans	65
3.1	Dienstleistungs-/Produktkonzept	69
3.1.1	Funktionalität	70
3.1.2	Qualität	70
3.1.3	Design	73
3.1.4	Verpackung	75
3.1.5	Markenname	78
3.1.6	Mehrwertdienste	80
3.1.7	Strategische Produktprogrammgestaltung	82
3.2	Kundennutzen	85
3.2.1	Das klassische Positionierungsmodell	87
3.2.2	Das Kano-Modell	89
3.2.3	Quality-Function-Deployment	90
3.3	Machbarkeit	94
3.3.1	Rahmenbedingungen einer Gründung	94
3.3.2	Interne Organisationsstruktur	96
3.3.3	Chancen-Risiken-Analyse	98
3.4	Marktforschung	101
3.4.1	Marktanalyse	101
3.4.2	Marktpotenzial	106
3.5	Wettbewerbsanalyse	110
3.6	Zielmarktbestimmung/Produktpositionierung	113
3.7	Marketingkonzept	115
3.7.1	Marketingziele	117
3.7.2	Marketingstrategien	118
3.7.3	Marketing-Mix	119
3.8	Geschäftsmodell	127
3.9	Standortwahl	127
4	Finanzierung	133
4.1	Unternehmensbewertung	134
4.1.1	Substanzwertverfahren	134
4.1.2	Ertragswertverfahren	134
4.1.3	Discounted-Cashflow-Verfahren (DCF-Verfahren)	137
4.1.4	Multiplikatorverfahren	139
4.2	Öffentliche Förderprogramme der Länder und des Bundes	141
4.2.1	Existenzgründungsgutscheine	141
4.2.2	EXIST-Gründerstipendium	142
4.2.3	Innovationsgutscheine	142

4.2.4	Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand ZIM	143
4.2.5	Banken	143
4.2.6	Staatliche Beteiligungsgesellschaften	144
4.3	Business-Angels	147
4.4	Family-Offices	147
4.5	Venture-Capital	147
4.6	Convertible Loans, Convertible Notes	149
4.7	Crowdfunding	149
4.8	Finanzierung der Future One GmbH	150
5	Geschäftsaufnahme	153
5.1	Markteinführung	154
5.2	Produktoptimierung	155
5.3	Auswahl von Partnern	156
5.3.1	Lieferanten	157
5.3.2	Vertriebspartner	158
5.4	Kundenakquise	159
5.5	Gründungsformalitäten	162
5.5.1	Abschluss des Gesellschaftsvertrags	162
5.5.2	Gesetzliche Anmeldungen und Erlaubnisse	164
5.5.3	Einholung behördlicher Genehmigungen	170
5.6	Domain-Registrierung	171
5.6.1	Top-Level-Domains	172
5.6.2	Deutsche Domain	173
5.6.3	Whois-Abfrage	173
5.7	Schutz des geistigen Eigentums	174
5.7.1	Vertraglicher Schutz	175
5.7.2	Patentrecht	176
5.7.3	Gebrauchsmusterrecht	182
5.7.4	Markenrecht	183
5.7.5	Designschutz	186
5.7.6	Urheberrecht	189
6	Hintergrundwissen	197
6.1	Betriebliches Rechnungswesen	197
6.2	Externes Rechnungswesen	197
6.2.1	Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung	197
6.2.2	Kapitalflussrechnung	206
6.2.3	Working Capital	209
6.2.4	Betriebswirtschaftliche Auswertungen (BWA) und Controlling	212

6.3	Internes Rechnungswesen	220
6.3.1	Kostenrechnung	220
6.3.2	Erfolgsrechnungen	238
6.3.3	Planungsrechnungen	239
6.3.4	Investitionsrechnungen	241
6.4	Wahl der Rechtsform	250
6.4.1	Allgemeine Merkmale	250
6.4.2	Einzelkaufmann	253
6.4.3	Freiberufler	253
6.4.4	Gesellschaft bürgerlichen Rechts	255
6.4.5	Offene Handelsgesellschaft	256
6.4.6	Kommanditgesellschaft	257
6.4.7	Partnerschaft	258
6.4.8	Gesellschaft mit beschränkter Haftung	260
6.4.9	Aktiengesellschaft	262
6.4.10	Steuerliche Aspekte	262
6.4.11	Steuerbelastungsvergleich	264
6.4.12	Weitere Aspekte	266
6.4.13	Gründerszene in Deutschland	267
	Literaturverzeichnis	269
	Abbildungsverzeichnis	273
	Abkürzungsverzeichnis	275
	Die Autoren	277
	Stichwortverzeichnis	279

Vorwort

Nach dem erfolgreichen Abschluss eines Studiums liebäugeln viele Studierende mit der Gründung eines eigenen Unternehmens. Die Ausgangspositionen sind nämlich häufig ausgesprochen gut.

Die Risikobereitschaft ist hoch

Die meisten Absolventen sind noch nicht familiär gebunden. Sie können es daher wagen, ohne Rücksicht auf andere Personen ihre eigenen Ziele zu verwirklichen. Außerdem haben sie, da sie noch keinen nennenswerten Besitzstand erwirtschaftet haben, außer ein wenig Zeit nichts zu verlieren. Selbst ein Scheitern schadet ihren beruflichen Zukunftsaussichten nicht – im Gegenteil: Die Erfahrungen, die sie bei der Existenzgründung machen, kommen ihnen später zugute und werden zumeist von Arbeitgebern geschätzt.

Die eigenen Lebensbedürfnisse sind niedrig

Der Kapitalbedarf für die persönliche Lebensführung der Absolventen ist gering. So wohnen sie häufig noch in ihrer Studentenwohnung, fahren einen Kleinwagen und essen in der Mensa. Da sie sich noch nicht an einen hohen Lebensstandard gewöhnt haben, stellen die finanziellen Einschränkungen in der Gründungsphase kein persönliches Problem dar.

Das fachliche Know-how ist auf dem aktuellen Stand

Im Rahmen ihres Studiums wurden die Absolventen regelmäßig mit den modernsten Technologien und Theorien konfrontiert. Regelmäßig haben sie diese sogar innerhalb von Projekten in die Praxis umsetzen können. Zudem ist der Kontakt zu Professoren und Kommilitonen noch lebendig. Ein Austausch über Ideen und Techniken ist daher problemlos möglich.

Der Weg von einer Idee zu einem erfolgreichen Unternehmen ist jedoch mit vielen Hindernissen und Unwägbarkeiten gepflastert. So scheitern viele Existenzgründungen trotz der hervorragenden Startbedingungen bereits in der Gründungsphase. Typische Ursachen sind beispielsweise:

Das über das fachspezifische Wissen hinausgehende notwendige Know-how fehlt

Häufig verfügen die Absolventen zwar über das zur Produktentwicklung notwendige Wissen, sie sind aber nicht in kaufmännischer, rechtlicher und steuerlicher Hinsicht geschult. Insbesondere fehlen meist die Grundlagen in Bezug auf die Finanzbuchhaltung, die Kostenrechnung und das Contract-Management.

Die psychische Belastbarkeit wird überschätzt

Die anfängliche Begeisterung schlägt mit der Zeit in Ernüchterung um. Insbesondere zerran häufig Probleme bei Produktentwicklung und Markteinführung an den Nerven. In Unternehmerteams kommt es außerdem wegen unterschiedlicher Zielsetzungen und Engagements zu internen Spannungen.

Der Wettbewerb wird unterschätzt

Wird ein Produkt noch nicht am Markt angeboten, steht manchmal die Schlussfolgerung im Raum, dass der Wettbewerb hieran kein Interesse hat. Die Konkurrenz reagiert aber oft sehr schnell auf Änderungen im Angebot und versucht dann, ihre bereits bestehende Bekanntheit und vorhandene Kundenbeziehungen zu nutzen.

Die notwendige Erfahrung und Reputation für die Kundenakquise fehlt

Wenn ein Produkt die notwendige Marktreife erlangt hat, muss es auch an den Kunden gebracht werden. Insoweit tun sich viele Absolventen schwer, da sie als Newcomer oft vor verschlossenen Türen stehen und nicht über die kommunikativen Fähigkeiten verfügen, um auf sich aufmerksam zu machen.

Es fehlt an Geld

Viele potenzielle Existenzgründer verwerfen ihre Geschäftsidee bereits im Vorfeld allein aufgrund fehlender finanzieller Mittel. Dabei übersehen sie die Möglichkeiten der öffentlichen Förderung – insbesondere durch EXIST-Gründerstipendien oder an den Hochschulen etablierte Maßnahmen – oder des neuartigen Crowdfunding.

Schritte bei der Unternehmensgründung

Dieses Fachbuch soll den Absolventen helfen, typische Fallstricke zu erkennen und zu überwinden. Auf Grundlage des aktuellen Stands in den Bereichen Entrepreneurship, Betriebswirtschaftslehre und Recht werden ihnen Methoden an die Hand gegeben, mit denen sie alle relevanten Aspekte der Existenzgründung bewältigen können.

Es folgt dabei den Schritten, die ein Unternehmensgründer in chronologischer Reihenfolge gehen sollte:¹

¹ Vgl. hierzu Jacobsen (2006)

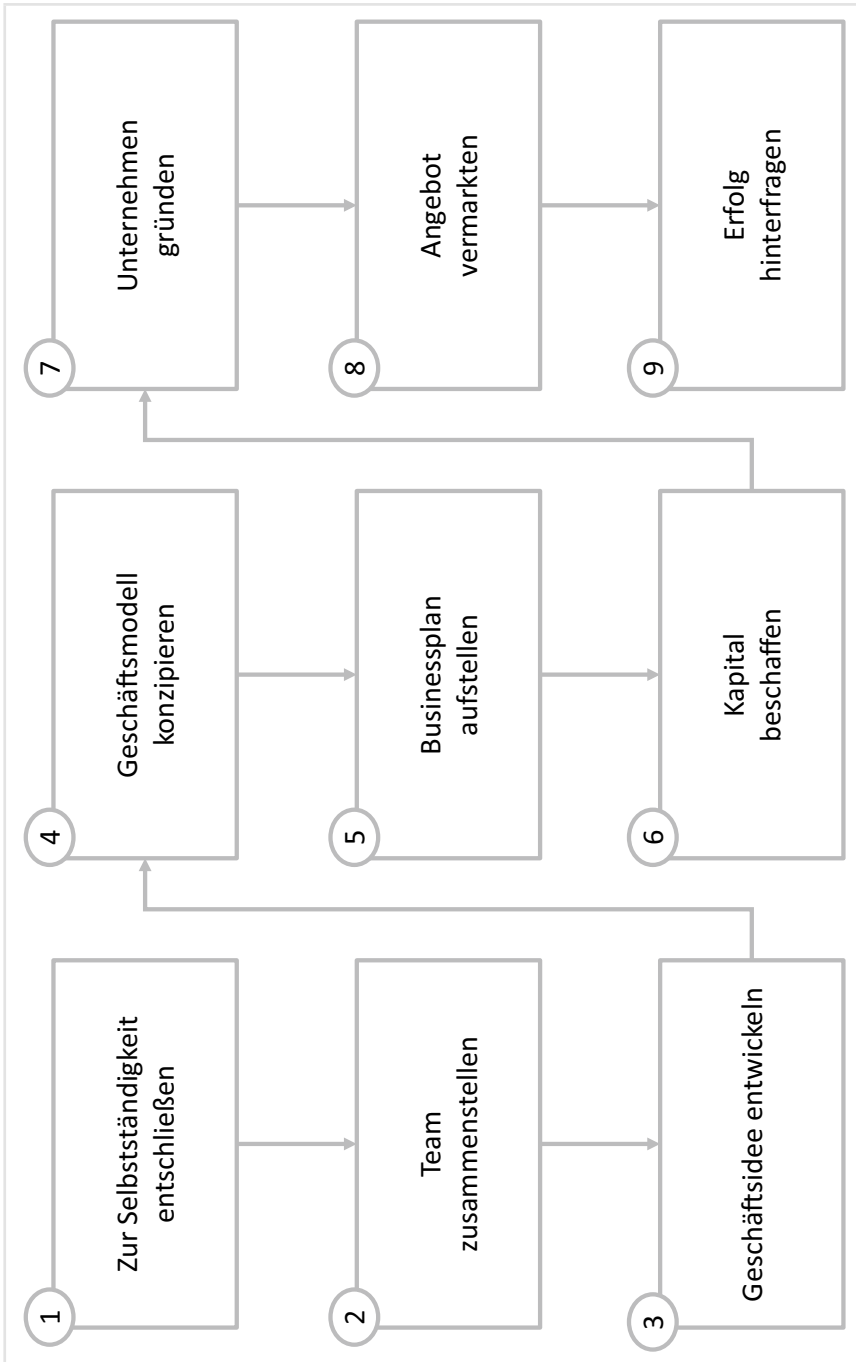


Abbildung 0.1: Neun Schritte zur Selbständigkeit