

## Faktoren für Ihre erfolgreiche Gründung

Kennen Sie alle Faktoren für eine erfolgreiche Existenzgründung?

Sie haben eine zündende Geschäftsidee. Sie sind begeistert und motiviert. Sie wollen auf eigenen Füßen stehen. Sie wollen Ihre Ideen umsetzen. Sie wollen finanziell unabhängig werden. Jedes Jahr scheitern fast 40.000 Unternehmer. Was machen die erfolgreichen eigentlich anders? Genau um dieses Geheimnis geht es in den nächsten Kapiteln, damit Ihnen es nicht wie den 40.000 anderen geht.

Kapitel 1: Bin ich eine Unternehmerpersönlichkeit und auch fachlich geeignet?

Kapitel 2: Was ist meine Geschäftsidee, was biete ich konkret an?

Kapitel 3: Welches ist die richtige Rechtsform für mein Unternehmen?

Kapitel 4: Welche Chancen und welche Risiken kommen auf mich zu?

Welche Stärken und Schwächen habe ich? (SWOT)

Kapitel 5: Kapitalbedarf: Wie viel Geld brauche ich?

Kapitel 6: Finanzierung: Und wo kommt das Geld her?

Kapitel 7: Wer sind meine Mitbewerber, was unterscheidet mich von ihnen?

Kapitel 8: Wer sind meine Kunden und wie erreiche ich sie?

Kapitel 9: Marketing

Kapitel 10: Controlling

Kapitel 11: Wie entwickeln sich Umsätze und Kosten? (Rentabilitätsvorschau)

Kapitel 12: Wie bleibe ich Zahlungsfähig? (Liquiditätsplanung)

Kapitel 13: Ab wann rechnet sich mein Unternehmen? (Break Even Point, ROI, BSC)

Kapitel 14: Welche Zuschüsse und Fördermittel gibt es?

© by Unternehmensberater | Torsten Schrimper | Dipl.- Kaufmann  
Kruppstraße 82 -100  
45145 Essen  
Telefon: 0201 | 520 38 62  
Telefax: 0201 | 520 38 63

[kontakt@torstenschrimper.de](mailto:kontakt@torstenschrimper.de)  
[www.torstenschrimper.de](http://www.torstenschrimper.de)

## Kapitel 1: Bin ich eine Unternehmerpersönlichkeit?

Prüfen Sie die folgenden Fragen und nehmen Sie sich dafür bitte genügend Zeit, denn es folgt eine Standortbestimmung Ihrer Persönlichkeit.

- Sind Sie in der Lage neue Ideen und neue Wege zu entwickeln?
- Sind Sie bereit deutlich mehr als 40 Stunden in der Woche zu arbeiten?
- Sind Sie auch unter Druck und Hektik weiterhin freundlich?
- Geben Sie auch beim dritten „Nein“ noch nicht auf?
- Können Sie damit leben, in diesem Monat nicht zu wissen, was Sie im nächsten verdienen?
- Haben Sie die Beharrlichkeit Ihre Idee konsequent umzusetzen, egal, was Freunde, Verwandte und Ihr Partner dazu sagen?
- Können Sie sich selbst disziplinieren, korrekt und professionell zu handeln?
- Wissen Sie, was eine Führungspersönlichkeit auszeichnet und können Sie das realisieren?

Wenn Sie ohne Einschränkung zu allen Fragen „Ja“ sagen können, sind Sie die geborene Unternehmerpersönlichkeit. Die Meisten, die ein Unternehmen gründen wollen besitzen am Anfang nicht alle Eigenschaften. Diese Eigenschaften sind erlernbar und in der Gründungsberatung werden Ihnen auch hierfür individuelle Wege aufgezeigt.

Warum sind diese Eigenschaften so wichtig?

Sie stehen am Anfang und müssen sich erst mal einen Kundenstamm aufbauen. Sie sind die Person, die das Unternehmen in Fahrt bringt. Ohne Ihren vollen Einsatz gibt es Ihr Unternehmen nicht, oder nicht so, dass es sich lohnt.

Wenn Sie sich erfolgreiche Unternehmen ansehen, werden Sie feststellen, dass alle diese Unternehmer über die geforderten Fähigkeiten verfügen.

Sind sie auch fachlich und kaufmännisch geeignet?

Wissen Sie, warum viele Betriebe in Zahlungsschwierigkeiten kommen?

Diesen Betrieben fehlt oft ein professionelles Rechnungswesen, das auch ein konsequentes Forderungsmanagement beinhaltet. Eine gute Finanzbuchhaltung kann wesentlich mehr, als nur einen Überblick über die Einnahmen und Ausgaben eines Unternehmens geben, wie z.B. das Mahnwesen.

Auch fehlt ein gewisses Grundwissen über steuerliche und rechtliche Pflichten, denn um in der Bundesrepublik ein Unternehmen zu gründen, gibt es viele gesetzliche Bestimmungen, welche eingehalten werden müssen. Ohne entsprechende Ausbildung oder Qualifikation ist eine Gründung in der Regel nicht möglich.

## Bin ich auch fachlich und kaufmännisch geeignet?

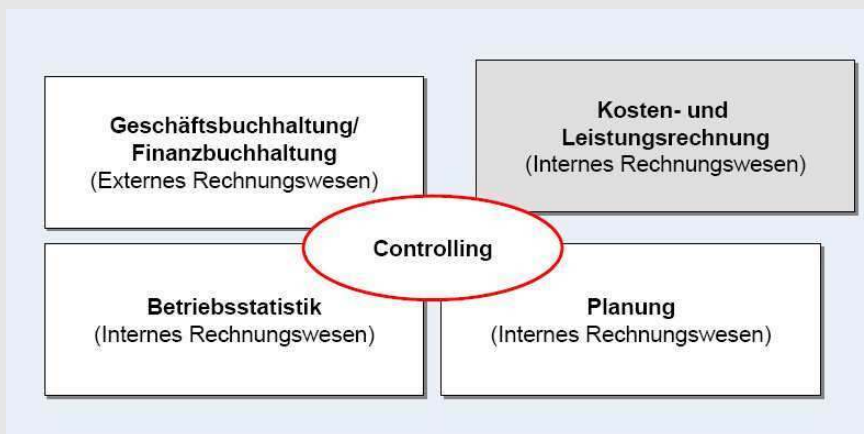
Die Kunden von Heute erwarten fachliche Qualifikation und Spitzenleistungen; dies ist mittlerweile schon selbstverständlich.

Was braucht man als Gründer noch, damit das eigene Unternehmen erfolgreich ist?

Ein ausgefeiltes Marketing... Wie vertreibe ich meine Produkte? Was glauben Sie, wie viele Kontakte Sie brauchen, um einen Kunden zu gewinnen und zu halten? 10, 100, 1000?

Wissen Sie, warum viele Betriebe in Zahlungsschwierigkeiten kommen? Diesen Betrieben fehlt oft ein professionelles Rechnungswesen, das auch ein konsequentes Forderungsmanagement beinhaltet.

Kennen Sie die Grundlagen des Rechnungswesens?



Kennen Sie auch Ihre steuerlichen und rechtlichen Pflichten?

Um in der Bundesrepublik ein Unternehmen zu gründen, gibt es viele gesetzliche Bestimmungen, die eingehalten werden müssen. Ohne entsprechende Ausbildung oder Qualifikation ist eine Gründung in der Regel nicht möglich.

## Kapitel 2 Geschäftsidee

Ihre Geschäftsidee ist das Fundament der Gründung. Eine gute Idee kann mehr Wert sein, als ein Leben harter Arbeit.

Was glauben Sie, zeichnet eine erfolgreiche Geschäftsidee aus? Muss sie immer etwas ganz Neues sein?

Bei den meisten erfolgreichen Geschäftsideen handelt es sich um bestehende Ideen. Diese wurden nur weiterentwickelt, verbessert oder auf neue Märkte übertragen.

Auch Sie können erfolgreiche Geschäftsideen gezielt erarbeiten. Hierfür gibt es folgende Informationsquellen:

- Publikumszeitschriften, Wirtschaftsmagazine
- Aktuelle Marktstudien vieler Marktforschungsinstitute (häufig kostenlos zum Download im Internet)
- Marketingfachzeitschriften
- Gründermessen, Internetinformationen
- Unternehmensnachfolgemessen
- Franchisingbörsen

Sie haben eine zündende Idee? Wie geht es weiter?

Um eine Idee in die Praxis umzusetzen, sollten Sie eine kurze Marktforschung durchführen: Was bedeutet das konkret?

Sprechen Sie zum Beispiel potenzielle Kunden an. Arbeiten Sie einen kleinen Fragebogen aus und fragen Sie 100 Menschen, was Sie von Ihrer Idee halten.

Damit Sie die Personen strukturiert befragen können, folgen einige konkrete Vorschläge:

- Können Sie dieses Produkt bzw. diese Dienstleistung gebrauchen?
- Würden Sie meinen Preis von XXX Euro bezahlen?
- Wenn „nein“: Welchen Preis würden Sie dafür akzeptieren?
- Welche ähnlichen Produkte bzw. Dienstleistungen kaufen Sie sonst?

Mindestens 45 Prozent der Befragten sollten auf Ihr Produkt und Ihren Preis positiv reagieren. Wenn nicht sollten Sie ggf. Ihr Angebot den Kaufgewohnheiten und Vorlieben der Kunden anpassen. Falls möglich: Passen Sie den Preis an.

## Kapitel 3: Rechtsformwahl

Von vielen Gründern wird der Aspekt der Rechtsform in der Bedeutung unterschätzt. Warum ist die richtige Rechtsform so wichtig?

Was sagen Ihnen die folgenden Begriffe? Haftung? Steuerbelastung? Kapitalbeschaffung? Anzahl der Gründer? Kosten der Gründung? Diese Faktoren spielen eine entscheidende Rolle für die Wahl der richtigen Rechtsform.

Die Rechtsformen werden in Personenunternehmen und Kapitalgesellschaften eingeteilt. Zudem gibt es auch noch Mischformen.

Typisch für Personenunternehmen ist, dass die Gesellschafter für die Schulden des Unternehmens mit ihrem persönlichen Vermögen haften. Die Gesellschafter müssen kein Mindestkapital aufbringen und sind darüber hinaus nicht nur Inhaber, sondern in der Regel auch Leiter ihres Unternehmens.

- Einzelunternehmung
- Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)
- Kommanditgesellschaft (KG)
- Offene Handelsgesellschaft (OHG)
- Partnerschaftsgesellschaft (PartG)
- GmbH & Co. KG.

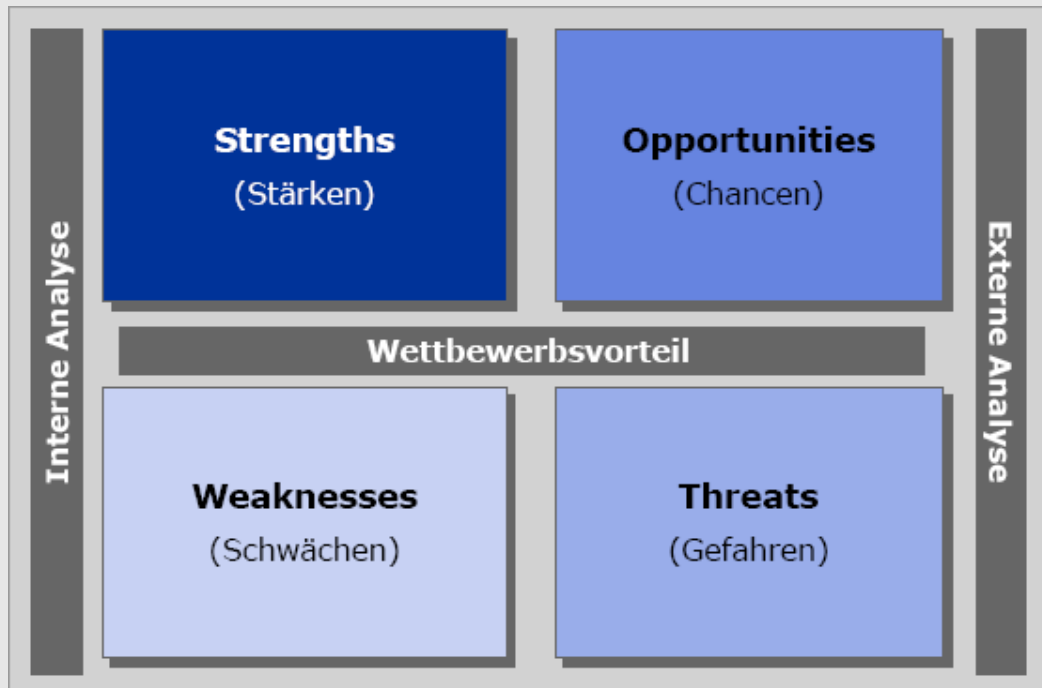
Die Haftungsbeschränkung ist ein wichtiger Grund für die Wahl einer Kapitalgesellschaft. Ihre Gesellschafter bzw. Aktionäre haften für geschäftliche Aktivitäten - mit Ausnahmen - nur in Höhe ihrer Einlage. Auch die notwendige Kapitalbeschaffung spielt eine Rolle. Gesellschafter bzw. Aktionäre können sich mit ihrem Kapital beteiligen.

- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- Aktiengesellschaft (AG)
- sowie die britische, aber auch hierzulande verbreitete genutzte
- Private Company Limited by Shares (Ltd.)

Gut, wenn Ihnen bei der Beantwortung dieser Fragen ein erfahrener Rechtsanwalt und Steuerberater zur Seite steht.

## Kapitel 4: **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, **T**hreats

Nach dem Sie sich mit Ihren persönlichen Voraussetzungen beschäftigt haben, geht es jetzt um Ihr Unternehmen.



Graphik: SWOT Analyse

Die SWOT-Analyse gilt als Konzept für eine systematische Situationsanalyse und umfasst zwei Dimensionen.

Die Chancen und Gefahren kommen von außen und ergeben sich aus Veränderungen im Markt, in der technologischen, sozialen oder ökologischen Umwelt. Die Umweltbedingungen sind für das Unternehmen vorgegeben. Als Unternehmer sollten Sie diese Veränderungen beobachten und oder besser noch antizipieren und darauf mit Strategieanpassung reagieren.

Die Stärken und Schwächen beziehen sich auf das Unternehmen selbst, ergeben sich also aus der Selbstbeobachtung des Unternehmens. Man spricht deshalb auch von der Umweltanalyse. Stärken und Schwächen produziert das Unternehmen selbst, es sind Eigenschaften des Unternehmens.

Stellt man diese Dimensionen in einer Matrix dar, werden zahlreiche Maßnahmen sichtbar, zum Beispiel wie ein Unternehmen seine Mission umsetzen, und wie es aus seinen Stärken klare Wettbewerbsvorteile erarbeiten kann.

## Kapitel 5: Kapitalbedarf

Wie viel Geld brauchen Sie für die Gründung?

Neben den einmaligen Gründungskosten, wie Investitionen ins Anlagevermögen, z.B. in Grundstücke, Gebäude, Einrichtung, Maschinen, Fahrzeuge, Gebühren... sind unbedingt auch die Anlaufkosten z.B. für die Werbung, Vorfinanzierung der ersten Aufträge, erster Warenbestand usw. zu bedenken. Notwendig ist auch eine Planungsreserve, die zusätzlich Sicherheit gibt. Auch die notwendigen Privatentnahmen sind bei der Kapitalbedarfsplanung von Bedeutung. Ein konkretes Beispiel für eine Physiotherapiepraxis:

Bezeichnung	Art	Anzahl	Preis	Summe
Behandlungsliegen	Afa 5 Jahre	4	1.000,00 €	4.000,00 €
Wärmebestrahlungsgeräte	Afa 5 Jahre	2	1.000,00 €	2.000,00 €
Wärmebestrahlungsgerät, Mobil	Afa 5 Jahre	1	250,00 €	250,00 €
Kurzzeituhren	GWG	2	10,00 €	20,00 €
Notrufanlage	Afa 5 Jahre	1	500,00 €	500,00 €
Sprossenwand	GWG	1	300,00 €	300,00 €
Therapiematte	GWG	1	100,00 €	100,00 €
Gymnastikhocker	GWG	2	60,00 €	120,00 €
Spiegel	GWG	1	200,00 €	200,00 €
elektrisches Wärmegerät	Afa 5 Jahre	1	3.000,00 €	3.000,00 €
Spezialerwärmungsgerät	Afa 5 Jahre	1	2.000,00 €	2.000,00 €
Laken, Tücher, Lagerungskissen,				
Polster und Decken	GWG	1	1.000,00 €	1.000,00 €
Patientenbestellbuch	GWG	1	50,00 €	50,00 €
Verbandschrank	GWG	1	50,00 €	50,00 €
Telefon	GWG	1	100,00 €	100,00 €
Telefax	GWG	1	250,00 €	250,00 €
Kopierer	Afa 5 Jahre	1	500,00 €	500,00 €
Tresen	Afa 5 Jahre	1	1.000,00 €	1.000,00 €
Aktenablage	Afa 5 Jahre	1	500,00 €	500,00 €
Gründungsberatung (Eigenanteil)	Aufwand	1	600,00 €	600,00 €
Eröffnungswerbung	Aufwand			2.000,00 €
Renovierung Praxis	Aufwand			4.000,00 €
Reserve	Aufwand			2.460,00 €
Anlaufkosten / Liquiditätsreserve				5.000,00 €
<b>Summe</b>				<b>30.000,00 €</b>

Investitionen führen zu Ausgaben. Manche Investitionen sind direkt Aufwand, andere Investitionen müssen auf die Zeit Ihrer betrieblichen Nutzung verteilt werden und führen so erst später zum Gewinn mindernden Aufwand.

Wie sieht Ihre konkrete Planung aus?

## Kapitel 6: Finanzierung

**Wussten Sie, dass für das Scheitern von Unternehmen zu 80 % Finanzierungs-  
mängel verantwortlich sind?**

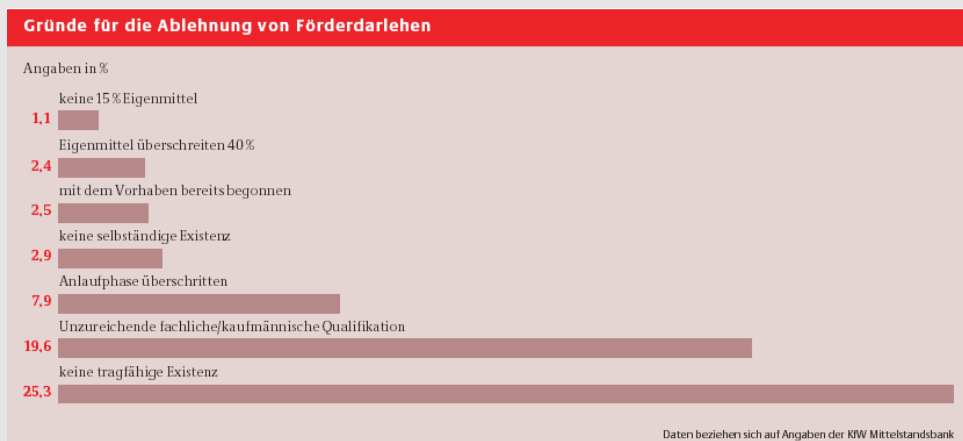
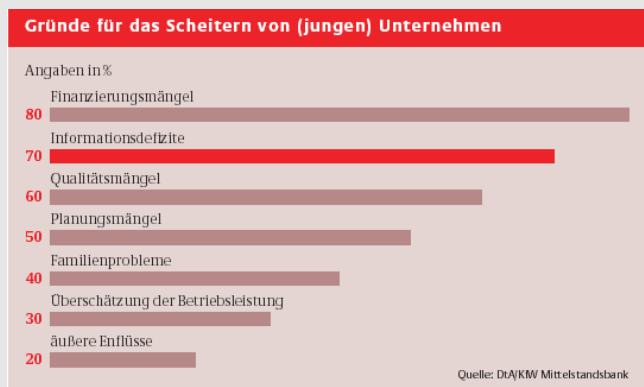
Daher sollten Sie bei der Realisierung der Gründungsidee einen Schwerpunkt auf die Finanzierung legen. Für Ihre Gründung werden Sie dafür in aller Regel Startkapital benötigen. Wie viel Geld brauchen Sie? Wie können sie es beschaffen? Gibt es geeignete öffentliche Förderprogramme und weitere Finanzierungsmöglichkeiten?

Bereiten Sie deshalb Ihre Finanzierungsgespräche besonders gut vor, damit Ihre Gesprächspartner Ihr Vorhaben genau einschätzen können. Denken Sie nach über:

Eigenkapital, Fremdkapital, Förderprogramme (Datenbank im Internet) Hausbank, KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau), Goldene Finanzierungsregel...

Was glauben Sie, sind die häufigsten Finanzierungsmängel?

- ◆ zu wenig Eigenkapital
- ◆ keine rechtzeitigen Verhandlungen mit der Hausbank
- ◆ Verwendung des Kontokorrentkredits zur Finanzierung von Investitionen
- ◆ hohe Schulden bei Lieferanten
- ◆ mangelhafte Planung des Kapitalbedarfs
- ◆ öffentliche Finanzierungshilfen nicht beantragt bzw. deren Tilgung nicht berücksichtigt
- ◆ finanzielle Überlastung durch scheinbar günstige Kredite





## Kapitel 7: Mitbewerber

Warum sollten die Kunden ausgerechnet bei Ihnen kaufen? Kennen Sie die „5A – Regel“ (Angenehm anders als alle Anderen)?

Hierfür benötigen Sie zunächst eine genaue Bestandsaufnahme über Ihre zukünftige Konkurrenten. Sie müssen wissen, was genau Ihre Kunden wünschen und was Ihnen Ihre Konkurrenten bereits anbieten.

- Wer sind Ihre Konkurrenten?
- Welchen besonderen Nutzen bieten sie den Kunden an?
- Wo sind Ihre Konkurrenten besser als Sie?
- Wo können Sie besser werden als Ihre Konkurrenten?

Einen Wettbewerbsvorteil können Sie sich beispielsweise da schaffen, wo Sie die "Schwächen" der Konkurrenz entdeckt haben.

Woher bekommen Sie nun die gewünschten Branchen - Informationen?

- Industrie- und Handelskammer, Handwerkskammer, Internet
- Fachverbände, Branchenbücher, Kreditinstitute, Statistische Ämter
- Branchenbücher, Richtsatzsammlung, Verlage (z.B. Hoppenstedt)
- Institut für Handelsforschung, Genius Datenbank ...

Was genau ist Ihr USP (Unique Selling Point)? Nur, wenn Sie im Denken der Kunden interessant sind, werden sie bei Ihnen kaufen.

## Kapitel 8: Kunden

Ohne Kunden - kein Geschäft. Wissen Sie, wie Ihre potentiellen Kunden denken und handeln?

Damit Sie als Gründer Erfolg haben, benötigen Sie unbedingt Informationen über Ihre potenzielle Kundschaft. Es reicht nicht aus, dass Sie selbst von der Qualität Ihres Angebots überzeugt sind. Ihr Angebot muss sich immer und in erster Linie an den Wünschen und Bedürfnissen Ihrer Kunden orientieren. Denn ein Kunde wird sich nur dann für Ihr Produkt entscheiden, wenn es bei ihm einen Bedarf dafür gibt, weil sie ihm einen Nutzen versprechen. Einen solchen Nutzen können Sie ihm aber nur dann anbieten, wenn Sie sich an den Wünschen und Bedürfnissen des Kunden orientieren.

Was erwarten Ihre Kunden?

- die Lösung für ein bestimmtes Problem? - einen technischen Nutzen?
- besonders gute Qualität? - einen günstigen Preis?
- ein besonderes Design? - ein Produkt mit einem bestimmten Image?
- ein umweltfreundliches Angebot? - ein gesundheitsförderndes Angebot?
- ein emotionales Erlebnis? - ein modisches Angebot?

Kunden kaufen dann bei Ihnen, wenn Sie ihnen im Vergleich zur Konkurrenz einen wichtigen Vorteil bieten, z.B. bei Ihren Angeboten, beim Preis, beim Standort Ihres Geschäfts oder beim Service. Diesen Vorteil müssen Sie "kultivieren". Dafür müssen Sie Ihre Kunden genau kennen. Klären Sie darum:

- Wie alt sind Ihre Kunden? - Welches Einkommen haben sie?
- Wo sind/kaufen Ihre Kunden? - Was kaufen Ihre Kunden bevorzugt

Damit Sie Ihre Zielgruppe für sich gewinnen können je nach Art des Unternehmens verschiedene Vertriebsinstrumente in Frage, zum Beispiel:

Handelsvertreter, Zeitungsanzeigen, Flyer, Direktmailing, Telefonverkauf (Call-Center), Tag der offenen Tür, Internetauftritt (Homepage, Mailing), Schaufenstergestaltung, Fachartikel...

## Kapitel 9: Marketing

### Wie schaffe ich es, dass meine Zielgruppe bei mir kauft?

Um diese Frage zu beantworten müssen sie einen Marketing- und Vertriebsplan erstellen. Dieser ist die Grundlage für den Verkaufserfolg eines jeden Unternehmens, egal wie groß.

Alle Maßnahmen des Marketings und des Vertriebes, sprich alle Wege und Schritte, die das Unternehmen gehen will, um an Kunden und Aufträge zu kommen, werden im Marketing- und Vertriebsplan genau dargestellt.

Fünf Schritte zum perfekten Marketingplan:

#### 1. Strategische Analyse

Zu den elementaren Grundlagen eines jeden Unternehmens gehört die strategische Analyse, diese besteht aus der Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse.

Um daraus eine Marketing-Strategie zu entwickeln muss man sich selbst zuerst ein paar Fragen beantworten:

- Welchen ganz konkreten Nutzen biete ich meinen Kunden?
- Welche Vorteile haben Kunden bei mir?
- Wer genau ist mein Kunde?  
Privatkunde: Alter, Beruf, Einkommen, Interessen  
Unternehmen: Branche, Größe, Markt, Region
- Was kann ich besser als andere Wettbewerber?
- Wo sind meine Stärken und Schwächen, wo lauern Chancen und Gefahren?  
(SWOT- Analyse)

Um diese Fragen zu beantworten sollte man sich ruhig Zeit nehmen, denn es geht um grundlegende Fragen, die Ihre ganzen Marketing-Aktionen beeinflussen.

#### 2. Zielsetzung

Der nächste Schritt ist nun die in Punkt eins festgelegte Marketing-Strategie in die Tat umzusetzen. Dafür sollten Marketing-Ziele für einen bestimmten Zeitraum festgelegt werden um sie nicht aus den Augen zu verlieren, denn nur wenn man ein Ziel vor Augen hat kann man sich den Weg bahnen.

Auch die Festlegung des Marketing-Budgets ist notwendig.

## 3. Strategiewahl

Die Strategiewahl hängt natürlich von den Zielsetzung ab um von A (Ist-Zustand) nach B (Soll-Zustand) zu gelangen.

Hierbei helfen Marketing-Maßnahmen wie zum Beispiel:

- Kleinanzeigen oder größere Anzeigen in Zeitschriften und Zeitungen
- Eintragung in Adressbücher und Branchenverzeichnissen
- Außenwerbung (Plakate, Flyer....)
- Werbung in E-Mail Newslettern oder Bannerwerbung
- Gewinnen von Vertriebspartnern, Handelsvertretern oder Vermarktern
- Eine eigene Website erstellen und Suchmaschinenmarketing betreiben
- Kostenlose Vorträge und Schnupperkurse anbieten
- Eintragung in kostenlosen und kostenpflichtigen Online-Marktplätzen
- Networking betreiben

Jede dieser Maßnahmen hat ihre Vor- und Nachteile, bezüglich der Kosten, Zielgruppengenauigkeit und Zeitaufwendung.

## 4. Strategieumsetzung

Um die Strategie umzusetzen braucht man in der Regel umfangreiche personelle und finanzielle Ressourcen, welche im Marketing-Budget geplant werden.

Doch wie plane ich das Budget?

**Budget nach Marketing-Zielen** heißt, dass hinter jedes Ziel das gesetzt wurde ein passender Betrag geschrieben wird. Danach werden Alle Beträge zusammengerechnet.

**Budget nach Umsatz** heißt, dass man sich den Umsatz des letzten Jahres ansieht und daraus das Budget auf die verschiedenen Marketing-Maßnahmen verteilt.

**Budget nach Neukunden** heißt auszurechnen, wie viel man in einen Neukunden investieren möchte. Diese Methode hat den Vorteil, dass man aus den Marketing-Zielen leicht eine konkrete Summe ableiten kann. Bsp. Sie wollen 20 Neukunden in diesem Monat und pro Neukunde 150 Euro ausgeben, dann ist Ihr Budget für diesen Monat  $150 \text{ Euro} \times 20 = 3000 \text{ Euro}$ .

## 5. Erfolgskontrolle

Ständige Erfolgskontrolle der Marketing-Maßnahmen ist eine zwingende Voraussetzung für ein verbessertes zukünftiges Marketing. Denn nur durch kontinuierliche Kontrolle kann man wertvolle Erfahrungen sammeln und diese je nach ihren Stärken effizient einsetzen.

## Kapitel 10: Erfolgsfaktor Controlling

**Ein kontinuierliches und zeitnahes Controlling gehört zu den zentralen Managementaufgaben eines jeden Unternehmers.**

Der Begriff Controlling mag zunächst abschreckend wirken. „Das ist nur etwas für Großbetriebe“, lautet ein häufiges Vorurteil. Das ist aber falsch: Controlling ist für jeden Unternehmer Pflicht!

Controlling ist **Chefsache**: Die Haltung „Dafür ist mein Tagesgeschäft keine Zeit“ haben schon viele Unternehmer teuer bezahlt.

Vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen fehlen aber häufig sowohl die personellen als auch die fachlichen Kapazitäten für ein eigenes Controlling. Gut, wenn Ihnen dann ein erfahrener Unternehmensberater zur Seite steht.

**Wichtig bei der Einführung des Controllings sind die folgenden Punkte:**

- **Controlling muss machbar sein**  
(im Mittelstand können wir uns in der Regel keine Controllerstäbe leisten)
- **Controlling muss bezahlbar sein**  
(maximaler Effekt bei minimalem Aufwand)
- **Controlling muss begreifbar sein**  
(„alles auf einem Blatt“)
- **Besser ein „einfaches“ Controlling,**  
aber dies effektiv, als ein „gigantisches Zahlenwerk“, das im Schrank verstaubt
- **Der Einstieg und der permanente Aufwand** für das Controlling müssen sich danach richten, wie viel **Zeit** zur Verfügung steht und/oder wie viel man dafür **bezahlen** will oder kann.

## Kapitel 11: Rentabilität

Wird Ihr Unternehmen langfristig genug Gewinn erwirtschaften?

Um diese Frage zu beantworten, hilft Ihnen die Rentabilitätsvorschau. Sie sollte für einen Zeitraum von fünf Jahren erstellt werden. Denn so lässt sich auch erkennen, ob nach anfänglichen tilgungsfreien Zeiten, die Darlehen zurückgezahlt werden können. Umsätze und Kosten sollten so geplant werden, dass ein späterer Soll/Ist Vergleich - möglichst mit Abweichungsanalyse - aus der Buchhaltung erstellt werden kann. Jede Kostenposition sollte deshalb direkt einem Konto im Standardkontenrahmen zugeordnet sein.

RentaS Ertragsvorschau	Jahr 2012	in v. H.	Jahr 2013	in v. H.	Jahr 2014	in v. H.	Jahr 2015	in v. H.	Jahr 2016	in v. H.
Gesamtumsatz	175.000	100,0%	377.000	100,0%	414.700	100,0%	456.170	100,0%	501.787	100,0%
Materialeinsatz	49.000	28,0%	105.560	28,0%	116.116	28,0%	127.728	28,0%	140.500	28,0%
<b>Rohertrag</b>	<b>126.000</b>	<b>72,0%</b>	<b>271.440</b>	<b>72,0%</b>	<b>298.584</b>	<b>72,0%</b>	<b>328.442</b>	<b>72,0%</b>	<b>361.287</b>	<b>72,0%</b>
Personalkosten	26.410	15,1%	99.624	26,4%	114.984	27,7%	117.036	25,7%	119.068	23,7%
Raumkosten, Energie	13.380	7,6%	18.000	4,8%	18.360	4,4%	18.720	4,1%	19.080	3,8%
Versicherungen, Beiträge	1.350	0,8%	1.920	0,5%	2.040	0,5%	2.160	0,5%	2.280	0,5%
Fahrzeugkosten	4.500	2,6%	6.120	1,6%	6.240	1,5%	6.360	1,4%	6.480	1,3%
Werbe- und Reisekosten	7.050	4,0%	4.710	1,2%	5.070	1,2%	5.430	1,2%	5.790	1,2%
Leasing										
Abschreibungen	4.050	2,3%	5.400	1,4%	5.400	1,3%	5.400	1,2%	5.400	1,1%
Betriebskosten	8.000	4,6%	5.040	1,3%	5.280	1,3%	5.520	1,2%	5.760	1,1%
Verwaltungskosten	8.680	5,0%	9.960	2,6%	10.680	2,6%	11.400	2,5%	12.120	2,4%
Verschiedene Kosten	1.350	0,8%	1.920	0,5%	2.040	0,5%	2.160	0,5%	2.280	0,5%
Gesamtkosten	74.770	42,7%	152.694	40,5%	170.094	41,0%	174.186	38,2%	178.258	35,5%
<b>Betriebsergebnis / EBIT</b>	<b>51.230</b>	<b>29%</b>	<b>118.746</b>	<b>31,5%</b>	<b>128.490</b>	<b>31,0%</b>	<b>154.256</b>	<b>33,8%</b>	<b>183.029</b>	<b>36,5%</b>
Zinsen u. ähnl. Erträge										
Zinsen u. ähnl. Aufwendungen	1.868	1,1%	2.344	0,6%	1.745	0,4%	1.120	0,2%	495	0,1%
Neutrales Ergebnis	-1.868	-1,1%	-2.344	-0,6%	-1.745	-0,4%	-1.120	-0,2%	-495	-0,1%
<b>Erg. d. gewl. Geschäftstätigkeit</b>	<b>49.362</b>	<b>28%</b>	<b>116.402</b>	<b>30,9%</b>	<b>126.745</b>	<b>30,6%</b>	<b>153.137</b>	<b>33,6%</b>	<b>182.534</b>	<b>36,4%</b>
Außerordentliches Ergebnis										
Summe Steuern	3.463	2,0%	12.802	3,4%	14.243	3,4%	17.919	3,9%	22.014	4,4%
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>45.899</b>	<b>26,2%</b>	<b>103.600</b>	<b>27,5%</b>	<b>112.502</b>	<b>27,1%</b>	<b>135.218</b>	<b>29,6%</b>	<b>160.520</b>	<b>32,0%</b>
Abschreibungen	4.050	2,3%	5.400	1,4%	5.400	1,3%	5.400	1,2%	5.400	1,1%
<b>Cash - Flow (DVFA /SG)</b>	<b>49.949</b>	<b>28,5%</b>	<b>109.000</b>	<b>28,9%</b>	<b>117.902</b>	<b>28,4%</b>	<b>140.618</b>	<b>30,8%</b>	<b>165.920</b>	<b>33,1%</b>
Zinsen u. ähnl. Aufwendungen	1.868	1,1%	2.344	0,6%	1.745	0,4%	1.120	0,2%	495	0,1%
Erweiterter Cash- Flow	51.817	29,6%	111.344	29,5%	119.647	28,9%	141.737	31,1%	166.415	33,2%
Summe 'private' Steuern	5.160	2,9%	22.111	5,9%	25.318	6,1%	33.504	7,3%	42.619	8,5%
Privatbereich	27.320	15,6%	52.231	13,9%	56.038	13,5%	64.944	14,2%	74.779	14,9%
Kapitaldienstgrenze	24.496	14,0%	59.113	15,7%	63.609	15,3%	76.793	16,8%	91.635	18,3%
Tilgungsleistungen			9.375	2,5%	12.500	3,0%	12.500	2,7%	12.500	2,5%
Zinsen u. ähnl. Aufwendungen	1.868	1,1%	2.344	0,6%	1.745	0,4%	1.120	0,2%	495	0,1%
<b>Über / Unterdeckung</b>	<b>22.628</b>	<b>12,9%</b>	<b>47.394</b>	<b>12,6%</b>	<b>49.364</b>	<b>11,9%</b>	<b>63.173</b>	<b>13,8%</b>	<b>78.640</b>	<b>15,7%</b>

Natürlich beinhaltet eine gute Rentabilitätsplanung auch Aussagen über die Gewerbesteuer, Körperschaftsteuer und ggf. im Privatbereich die Einkommenssteuer. Damit ist der erste Schritt zum unbedingt notwendigen Controlling schon getan. Es reicht aber nicht aus, nur eine 5 Jahresübersicht zu erstellen, vielmehr ist es notwendig, auch über eine **monatliche Planung** zu verfügen, denn erst dann ist es möglich, auch die Liquidität zu planen.

## Kapitel 12: Liquiditätsplanung

Wie bleibe ich zahlungsfähig?

Wann können Sie mit konkreten Geldeingängen rechnen? Zwischen Auftragserteilung, Abwicklung und Zahlungseingang gehen je nach Art des Unternehmens einige Tage oder manchmal auch Wochen ins Land. Ihre Ausgaben sind hingegen in aller Regel sofort fällig. Wie wirkt sich dies und bspw. die Umsatzsteuer auf die Zahlungsfähigkeit aus? Sind schon Tilgungsleistungen zu erbringen und wie hoch sind diese voraussichtlich? Wie hoch sollte Ihr Kontokorrent sein? Antworten auf diese Fragen gibt Ihnen Ihr Liquiditätsplan:

RentaS Liquiditätsplanung grob	Jan. 12	Feb. 12	Mrz. 12	Apr. 12	Mai. 12	Jun. 12	Jul. 12	Aug. 12	Sep. 12	Okt. 12	Nov. 12	Dez. 12	Jahr 2012
<b>Bankkonten:</b>													
Vortrag					11.557	10.700	9.574	15.323	17.114	17.890	24.041	30.878	35.703
Bank													
Kasse				2.500									
<b>Summe Bankkonten</b>				<b>2.500</b>	<b>11.557</b>	<b>10.700</b>	<b>9.574</b>	<b>15.323</b>	<b>17.114</b>	<b>17.890</b>	<b>24.041</b>	<b>30.878</b>	<b>35.703</b>
<b>Einzahlungen aus:</b>													
Umsätze				6.000	13.000	16.000	18.500	20.000	22.500	23.500	26.500	22.000	168.000
Umsatzsteuer				2.280	2.660	3.420	3.610	3.990	4.560	4.370	5.700	2.660	33.250
Forderungen, sonstige													
Darlehenszugang				50.000									50.000
<b>Summe Einzahlungen</b>				<b>58.280</b>	<b>15.660</b>	<b>19.420</b>	<b>22.110</b>	<b>23.990</b>	<b>27.060</b>	<b>27.870</b>	<b>32.200</b>	<b>24.660</b>	<b>251.250</b>
<b>Auszahlungen:</b>													
Materialeinsatz				4.860	3.920	5.040	5.320	5.880	6.720	6.440	8.400	3.920	50.500
Personalkosten					1.040	1.040	1.040	4.658	4.658	4.658	4.658	4.658	26.410
Raumkosten, Energie				1.420	2.020	1.420	1.420	1.420	1.420	1.420	1.420	1.420	13.380
Versicherungen, Beiträge				150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.350
Fahrzeugkosten				500	500	500	500	500	500	500	500	500	4.500
Werbe- und Reisekosten				50	2.000	850	850	350	1.900	350	350	350	7.050
Leasing													
Betriebskosten				3.100	100	2.400	400	400	400	400	400	400	8.000
Verwaltungskosten				2.120	770	770	770	1.170	770	770	770	770	8.680
Verschiedene Kosten				150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.350
Zinsen u. ähnl. Aufwendungen				201	208	208	208	208	208	208	208	208	1.868
Summe Steuern					1.154			1.154			1.154		3.463
Außerordentlicher Aufwand													
Tilgungsleistungen													
Privatbereich				2.480	2.460	5.040	2.460	2.460	5.040	2.460	2.460	2.460	27.320
<b>Zwischensumme</b>				<b>15.031</b>	<b>14.473</b>	<b>17.569</b>	<b>13.268</b>	<b>18.501</b>	<b>21.917</b>	<b>17.506</b>	<b>20.621</b>	<b>14.986</b>	<b>153.872</b>
Vorsteuer				2.062	1.826	2.143	1.816	1.904	2.282	1.934	2.307	1.455	17.729
USt, Zahllast / Erstattung					219	834	1.277	1.794	2.086	2.278	2.436	3.393	14.317
VSt aus Investition				5.130									5.130
Ausschüttungen													
Investitionen				27.000									27.000
<b>Zwischensumme</b>				<b>34.192</b>	<b>2.044</b>	<b>2.977</b>	<b>3.093</b>	<b>3.697</b>	<b>4.368</b>	<b>4.212</b>	<b>4.742</b>	<b>4.849</b>	<b>64.175</b>
<b>Summe Auszahlungen</b>				<b>49.223</b>	<b>16.517</b>	<b>20.546</b>	<b>16.362</b>	<b>22.198</b>	<b>26.285</b>	<b>21.719</b>	<b>25.363</b>	<b>19.835</b>	<b>216.547</b>
Einzahlungen-Auszahlungen				9.057	-857	-1.126	5.748	1.792	775	6.151	6.837	4.825	34.703
Liquidität Ende des Monats				11.557	10.700	9.574	15.323	17.114	17.890	24.041	30.878	35.703	35.703
Kreditlinie													
Potenzielle Liquidität				11.557	10.700	9.574	15.323	17.114	17.890	24.041	30.878	35.703	35.703

Übrigens: Ein Großteil aller Insolvenzen von Jungunternehmern in den kritischen ersten fünf Jahren geht auf Liquiditätsprobleme zurück. Der Grund dafür ist oft, dass die Unternehmer den Kapitalbedarf in der Gründungsphase falsch eingeschätzt haben.

## Kapitel 13: BEP/ ROI/ BSC

### Break Even Point: Wann rechnet sich mein Unternehmen?

Warum sollten Sie als Gründer etwas über den **Break Even Point** (BEP) wissen? Was ist der Break Even Point überhaupt? Wissen sie ab wann Ihr Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich ist?

Sie haben verschiedene Kunden in Aussicht, Sie erwarten einen Umsatz von 50.000 €. Wissen Sie, ab wann Ihr Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich ist? Sie haben viele Kosten, angefangen vom Wareneinsatz, über Personal- und Raumkosten, Steuern, etc...

Um betriebswirtschaftlich zu berechnen, ab wann ein Unternehmen sich trägt, gibt es graphische und mathematische Methoden. Die Höhe der variablen und fixen Kosten kann einer detaillierten Unternehmensplanung entnommen werden.

Ziel ist es den Umsatz zu erkennen, der mindestens erreicht werden muss, um die gesamten Kosten zu decken. Hierbei sollte aber nicht vergessen werden, dass über die Kosten hinaus ein Gewinn zu erwirtschaften ist, aus dem die Privatentnahmen und Tilgungen zu bestreiten sind.

### Return On Investment:

Der Begriff **Return On Investment** (Gesamtkapitalrentabilität, kurz ROI) bezeichnet eine Kennzahl, die Auskunft über die erwirtschaftete Kapitalverzinsung in einer Periode gibt.

Der ROI beschreibt als Oberbegriff für Renditekennzahlen sowohl die Eigenkapitalrendite als auch die Gesamtkapitalrendite.

Ziel ist es, den Gewinn in ein Verhältnis zu den Investitionen eines Unternehmens zu setzen.

### Balanced Scorecard:

Die **Balanced Scorecard** dient als Führungsinstrument zur Ausrichtung der Unternehmung and strategischen Zielen in den unterschiedlichen Perspektiven (Finanzen, Kunden, Prozesse, Mitarbeiter).

Im Gegensatz zu Unternehmensleitbildern und anderen unscharfen Formulierungen versucht die Balanced Scorecard die Erreichung von strategischen Zielen messbar und über die Ableitung von Maßnahmen umsetzbar zu machen.



## Kapitel 14: Zuschüsse und Fördermittel

Hätten Sie gedacht, dass es viele Möglichkeiten zur Förderung Ihrer Gründung gibt?

Die folgenden Organisationen fördern meine Beratung:

- Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle
- Rationalisierungskuratorium der Deutschen Wirtschaft (RKW)
- Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung (gib)
- Arbeitsagenturen / Jobcenter
- KfW (Gründercoaching Deutschland)
- ...

Natürlich sind bei diesen Institutionen nur seriöse und qualifizierte Berater zugelassen.

Gerade, wenn es um Finanzen und um die eigene Zukunft geht, ist es gut zu wissen, die optimale Beratung gefunden zu haben. Denn Sie wollen zu den 20 Prozent der Unternehmer gehören, die an der Spitze liegen.

Haben Sie Geld zu verschenken? Wussten Sie, dass Ihre Gründungsberatung bis zu 100 Prozent gefördert werden kann?

Welche konkreten Fördermöglichkeiten für Sie bestehen, können Sie in einem kostenlosen Erstgespräch mit mir persönlich klären.

Wann sind Sie soweit, Ihren Wünschen konkrete Handlungen folgen zu lassen?

Nehmen Sie die Herausforderung Existenzgründung an?