

# 01 Gründerleitfaden

Stationen auf dem Weg in die Selbstständigkeit



# Life Sciences in Baden-Württemberg



Baden-Württemberg ist die innovativste Region Europas. 4,2 Prozent des Bruttoinlandsprodukts werden hier in Forschung und Entwicklung investiert. Das sind die Fakten für das Jahr 2008. Mit seiner facettenreichen, besonders leistungsstarken Forschung in der Biotechnologie und den Lebenswissenschaften besitzt Baden-Württemberg eine einzigartige Trumpfkarte für deren wirtschaftliche Entwicklung.

Die Biotechnologie als innovative Querschnittstechnologie trägt nachhaltig zur positiven Entwicklung des gesamten Life-Sciences-Sektors bei. Maßgeblich wird der Fortschritt in der Medizin, der pharmazeutischen Industrie, im Agrarbereich oder auch in der Medizintechnik hiervon beeinflusst. Und auch in Bereichen der klassischen Industrien kann durch gemeinschaftliche Entwicklungen ein hohes Innovationspotenzial generiert werden.

## **BIOPRO BADEN-WÜRTTEMBERG**

Zur Förderung der Biotechnologie gründete die Landesregierung in Baden-Württemberg Ende 2002 die BIOPRO Baden-Württemberg GmbH als 100-prozentige Landesgesellschaft mit Sitz in Stuttgart. Als strategischer Partner der Life-Sciences-Branche unterstützen wir Forschungseinrichtungen und Unternehmen zielgerichtet. Aufgabe der BIOPRO Baden-Württemberg GmbH ist es, als zentrale Anlaufstelle unseren Standort national und international optimal zu positionieren und zukunftsorientiert weiter zu entwickeln. Spezifisch angelegte Wirtschaftsfördermaßnahmen helfen, Know-how und Arbeitsplätze im Land zu sichern und das große Potenzial der innovativen Forschung in die Wirtschaft zu transferieren. Die breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit der BIOPRO Baden-Württemberg GmbH informiert umfassend über Forschungseinrichtungen und Unternehmen der Biotechnologie- und Life-Sciences-Branche.

# Liebe Leser,



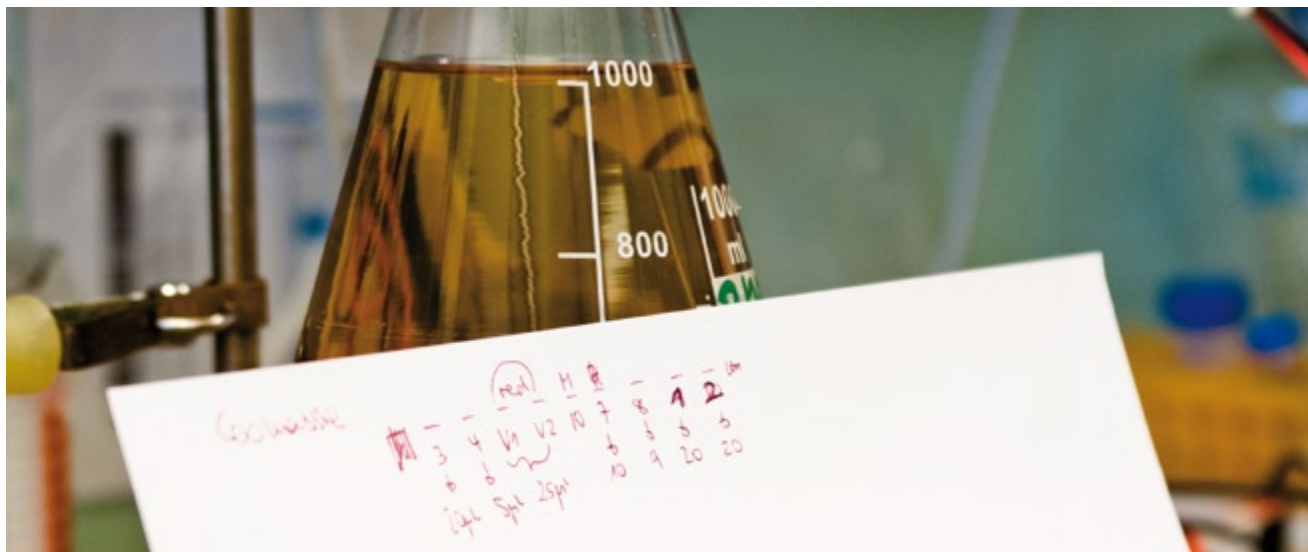
der Weg in die Selbstständigkeit ist eine gute Möglichkeit, innovative Ideen aus dem Life-Sciences-Bereich in Produkte und Dienstleistungen umzusetzen. Auf diesem Weg berät und begleitet sie die BIOPRO Baden-Württemberg, der zentrale Ansprechpartner für alle Belange der Life Sciences, in vielfältiger Weise. Aber zu allererst müssen sie sich selbst über ihr Vorhaben, ihre Wünsche und Möglichkeiten im Klaren sein. Dabei kann sie unser Gründerhandbuch unterstützen, das Ihnen umfassende Informationen zur Hand gibt, wie Sie Ihr Gründungsvorhaben entwickeln können, wo Sie Unterstützung finden und was Sie beachten müssen.

Das vorliegende Gründerhandbuch richtet sich zu allererst an Gründerinnen und Gründer im Umfeld der Life-Sciences-Branche. Doch viele Prozesse verlaufen bei Gründungen in anderen Hochtechnologiebereichen vergleichbar, so dass das Buch auch hier interessante Einblicke liefern kann. Bei Querverweisen und weiterführenden Links liegt der Schwerpunkt auf baden-württembergischen Institutionen, doch auch hier finden sich viele Hinweise auf bundesweit gültige Quellen.

Das Gründerhandbuch ist gegliedert in drei Bereiche. Im ersten Teil, dem **GRÜNDERLEITFADEN**, bieten wir Ihnen eine umfassende Übersicht über alle wichtigen Meilensteine im Gründungsprozess. Im zweiten Teil, dem **GRÜNDERKOMPASS**, stellen sich Organisationen und Institutionen vor, die Hilfestellung und Beratung für Gründer anbieten. Des Weiteren werden interessante Fördermöglichkeiten und -programme vorgestellt. Der dritte Teil ist dem Thema Businessplan vorbehalten. Im **BUSINESSPLANHANDBUCH** werden Aufbau und Erstellung dieses wichtigsten Dokuments im Rahmen der Gründung ausführlich erläutert.

Die BIOPRO Baden-Württemberg wünscht Ihnen viel Erfolg mit Ihrem Gründungsvorhaben.

Dr. Ralf Kindervater  
Geschäftsführung der BIOPRO Baden-Württemberg GmbH



Eine Unternehmungsgründung will gut vorbereitet sein. Die meisten Gründer begeben sich damit auf unbekanntes Terrain. Mit dem vorliegenden Gründerleitfaden wollen wir Ihnen einen „Fahrplan“ an die Hand geben, der

- einen Überblick der Phasen und Schritte einer Unternehmensgründung (Etappen und Stationen) liefert,
- die wichtigsten Stationen auf Ihrem Gründungsweg kurz und knapp beschreibt,
- Ihnen Ansprechpartner und Beratungs-/Unterstützungsangebote in den jeweiligen Etappen nennt und
- auf weiterführende Informationen zu jeder Station weist.

Jedes Gründungsvorhaben ist in gewisser Weise einzigartig. Die folgende Anordnung der Stationen dient als Orientierung dafür, in welcher Reihenfolge Sie welche Punkte bearbeiten sollten. Je mehr Ihre Idee reift und je näher Sie dem Ziel der operativen Gründung kommen, desto mehr Aspekte werden Sie parallel bearbeiten müssen. Zwischen den verschiedenen Etappen und Stationen bestehen Interdependenzen. Je konkreter Sie Ihre Idee ausgestalten und je mehr Informationen sich zu einem Ganzen zusammenfügen, desto stärker müssen Sie darauf achten, dass Entscheidungen in einer Station unter Umständen eine Anpassung an anderer Stelle erfordern. Ist ein bestimmter Aspekt für Ihren individuellen Fall irrelevant, fahren Sie eine Station weiter und widmen sich dem nächsten.

Eine Übersicht gibt Ihnen der Gründerfahrplan in Kapitel 1. Er gilt jederzeit und überall. Er dient zur ersten Orientierung und kann als Inhaltsverzeichnis genutzt werden. Bei den jeweiligen Erläuterungen finden Sie am Ende jeder Station Literaturtipps, Links und Tools, anhand derer Sie im Internet Ihre Gründung weiter vorbereiten, prüfen und ausarbeiten können, sowie Hinweise zu Anlaufstellen und Ansprechpartnern. Der Schwerpunkt liegt dabei auf baden-württembergischen Institutionen, aber auch ausgewählte bundesweit operierende Stellen wurden berücksichtigt. Die Links wurden von uns sorgfältig ausgewählt. Dennoch übernimmt die BIOPRO Baden-Württemberg für die Inhalte anderer Anbieter keinerlei Haftung. Bitte beachten Sie, dass die Links eine Momentaufnahme zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Gründerleitfadens sind und die Informationen im Laufe der Zeit daher unter Umständen nicht mehr in der von uns recherchierten Form verfügbar sein werden.

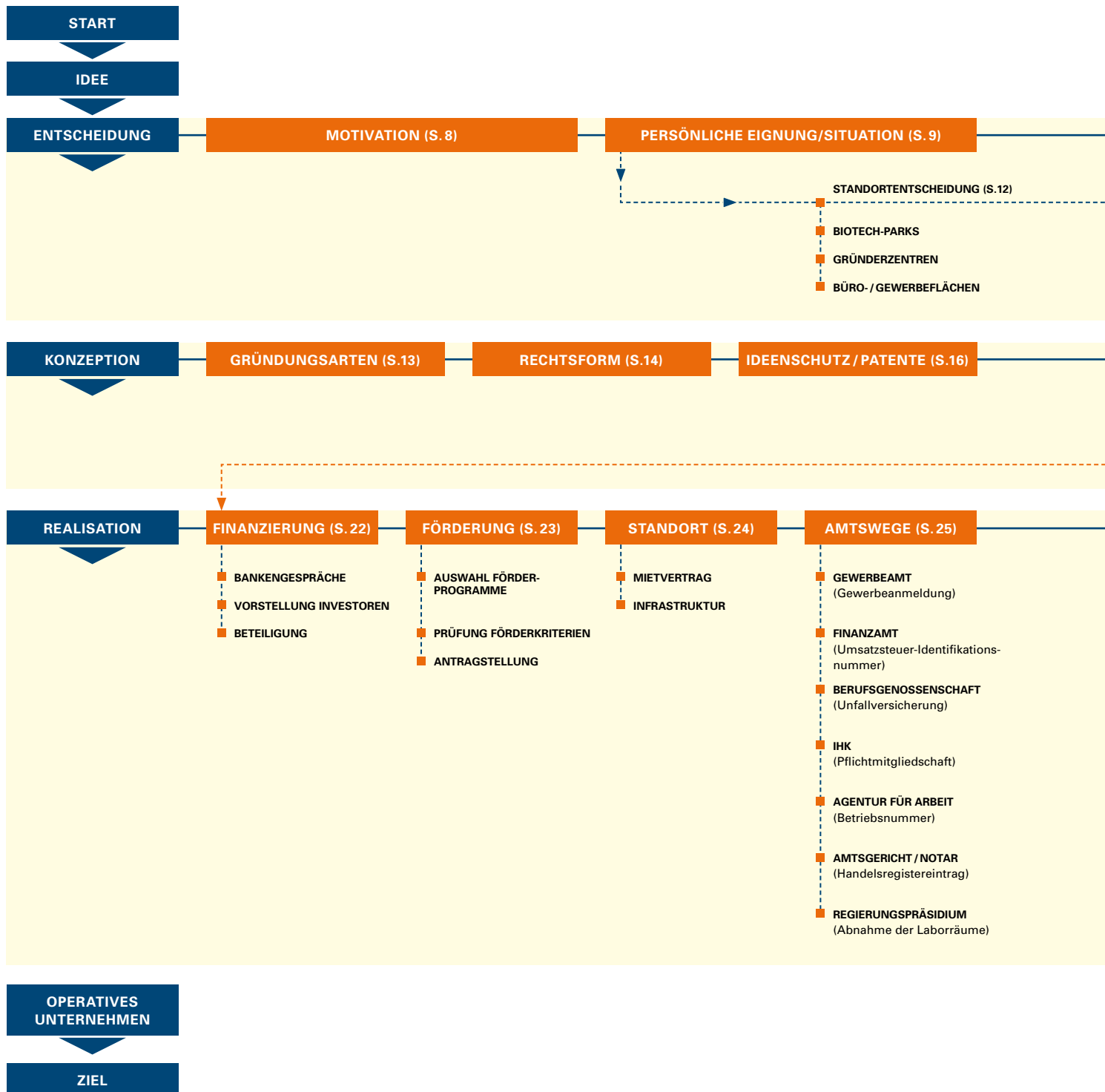
Profile der wichtigsten Ansprechpartner im Gründungsumfeld und Informationen zu Förderprogrammen finden Sie im Gründerkompass.

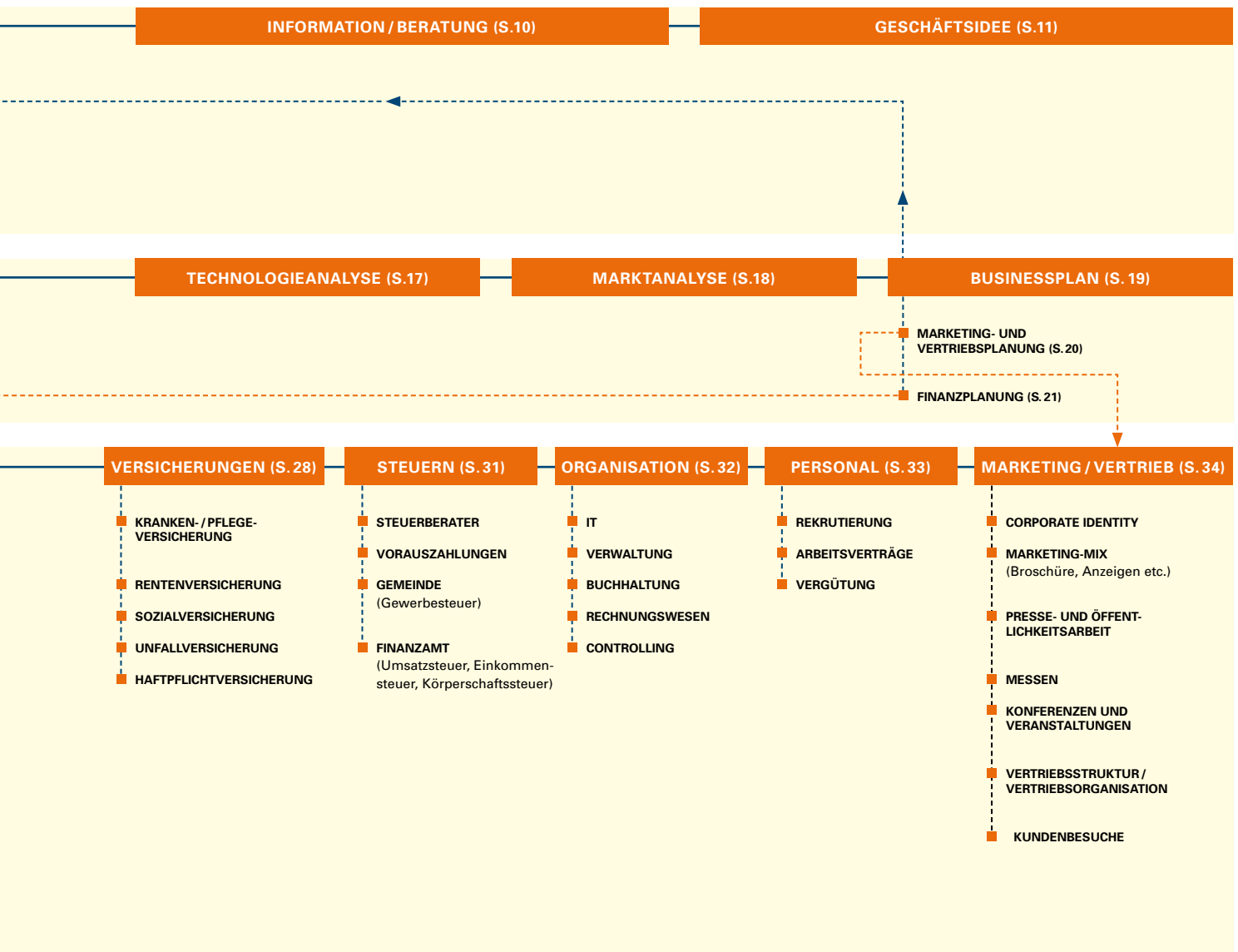
Die BIOPRO Baden-Württemberg möchte Ihnen mit diesem „Wegweiser“ eine gute und strukturierte Hilfestellung auf Ihrem Weg ins eigene Unternehmen anbieten und wünscht Ihnen viel Erfolg mit Ihren Entscheidungen.

# Inhalt

<b>1</b>	<b>GRÜNDERFAHRPLAN</b>	
<b>2</b>	<b>ENTSCHEIDUNGSPHASE</b>	
2.1	MOTIVATION	8
2.2	PERSÖNLICHE EIGNUNG / SITUATION	9
2.3	INFORMATION / BERATUNG	10
2.4	GESCHÄFTSIDE	11
2.5	STANDORTENTSCHEIDUNG	12
<b>3</b>	<b>KONZEPTIONSPHASE</b>	
3.1	GRÜNDUNGSARTEN	13
3.2	RECHTSFORM	14
3.3	IDEENSCHUTZ / PATENTE	16
3.4	TECHNOLOGIEANALYSE	17
3.5	MARKTANALYSE	18
3.6	BUSINESSPLAN	19
3.7	MARKETING- UND VERTRIEBSPLANUNG	20
3.8	FINANZPLANUNG	21
<b>4</b>	<b>REALISATIONSPHASE</b>	
4.1	FINANZIERUNG	22
4.2	FÖRDERUNG	23
4.3	STANDORT	24
4.4	AMTSWEGE	25
4.5	VERSICHERUNGEN	28
4.6	STEUERN	31
4.7	ORGANISATION	32
4.8	PERSONAL	33
4.9	MARKETING UND VERTRIEB	34
<b>5</b>	<b>GLOSSAR</b>	<b>36</b>
<b>6</b>	<b>LINKLISTE</b>	<b>38</b>

# 1 Gründerfahrplan





# 2 Entscheidungsphase

## 2.1 Motivation

Gründe fürs Gründen gibt es viele. Was treibt Sie an?  
Wollen Sie ...

- Ihren eigenen unternehmerischen Tatendrang ausleben?
- Ihre eigene Unternehmens-Idee verwirklichen?
- eine günstige Gelegenheit beim Schopf ergreifen?
- berufliche Frustration vermeiden oder beenden?
- der Arbeitslosigkeit entfliehen?
- mehr Unabhängigkeit erleben?
- mehr Erfolgserlebnisse genießen?
- Ihren beruflichen Aufstieg selbst in die Hand nehmen?
- sich ein höheres Einkommen erarbeiten?
- Ihre Forschungsergebnisse kommerziell verwerten?
- beweisen, dass Ihre Technologie funktioniert?
- unbegrenzt forschen?
- die Richtung Ihrer Forschung selbst bestimmen?
- mehr finanzielle Mittel für Ihre Forschung zur Verfügung haben?
- bei der Entwicklung von Medikamenten für bislang unheilbare Erkrankungen mitwirken?
- angewandt forschen?

Formulieren Sie Ihre Wünsche und Ziele auf kurze, mittlere und lange Sicht. Ihre kurz-, mittel- und langfristigen Ziele bilden die Grundlage für die weitere Ausgestaltung Ihrer Idee.

Was wollen Sie mit Ihrem Schritt in die Selbstständigkeit in den nächsten ...

12 Monaten

---

---

---

---

5 Jahren

---

---

---

---

20 Jahren erreichen?

---

---

---

---

„Es gibt wenig Spannenderes, als eine gute Idee zu haben, die richtigen Menschen zusammenzuführen, ein eigenes Unternehmen zu gründen, aufzubauen und schließlich dauerhaft zum Erfolg zu führen.“  
Karlsruher Institut für Technologie



## 2.2 Persönliche Eignung/Situation

Es gibt die unterschiedlichsten Typen von Menschen. Sind Sie ein Unternehmertyp?

Um in dieser Frage mehr Sicherheit zu gewinnen, beantworten Sie die folgenden einfachen Testfragen:

- Ist die Selbstständigkeit wirklich der richtige Weg für Sie?
- Sind Sie fachlich qualifiziert?
- Haben Sie Erfahrungen in der Branche?
- Verfügen Sie über kaufmännisches Know-how?
- Steht Ihre Familie hinter Ihnen?
- Stehen Sie die Belastungen während der Startphase – und auch später – durch?

Für eine Unternehmensgründung sind neben der fachlichen Qualifikation solide kaufmännische Kenntnisse unabdingbar. Außerdem sollte ein Unternehmer über ein gutes Maß an sozialer Kompetenz verfügen und dabei durchsetzungsfähig, diszipliniert und belastbar sein.

Über welche Qualifikationen verfügen Sie?

---

---

---

---

Welche Eigenschaften zeichnen Sie aus?

---

---

---

---

Es gibt eine Reihe von Gründer- und Unternehmertests, die erste Hinweise darüber geben, ob Sie ein Unternehmertyp sind (siehe unten). Dabei können Sie zudem eine grobe Vorstellung davon entwickeln, was auf Sie zukommt.

### TIPP

Testen Sie, ob Sie die richtige Einstellung zum Unternehmertum haben und ob Sie die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Existenzgründung mitbringen.

#### LITERATURTIPP

- PRÜFUNG DER UNTERNEHMEREIGNUNG
- ANFORDERUNGS- VS. PERSÖNLICHKEITSPROFIL (RKW, HÄRTETEST FÜR UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN)

#### LINKS UND TOOLS

- PERSÖNLICHKEITSTEST 1  
[www.existenzgruender.de/  
gruendungswerkstatt/learnprogramme/existenz/  
HTML/kapitel\\_2/kapitel\\_2\\_1/index.html](http://www.existenzgruender.de/gruendungswerkstatt/learnprogramme/existenz/HTML/kapitel_2/kapitel_2_1/index.html)
- PERSÖNLICHKEITSTEST 2 /  
AUSFÜHRLICHER FRAGENKATALOG  
[www.foerderland.de/630.0.html](http://www.foerderland.de/630.0.html)

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- RKW  
[www.rkw.de](http://www.rkw.de)
- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- GRÜNDUNGSBERATUNG

## 2.3 Information/Beratung

Zahlreiche Institutionen bieten zum großen Teil kostenfreie Gründungsberatung und/oder Broschüren an oder stellen Online-Informationen zur Verfügung. Um Ihnen die Suche nach den richtigen Informationen bzw. dem spezifischen Beratungsangebot zu erleichtern, haben wir die wichtigsten Anlaufstellen (in Baden-Württemberg) für Sie zusammengestellt.

- Übersicht über die verschiedenen Akteure (BIOPRO-Gründerkompass S. 6)
- Profile der Akteure (BIOPRO-Gründerkompass S. 6 ff)

### TIPP

- Nutzen Sie die vielfältigen Angebote.
- Vermeiden Sie, dass Ihr Vorhaben scheitert, weil Sie sich nicht ausreichend informiert haben.

Neben dem Informationsangebot für Existenzgründer bieten Bund und Länder Zuschüsse für Beratungskosten an (sowohl vor als auch nach der Gründung).

- Beachten Sie die Bedingungen bzw. Fristen zur Antragstellung. Manche Zuschüsse sind vor Beginn der Beratung bzw. vor Vertragsabschluss zu beantragen.
- Stellen Sie zuvor fest, wie es um Ihren Beratungsbedarf steht. Hierzu können Sie die Online-Check Beratung nutzen.
- Wählen Sie Ihren Berater sorgfältig aus und setzen Sie einen Beratervertrag auf.

### ACHTUNG

- Vorsicht vor unseriösen Beratern!
- Vorsicht vor Ideenklau! Nutzen Sie Vertraulichkeitsvereinbarungen!

„Nur Beharrlichkeit führt zum wirtschaftlichen Erfolg! Und: Wenn Sie ein Unternehmen gründen wollen, dann suchen Sie Unterstützung bei Einrichtungen, die die dafür notwendigen Erfahrungen mitbringen und vermitteln.“  
BioRegionUlm e.V.

Auch Businessplan-Wettbewerbe, Gründerstammtische oder Gründungsseminare bilden eine gute Möglichkeit, sich zu informieren. Zudem erhalten Sie wertvolle Tipps von Experten und können erste Kontakte knüpfen.

Businessplan-Wettbewerbe bieten:

- Hilfe bei der Ideenfindung
- Basisinformationen zum Thema Selbstständigkeit
- Angebote zur Weiterbildung und Qualifizierung wie z. B. Workshops oder Crash-Kurse zur Erstellung eines Businessplans, Finanzierung zu kaufmännischen Themen, aber auch Businessplan-Handbuch oder Lehrmaterialien
- Betreuung bei der Businessplan-Erstellung
- z. T. persönliche Beratung und Betreuung bei konkreten Gründungsideen bzw. -vorhaben
- Kontakte zu möglichen Kooperationspartnern, Auftraggebern, Risikokapitalgebern
- Kontakte zu Experten
- Kontakte zu anderen Gründern (z. B. Gründer-Treffs)

### ACHTUNG

Vergessen Sie nicht: Den besten Schutz für Ihre Gründungs-idee vor Nachahmung oder Ideenklau bieten äußerste Vorsicht bei der Informationsweitergabe sowie strenge Geheimhaltung. Achten Sie sorgfältig darauf, wem Sie Ihre Idee mitteilen. Nutzen Sie zum Schutz Ihrer Idee Vertraulichkeits-erklärungen! Bank- und IHK-Berater, (Patent-)Anwälte, Notare und Steuerberater sind zur Vertraulichkeit verpflichtet.

„Frühzeitige Beratung beseitigt Informationsdefizite, die in der Umsetzungsphase zu ernsthaften Problemen führen können. Informationsdefizite sind nach Mängeln bei der Finanzierung die zweithäufigste Ursache für das frühzeitige Aus junger Unternehmen. Verschaffen Sie sich einen Überblick über die Möglichkeiten der Gründungsunterstützung, die von staatlichen und privaten Institutionen angeboten werden.“  
ifex – Start auf dem Campus

### WEITERFÜHRENDE INFORMATION

- **BERATERVERTRAG – CHECKLISTE**  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/vorbereitung/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/vorbereitung/index.php)
- **GRÜNDERZEITEN NR. 32: BERATUNG**  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

### LINKS UND TOOLS

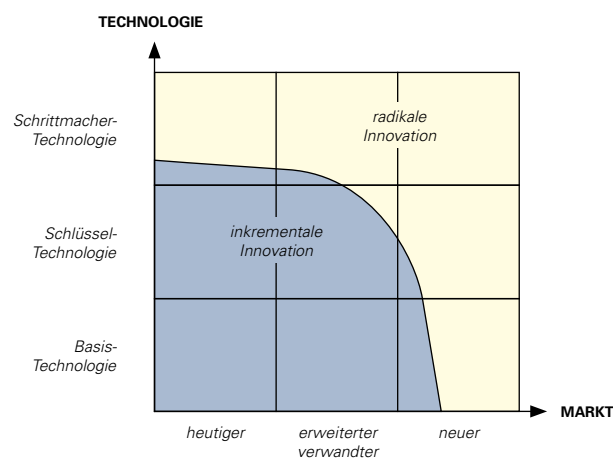
- **PROGRAMME ZUR BERATUNGSFÖRDERUNG**  
[www.foerderportal.newcome.de/finanzierung/Foerderprogramme/index.php?cat=14143](http://www.foerderportal.newcome.de/finanzierung/Foerderprogramme/index.php?cat=14143)
- **FÖRDERUNG VOR DER GRÜNDUNG**
- **FÖRDERUNG NACH DER GRÜNDUNG**  
**GRÜNDERCOACHING**  
[www.gruender-coaching-deutschland.de](http://www.gruender-coaching-deutschland.de)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- **RKW**  
[www.rkw.de](http://www.rkw.de)
- **IHK**  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- **GRÜNDUNGSBERATUNG**

## 2.4 Geschäftsidee

Die wenigsten Geschäftsideen sind wirklich neu. Viele Geschäftsideen basieren auf der Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen und damit auf sogenannten inkrementalen Innovationen. Um ein erfolgreiches Unternehmen zu gründen, muss Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung nicht notwendigerweise eine radikale Innovation darstellen.



Quelle: In Anlehnung an Kroy, W., *Technologiemanagement für grundlegende Innovationen*. In: Zahn, E. (Hrsg.): *Handbuch Technologiemanagement*. Stuttgart (1995)

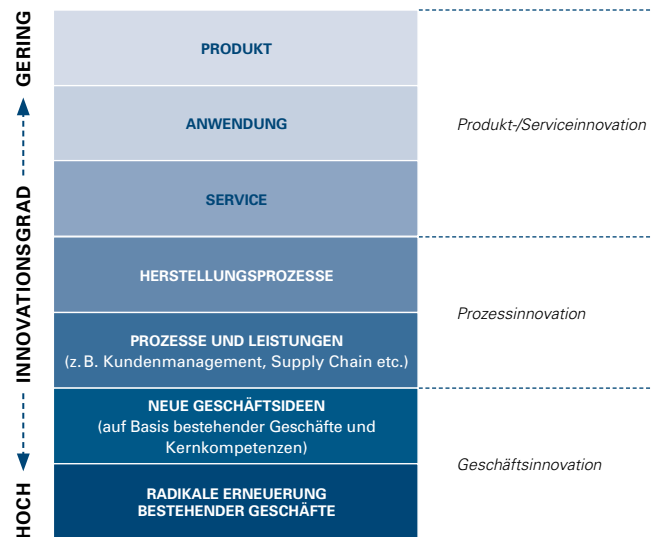
Prüfen Sie Ihre Geschäftsidee möglichst objektiv

- nach betriebswirtschaftlichen Kriterien
- unter Zuhilfenahme von Studien und Wirtschaftsdaten
- durch eigene Studien
- unter Berücksichtigung der eigenen Ressourcen und Kompetenzen

„Versuchen Sie, so rasch wie möglich ein schlagkräftiges Team aus Naturwissenschaftlern und Betriebswirten auf die Beine zu stellen und entwickeln Sie das für Ihr Projekt passende Geschäftsmodell unter Berücksichtigung der passenden Kooperationspartner und Finanzierungen.“

UEC gGmbH

Unterscheidung zwischen inkrementaler und radikaler Innovation:



Ein Unternehmen erhält seine Existenzberechtigung dadurch, dass seine Produkte bzw. Dienstleistungen am Markt nachgefragt und angenommen werden.

**TIPP**

- Überlegen Sie sich, mit welchem Angebot Sie auf den Markt gehen wollen. Dafür müssen Sie Ihre künftigen Kunden, ihre Bedürfnisse, ihre Neigungen und ihr Kaufverhalten kennenlernen.
- Rücken Sie bei Ihren Überlegungen den Kundenbedarf bzw. die Kundenwünsche in den Mittelpunkt.
- Finden Sie möglichst etwas Besonderes, das Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung auszeichnet und vom Angebot Ihrer Konkurrenz unterscheidet.
- Verschaffen Sie sich dafür einen Überblick über die Konkurrenzsituation.

### LITERATURTIPP

#### PRÜFUNG DER GESCHÄFTSIDE IN DEN FELDERN

- **MARKT:** MARKTLÜCKE, MANGEL, BEDARF, KAUFKRAFT
- **PRODUKT:** NEUHEITSWERT, REIFEGRAD, BEDARFSSTRUKTUR, KONKURRENzsITUATION (RKW, HÄRTE-TEST FÜR UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN)

### LINKS UND TOOLS

- **CHECKLISTE GRÜNDUNGsidee**  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/businessplan/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/businessplan/index.php)
- **CHECKLISTE FÜR GUTE GESCHÄFTSIDEEN**  
[www.foerderland.de/419+M5ac53b5c911.0.html](http://www.foerderland.de/419+M5ac53b5c911.0.html)
- **MASTER-VERTRAULICHKEITSERKLÄRUNG**  
[http://www.ipr-helpdesk.org/documents/ES\\_confidentialityAgreement\\_000006216\\_00.xml.html](http://www.ipr-helpdesk.org/documents/ES_confidentialityAgreement_000006216_00.xml.html)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- **RKW**  
[www.rkw.de](http://www.rkw.de)
- **IHK**  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- **GRÜNDUNGSBERATUNG**

## 2.5 Standortentscheidung

Die Wahl des Standortes ist eine strategische Entscheidung. Die Bedeutung einzelner Standortfaktoren für die Standortwahl unterscheidet sich je nach Unternehmensgegenstand und den damit verbundenen Notwendigkeiten. Sie ist aber auch vom Entwicklungsstand des Unternehmens abhängig. Als Life-Sciences-Gründer stehen Ihnen grundsätzlich folgende Alternativen zur Auswahl:

- Biotech-Parks
- Gründerzentren bzw. Inkubatoren an Hochschulen
- Büro-/Gewerbeflächen

Biotech-Parks und Gründerzentren bieten neben dem Raumangebot noch zusätzliche Dienstleistungen an. Informieren Sie sich über die Angebote der örtlichen Technologieparks bzw. Gründerzentren.

Machen Sie sich bewusst, dass der Standort für den Erfolg oder Misserfolg Ihrer Existenzgründung und Ihres zukünftigen Unternehmens entscheidend sein kann. Analysieren Sie, welche Standortfaktoren für Ihr Gründungsvorhaben von besonderer Bedeutung sind.

Beachten Sie bei der Wahl des Standortes für Ihr Unternehmen folgende Faktoren:

- Nähe zu Universitäten und Forschungseinrichtungen
- Infrastruktur (technische Infrastruktur, Struktur von Zulieferern, aber auch Verkehrsinfrastruktur)
- Mietpreis, Zustand, Größe, Expansionsmöglichkeiten
- Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften
- Erreichbarkeit für Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter

„Nutzen Sie die Unterstützungen und die Infrastruktur der Universität! Bei Förderung durch die Universität können Sie Ihre Idee unter attraktiven Bedingungen fortentwickeln und der Marktreife näherbringen.“

Eberhard Karls Universität Tübingen (EKUT)

Stehen mehrere Standorte zur Auswahl, hilft die folgende einfache Methode bei der Standortwahl:

- Bewerten Sie zuerst die einzelnen Standortfaktoren nach ihrer Wichtigkeit. Vergeben Sie dazu je eine Gewichtungszahl von 1 (= unwichtig) bis 10 (= sehr wichtig).
- Dann bewerten Sie die Standortfaktoren mit Punkten von z. B. 1 (= sehr schlecht) bis 5 (= sehr gut). Die Punktwertungen werden mit den jeweiligen Gewichtungszahlen multipliziert.
- Die Addition der Ergebnisse ergibt die Gesamtbewertung für den entsprechenden Standort. Der Standort mit den meisten Punkten entspricht Ihren Anforderungen am besten.

Zum Standort im engeren Sinne gehören auch die Betriebsräume. Beachten Sie bei deren Ausstattung die Vorgaben der Arbeitsstättenverordnung und der Arbeitsstättenrichtlinien. Sie machen Vorgaben zu

- Raumabmessungen/Raumhöhen
- Raumtemperaturen/Raumlüftung
- Belichtung/Beleuchtung
- Sichtverbindungen
- Verkehrswegen
- Toiletten, Wasch-, Pausen- und Umkleieräumen
- Schallpegelwerten

### ACHTUNG

- Bei der Wahl des Standortes spielen auch private Faktoren eine durchaus bedeutende Rolle. Unterschätzen Sie die Bedeutung der persönlichen Situation und damit verbundener Standortpräferenzen nicht. Dies gilt sowohl für das Gründerteam als auch für Mitarbeiter.
- Berücksichtigen Sie bei Ihrer Standortentscheidung, dass bestimmte Finanzierungsquellen standortabhängig sind.
- Binden Sie sich nicht zu langfristig an einen Standort, denn im Laufe der Entwicklung Ihres Unternehmens kann ein Standortwechsel sinnvoll oder unabdingbar sein.

### EXPERTENTIPP

- FÜR TECHNOLOGIEORIENTIERTE UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN BIETEN TECHNOLOGIE-PARKS ÜBERAUS ATTRAKTIVE STANDORTVORAUSSETZUNGEN /-BEDINGUNGEN

### LINKS UND TOOLS

- CHECKLISTE STANDORT  
[www.bmwi-wegweiser.de/home](http://www.bmwi-wegweiser.de/home)
- CHECKLISTE BETRIEBSRÄUME  
[www.bmwi-wegweiser.de/home](http://www.bmwi-wegweiser.de/home)
- [WWW.EXISTENZGRUENDER.DE](http://WWW.EXISTENZGRUENDER.DE)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- BIOTECH-PARKS IN BADEN-WÜRTTEMBERG
- REGIONALE WIRTSCHAFTSFÖRDERER

# 3 Konzeptionsphase

## 3.1 Gründungsarten

Für den Bereich Life Sciences sind folgende Gründungsarten relevant: Neugründung, Ausgründung/Spin-off, Joint Venture oder Management-Buy-out:

### NEUGRÜNDUNG

Die meisten Gründungen im Bereich Life Sciences entstammen aus Universitäten/Hochschulen und gehören in die Kategorie Neugründungen. Bei der Betriebsneugründung starten Sie bei null. Das bedeutet, dass Sie Ihre Geschäftsidee erproben, Ihren Markt erst noch erobern, dann Ihre Position im Markt festigen müssen. Sie haben die Aufgabe, Beziehungen zu Kunden und Lieferanten aufzubauen, einen Stamm von Mitarbeitern zu suchen, sich einen Ruf zu erwerben usw.

### AUSGRÜNDUNG / SPIN-OFF-GRÜNDUNG

Wenn sich Teile oder eine Abteilung eines bestehenden Unternehmens selbstständig machen, spricht man von einer Ausgründung. Spin-offs haben ihren Ursprung immer in einer forschenden Muttergesellschaft, die für das Entstehen der Geschäftsidee quasi als Inkubator fungiert. Gründe für die Ausgründung einer Wachstumssparte können dabei Risikoabwägungen oder die Fokussierung auf das eigentliche Kerngeschäft sein.

### KOOPERATION / JOINT VENTURE

Kooperationen dienen dazu, Abläufe im Unternehmen zu rationalisieren, Synergien zwischen den beteiligten Partnern zu nutzen, Ressourcen zu bündeln sowie Risiken zu verteilen und zu mindern. Entsteht aus einer Kooperation ein neues Unternehmen, in dem die Forschungs- und Entwicklungskapazitäten gebündelt werden, spricht man von einem Joint Venture. Es werden also in der Regel nur Teile der kooperierenden Unternehmen für einen bestimmten Zweck zusammengeführt.

### UNTERNEHMENSÜBERNAHME / MANAGEMENT-BUY-OUT

Von einem Management-Buy-out spricht man, wenn das Management eines Unternehmens das Unternehmen kauft.

Man unterscheidet außerdem

- Einzelunternehmung (nur ein Gründer) und
- Teamgründung

Teamgründungen bieten den Vorteil, dass sich die Kompetenzen und fachlichen Qualifikationen der Gründungspartner (bestenfalls) ergänzen und zudem die Aufgaben auf mehrere Schultern verteilt werden können.

### TIPP

- Um Entscheidungsprozesse nicht zu schwierig zu gestalten, empfiehlt es sich, die Anzahl der Gründungspartner auf maximal 3 zu beschränken.
- Legen Sie frühzeitig (auch schriftlich) fest, wer welche Verantwortung tragen und welche Entscheidungsbefugnisse erhalten soll.
- Auch die Verteilung von Anteilen und die Festsetzung von Gehältern ist zu bestimmen und vertraglich zu regeln.

Bedenken Sie: Jede Gründungsart hat ihre Vor- und Nachteile. Überlegen Sie, welche Gründungsart am besten zu Ihren Wünschen und Zielen passt. So ist bei einer Neugründung der Gestaltungsspielraum am größten, allerdings können Sie auf keinerlei vorhandene Struktur aufbauen, wie z. B. im Fall einer Ausgründung. Wägen Sie daher Ihre Möglichkeiten genau ab.

Entscheiden Sie, welche Kompromisse Sie einzugehen bereit sind, z. B. in puncto Selbstbestimmung, Risiko und Aufwand.

### TIPP

- Holen Sie sich fachkundige Unterstützung bei der vertraglichen Gestaltung.

### EXPERTENTIPP

- BESCHRÄNKEN SIE DIE ANZAHL DER GRÜNDUNGSPARTNER, UM ENTSCHEIDUNGSFÄHIG ZU BLEIBEN, UND LEGEN SIE FRÜHZEITIG VEREINBARUNGEN VERTRAGLICH FEST.

### LINKS UND TOOLS

- BESCHREIBUNG DER GRÜNDUNGSARTEN  
[www.existenzgruender.de/selbstaendigkeit/entscheidung/gruendungsarten/index.php](http://www.existenzgruender.de/selbstaendigkeit/entscheidung/gruendungsarten/index.php)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- RKW  
[www.rkw.de](http://www.rkw.de)
- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- GRÜNDUNGSBERATUNG
- RECHTSANWALT

## 3.2 Rechtsform

Die Wahl der Rechtsform bestimmt unter anderem Fragen der Haftung und der Rechte der Gesellschafter, der Geschäftsführung, der steuerlichen Behandlung sowie der Art und Weise, wie das Unternehmen organisiert sein muss. Je nach Rechtsform unterscheiden sich zudem die Pflichten eines Unternehmens, z. B. Buchführungs- oder Veröffentlichungspflichten.

Die relevanten Rechtsformen für den Bereich Life Sciences sind überwiegend Kapitalgesellschaften:

- GmbH (und Sonderformen UG (haftungsbeschränkt))
- AG oder kleine AG\*

Des Weiteren können die Rechtsformen

- GbR
- GmbH & Co. KG von Interesse sein.

### TIPP

- Die Rechtsform ist das Gerüst Ihres Unternehmens und sollte gut überlegt sein.

Die Frage nach der Rechtsform des Unternehmens stellt sich nicht nur bei der Gründung Ihres Unternehmens, denn im Laufe der Zeit können veränderte Rahmenbedingungen eine Anpassung der Unternehmensstruktur und ggfs. der Rechtsform erfordern.

Eine Umfirmierung kann im Zuge einer Fusion oder Kooperation sowie im Zusammenhang mit der Veräußerung des Unternehmens notwendig bzw. sinnvoll sein. Ist ein Börsengang geplant, muss das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft umfirmiert werden.

### ACHTUNG

Die Sonderform der GmbH, UG (haftungsbeschränkt) – auch als Mini-GmbH bekannt, eignet sich für einen Großteil der Gründungsvorhaben im Umfeld der Life Sciences nicht, da bei Gründung einer Mini-GmbH Sacheinlagen nicht erlaubt sind. Die Einbringung jeglicher gewerblicher Schutzrechte (intellectual property, IP) ist damit unmöglich.

PERSONENGESELLSCHAFTEN		
GESELLSCHAFT DES BÜRGERLICHEN RECHTS (GBR- ODER BGB-GESELLSCHAFT) – EINFACHE PARTNERSCHAFT		
Für wen und was?	Wie gründen?	Höhe der Haftung?
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Kleingewerbetreibende</li> <li>▶ Freiberufler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ mindestens 2 Gesellschafter</li> <li>▶ formfreier Gesellschaftervertrag</li> <li>▶ kein Mindestkapital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gesellschafter haften für die Verbindlichkeiten der Gesellschaft gegenüber Gläubigern als Gesamtschuldner persönlich</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Jede Geschäftspartnerschaft kann die Form einer GbR annehmen: Kleingewerbetreibende, Praxisgemeinschaften, Freie Berufe, Arbeitsgemeinschaften.</li> <li>▶ Besondere Formalitäten sind nicht erforderlich, sogar eine mündliche Vereinbarung reicht, wenngleich ein schriftlicher Vertrag empfehlenswert ist.</li> <li>▶ Für die Kompetenzen der Gesellschafter bietet die GbR einen breiten Spielraum.</li> </ul>		
GMBH & CO. KG – VIELSEITIGE MÖGLICHKEITEN		
Für wen und was?	Wie gründen?	Höhe der Haftung?
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Kaufleute, die zusätzliches Kapital benötigen, oder Gesellschafter, die keine persönliche Haftung übernehmen wollen und von der Geschäftsführung ausgeschlossen werden können</li> <li>▶ Besonderheit: Persönlich haftender Gesellschafter ist die GmbH</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ ein oder mehrere Komplementär(e)</li> <li>▶ ein oder mehrere Kommanditist(en)</li> <li>▶ formfreier Gesellschaftsvertrag</li> <li>▶ Eintragung ins Handelsregister</li> <li>▶ Mindestkapital für die GmbH</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ GmbH haftet als Komplementärin mit ihrem Gesamtvermögen. Im Ergebnis haftet die GmbH &amp; Co. KG wie eine GmbH, zuzüglich der Kommanditeinlage.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Die Gründungsformalitäten sind aufwändiger als bei den oben genannten Rechtsformen.</li> <li>▶ Es handelt sich um eine KG, bei der statt einer natürlichen Person eine GmbH persönlich haftende Gesellschafterin (Komplementärin) ist. Daher ist die Haftung im Ergebnis wie bei einer GmbH beschränkt.</li> <li>▶ Die Gesellschafter der GmbH sind meist gleichzeitig Kommanditisten der KG.</li> <li>▶ Von der Höhe der Vermögenseinlage der GmbH (Komplementärin) und der jeweiligen Kommanditisten hängen die jeweiligen Entscheidungsbefugnisse und natürlich auch die Verteilung der Gewinne und Verluste ab.</li> </ul>		

Quelle: Gründerzeiten Nr. 33: Ein festes Fundament! Thema: Rechtsformen

\* Die „kleine AG“ ist keine eigenständige, „neue“ Rechtsform, sondern lediglich eine nicht börsennotierte AG mit einer überschaubaren Zahl von Anteilseignern, die auf eine Reihe von formellen Erleichterungen zurückgreifen kann.

## KAPITALGESELLSCHAFTEN

### GMBH – GESELLSCHAFT MIT BESCHRÄNKTER HAFTUNG

Für wen und was?	Wie gründen?	Höhe der Haftung?
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Unternehmer, die die Haftung beschränken oder nicht aktiv mitarbeiten wollen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ mindestens 1 Gesellschafter (Ein-Personen-GmbH)</li><li>▶ Gesellschaftsvertrag oder Musterprotokoll bei einfachen Gründungen</li><li>▶ beide müssen notariell beurkundet werden</li><li>▶ Eintragung ins Handelsregister</li><li>▶ Mindeststammkapital: 25.000 Euro</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ in Höhe der Stammeinlage bzw. in Höhe des Gesellschaftsvermögens</li></ul>

### GMBH-VARIANTE: UNTERNEHMERGESELLSCHAFT (UG) (HAFTUNGSBESCHRÄNKT)

Für wen und was?	Wie gründen?	Höhe der Haftung?
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Gründer kleiner Unternehmen, die die Haftung beschränken wollen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ mindestens 1 Gesellschafter</li><li>▶ Gesellschaftsvertrag oder Musterprotokoll bei einfachen Gründungen</li><li>▶ beide müssen notariell beurkundet werden</li><li>▶ Eintragung ins Handelsregister</li><li>▶ Mindeststammkapital: 1 Euro (Höhe der Kapitalausstattung sollte sich nach dem jeweiligen Bedarf richten)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ in Höhe der Stammeinlage bzw. in Höhe des Gesellschaftsvermögens</li></ul>

- ▶ Musterprotokoll erleichtert einfache Standardgründungen (Bargründung, max. 3 Gesellschafter); es kombiniert Gesellschaftsvertrag, Gesellschafterliste und Bestellung des Geschäftsführers.
- ▶ Es kann einen oder mehrere Gesellschafter geben, von denen einer oder mehrere als Geschäftsführer ausgewiesen sind (auch angestellte Geschäftsführer sind möglich).
- ▶ Trotz beschränkter Haftung: Kreditgeber achten in der Regel darauf, dass ihnen bei der Aufnahme von Krediten private Sicherheiten angeboten werden.
- ▶ Wollen Sie in Ihrer GmbH das Sagen haben, müssen Sie per Vertrag zum Geschäftsführer bestellt, und Ihre Befugnisse sowie die Gewinnverteilung müssen festgelegt werden.
- ▶ Wollen Sie die Führung in einer GmbH sicherstellen, so sollten mehr als 50 Prozent der oben erwähnten Einlagen von Ihnen sein!
- ▶ Bei UG (haftungsbeschränkt): Pflicht zur Rücklagenbildung, bis ein Stammkapital von 25.000 Euro aufgebracht ist.

Achtung: Gesellschafter haften zusätzlich mit Privatvermögen bei persönlichen Krediten oder Bürgschaften. Sie haften auch persönlich bei Verstößen gegen die strengen Regeln über das GmbH-Kapital sowie bei der sogenannten Durchgriffshaftung (z.B. bei bestimmten Schadensersatzansprüchen).

### KLEINE AKTIENGESELLSCHAFT (AG)\* – ALTERNATIVE FÜR MITTELSTÄNDLER

Für wen und was?	Wie gründen?	Höhe der Haftung?
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Unternehmer, die zusätzliches Kapital benötigen und/oder zum ausschließlichen Zweck der Unternehmensübertragung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Unternehmer, die zusätzliches Kapital benötigen und/oder zum ausschließlichen Zweck der Unternehmensübertragung</li><li>▶ AG ohne Börsennotierung</li><li>▶ Anleger sind i.d.R. Mitarbeiter, Kunden oder Nachfolger</li><li>▶ Unternehmer kann alleiniger Aktionär und Vorstand sein</li><li>▶ Vorstand hat Entscheidungsbefugnis</li><li>▶ Aufsichtsrat hat Kontrollbefugnis</li><li>▶ notarielle Satzung</li><li>▶ Eintragung ins Handelsregister</li><li>▶ Grundkapital: 50.000 Euro</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ beschränkt auf Gesellschaftsvermögen</li></ul>

- ▶ Existenzgründer haben die Möglichkeit, eine kleine AG allein zu gründen (als alleiniger Aktionär und Vorstand, sie benötigen jedoch zusätzlich drei Aufsichtsräte).
- ▶ Sie können weitere Anleger an ihrem Vorhaben durch die Ausgabe von Aktien oder durch die Aufnahme von Kunden als Gesellschafter beteiligen.
- ▶ Bis zu einer Größe von 500 Mitarbeitern ist keine Mitbestimmung im Aufsichtsrat vorgesehen.

### GROSSE AKTIENGESELLSCHAFT (AG)

Für wen und was?	Wie gründen?	Höhe der Haftung?
<ul style="list-style-type: none"><li>▶ Unternehmer, die zusätzliches Kapital benötigen und/oder zum ausschließlichen Zweck der Unternehmensübertragung</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ AG mit/ohne Börsennotierung</li><li>▶ Anleger sind i.d.R. Mitarbeiter, Kunden oder Nachfolger</li><li>▶ Vorstand hat Entscheidungsbefugnis</li><li>▶ Aufsichtsrat hat Kontrollbefugnis</li><li>▶ notarielle Satzung</li><li>▶ Eintragung ins Handelsregister</li><li>▶ Grundkapital: 50.000 Euro</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▶ beschränkt auf Gesellschaftsvermögen</li></ul>

Quelle: Gründerzeiten Nr. 33: Ein festes Fundament! Thema: Rechtsformen

\* Die „kleine AG“ ist keine eigenständige, „neue“ Rechtsform, sondern lediglich eine nicht börsennotierte AG mit einer überschaubaren Zahl von Anteilseignern, die auf eine Reihe von formellen Erleichterungen zurückgreifen kann.

#### LITERATURTIPP

■ GRÜNDERZEITEN NR. 33: RECHTSFORM  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

■ ARTIKEL MINI-GMBH  
[www.bio-pro.de/magazin/thema/03886/index.html?lang=de&artikelid=/artikel/03857/index.html](http://www.bio-pro.de/magazin/thema/03886/index.html?lang=de&artikelid=/artikel/03857/index.html)

#### LINKS UND TOOLS

■ CHECKLISTE RECHTSFORM  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/recht/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/recht/index.php)

■ RECHTSFORMLEXIKON  
[www.foerderland.de/1129.0.html](http://www.foerderland.de/1129.0.html)

■ WAHL DER RECHTSFORM  
[www.existenzgruender.de/selbstaendigkeit/vorbereitung/gruendungspraxis/03048/index.php](http://www.existenzgruender.de/selbstaendigkeit/vorbereitung/gruendungspraxis/03048/index.php)

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

■ RKW  
[www.rkw.de](http://www.rkw.de)

■ IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)

■ GRÜNDERBERATUNG

■ STEUERBERATER

■ RECHTSANWALT

## 3.3 Ideenschutz / Patente

Produktentwicklungen im Bereich Life Sciences sind meist forschungs- und damit kosten- und zeitintensiv. Um sich vor nachahmender Konkurrenz zu schützen, werden Erfindungen meist patentiert. Grundsätzlich gibt es in Deutschland die folgenden gewerblichen Schutzrechte:

- Patente und Gebrauchsmuster zum Schutz der technischen Komponenten
- die Marke zum Schutz des „guten Namens“
- das Geschmacksmuster zum Schutz des Designs

### TIPP

Es gibt öffentliche Förderprogramme für den Weg zum Patent. Nutzen Sie diese.

Man unterscheidet die folgenden Arten von Patenten:

#### VERFAHRENPATENTE

##### ERLÄUTERUNG

Patent, das sich auf das Verfahren oder aber auf Verfahren und Erzeugnis bezieht (z. B. wenn es nicht möglich ist, das synthetische Produkt zu charakterisieren).

##### BEISPIEL

Neue chromatographische Systeme, die ein therapeutisches Protein in noch höherer und reinerer Ausbeute ermöglichen.

#### ERZEUGNISPATENTE

##### ERLÄUTERUNG

Patent auf einen oder mehrere Wirkstoffe.

##### BEISPIEL

Neues Zytokin in der Tumorthherapie, ein neuer Mikroorganismus, der eine spezifische Stoffwechselleistung erbringt.

#### ANWENDUNGSPATENTE

##### ERLÄUTERUNG

Bei bekannter Substanz, Nutzbarmachung weiterer Eigenschaften oder von neuen Anwendungsgebieten (z. B. Indikation) in Abhängigkeit vom Erzeugnispatent.

##### BEISPIEL

Neue Anwendungen, pharmakologische Wirkungen einer bekannten Substanz, obwohl diese nicht mehr patentierbar ist.

Quelle: GeneStart Businessplan-Handbuch

Durch ein gutes Patentportfolio werden die Möglichkeiten der Wettbewerber reduziert, die Ursprungserfindung geschickt zu umgehen. Ein einziges Patent reicht meist nicht aus, um einen wirklichen Schutz vor Nachahmern zu erhalten. Aus diesem Grund ist es empfehlenswert, sich eine Idee möglichst auf verschiedenen Ebenen patentieren zu lassen.

Unter Umständen ist eine Patentanmeldung für Ihr Vorhaben aber nicht sinnvoll. Dies trifft dann zu, wenn es mit wenig Aufwand möglich ist, ein modifiziertes Produkt auf den Markt zu bringen, welches nicht gegen Ihr Patent verstößt. In diesen Fällen hat Geheimhaltung die höchste Priorität. Denn sobald das Patent veröffentlicht wird, ist das Wissen frei zugänglich.

### TIPP

- Wägen Sie also gründlich ab, welches der richtige Weg zum Schutz Ihrer Ideen ist.
- Ziehen Sie dabei einen erfahrenen Patentanwalt zurate und erarbeiten Sie gemeinsam die passende (Patent-) Strategie für Ihr Vorhaben.
- Beachten Sie auch, dass eine Patentierung einen nicht unerheblichen Kostenfaktor darstellt, insbesondere wenn das Patent in mehreren Ländern angemeldet werden soll.

#### DEFINITION PATENT

Das Patent schützt neue technische Erfindungen. Es verleiht seinem Inhaber das räumlich und zeitlich befristete Privileg, allein über die Erfindung zu verfügen. Der Patentinhaber erhält damit ein Exklusivrecht für die Verwertung seiner Erfindung. Eine nicht autorisierte gewerbliche Nutzung des Patents kann er verbieten. Das Patent ermöglicht es, wirtschaftlichen Nutzen aus der Erfindung zu ziehen.\*

\*www.dpma.de

#### LITERATURTIPP

- BUSINESSPLAN-HANDBUCH KAPITEL 1.3
- GRÜNDERZEITEN NR. 40: PATENTE UND ANDERE SCHUTZRECHTE  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

#### LINKS UND TOOLS

- [WWW.DPMA.DE](http://WWW.DPMA.DE)
- [WWW.PATENTSERVER.DE](http://WWW.PATENTSERVER.DE)
- [WWW.PATENTFUEHRERSCHEIN.DE](http://WWW.PATENTFUEHRERSCHEIN.DE)
- [WWW.EXISTENZGRUENDER.DE/PATENTPLANER/INDEX.PHP](http://WWW.EXISTENZGRUENDER.DE/PATENTPLANER/INDEX.PHP)

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IFEX
- RECHTS- / PATENTANWALT

#### FÖRDERUNG

- FÖRDERUNG AUF DEM WEG ZUM PATENT



## 3.4 Technologieanalyse

Im Life-Sciences-Umfeld ist in vielen Fällen eine Technologie der Ausgangspunkt für eine Unternehmensgründung. Um eine wirklich solide Basis für Ihr Unternehmen zu gewährleisten, ist eine Technologieanalyse erforderlich. Folgende Vorgehensweise empfiehlt sich:

- Arbeiten Sie die bedeutenden Merkmale Ihrer Technologie heraus.
- Beschreiben Sie alternative Technologien.
- Vergleichen Sie Ihre Technologie mit den alternativen Technologien.
- Bewerten Sie die Technologien. Erstellen Sie ein Stärken-/Schwächenprofil Ihrer Technologie.
- Beschreiben Sie den aktuellen Entwicklungsstand Ihrer Technologie und die noch ausstehenden Schritte bzw. die Notwendigkeiten bis zur Marktreife.

### ACHTUNG

Bedenken Sie, dass Ihre Technologie, Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung potenziellen Kunden die Lösung für ein vorhandenes Problem bieten muss. Andernfalls wird Ihr Angebot vom Markt nicht angenommen werden.

### TIPP

Berücksichtigen Sie den Technologielebenszyklus: Führen Sie sich vor Augen, in welcher Phase des Technologielebenszyklus Sie sich mit Ihrer Technologie bewegen, um weitere Maßnahmen z.B. für Marketing und Vertrieb daraus abzuleiten.

VERGLEICHSKRITERIEN	STÄRKE DER KONKURRENZ											EIGENE STÄRKE	
	-5	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4	+5		
PREISE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
QUALITÄT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SERVICE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FLEXIBILITÄT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SCHNELLIGKEIT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
GENAUIGKEIT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BELASTBARKEIT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ERWEITERBARKEIT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SONSTIGES	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Abbildung: Beispiel für ein Stärken-/Schwächenprofil

#### LITERATURTIPP

- ÜBERPRÜFUNG DER PRODUKTIDEE (RKW – HÄRTETEST FÜR UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN)

#### LINKS UND TOOLS

- BUSINESSPLAN-HANDBUCH

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- BIOPRO BADEN-WÜRTTEMBERG GMBH
- BIOREGIONEN
- TECHNOLOGIE-TRANSFERSTELLEN

## 3.5 Marktanalyse

Bei der Marktanalyse geht es darum, Ihren Markt zu definieren, das erreichbare Marktvolumen einzuschätzen sowie die künftige Entwicklung des Marktes abzuschätzen. Die Bestimmung und Analyse Ihrer Wettbewerber ist ein wesentliches Element der Marktanalyse. Basierend auf einer profunden Wettbewerbsanalyse, können Sie Ihre Positionierung am Markt besser definieren und Ihre Alleinstellungsmerkmale herausarbeiten.

### ACHTUNG

Es genügt nicht, Ihre Wettbewerber nur benennen zu können. Sie müssen vielmehr wissen, wie die Marktposition Ihrer Konkurrenten aussieht, in welcher Phase sich die Produkte Ihrer Wettbewerber befinden und welche Entwicklungen sie planen, um abschätzen zu können, wie Ihre Wettbewerber auf Ihren Markteintritt reagieren werden.

### TIPP

- Recherchieren Sie sorgfältig und gewissenhaft! Es gibt zahlreiche Informationsquellen, die Sie nutzen können.
- Wenn Sie die passende Information nicht finden, leiten Sie sie logisch her. Gehen Sie möglichst systematisch vor! Ein strukturiertes Gerüst plausibler Annahmen ist eine gute Ausgangsbasis für eine systematische Analyse.

Vorgehen bei der Analyse des Marktes für Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung:

- Marktabgrenzung:** Darstellung des Gesamtmarktes, Definition, welche Marktsegmente Sie nicht angehen wollen
- Marktsegmentierung:** sinnvolle Einteilung Ihres Zielmarktes in möglichst homogene Segmente
- Marktzieldefinition:** Definition, welche Segmente Sie wann angehen werden
- Marktpositionierung:** Darstellung, wie Sie sich am Markt positionieren und gegenüber den Wettbewerbern abgrenzen wollen

FRAGEN ZUR MARKTANALYSE	EIGENE RECHERCHE	EXTERNE HILFSTELLUNG
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Wie groß ist der Gesamtmarkt unseres Produktes bzw. unserer Dienstleistung (international, national, regional)?</li> <li>▶ Welcher Teil davon kann erschlossen werden?</li> <li>▶ Wie wird sich unser Markt entwickeln?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gespräche mit Kunden und potenziellen Kunden</li> <li>▶ Gespräche mit Lieferanten und Absatzermittlern</li> <li>▶ Brancheninformationen zu Marktgrößen und -entwicklungen (siehe Gründerzeiten Nr. 26: „Brancheninformationen“)</li> <li>▶ Internetrecherche</li> <li>▶ Marktinformationen von Verbänden und Universitäten</li> <li>▶ Veröffentlichungen in Fachzeitschriften</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Eine Marktstudie in Auftrag zu geben, ist notwendig, wenn eine breite Informationsbasis geschaffen werden soll oder noch keine Daten über den Markt vorhanden sind; Workshops mit Markt- oder Branchenexperten</li> <li>▶ Recherche in Datenbanken durchführen lassen (Datenbanken der Wirtschaftspresse, Genios usw.)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Welche Ansprüche stellt der Markt an uns und unsere Produkte/Dienstleistungen?</li> <li>▶ Kennen wir die Wünsche unserer Kunden?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gespräche mit Kunden (sie liefern die wichtigsten Hinweise, z. B. durch Aufzeichnungen der Außendienstmitarbeiter)</li> <li>▶ Analyse der Kundenreklamationen und -beschwerden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Durchführung von moderierten Gruppendiskussionen (Fokusgruppen) mit (potenziellen) Kunden</li> <li>▶ Gespräche mit Meinungsführern im Markt (z. B. Fachjournalisten)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Wer sind die wichtigsten Wettbewerber auf unserem Markt?</li> <li>▶ Wie werden diese bezüglich ihrer Leistung beurteilt?</li> <li>▶ Werden zukünftig mehr Wettbewerber am Markt auftreten?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gespräche mit Kunden über die eigene Leistung im Vergleich zu Wettbewerbern</li> <li>▶ Leistungsvergleiche auf öffentlich zugänglichen Untersuchungen (z. B. Stiftung Warentest)</li> <li>▶ Besuch von Fachmessen, Ausstellungen, Kongressen</li> <li>▶ Analyse von Werbeanzeigen der Wettbewerber</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Kauf von allgemeinen Wettbewerbsstudien</li> <li>▶ Detaillierte und spezifische Wettbewerbsanalyse durch einen externen Dienstleister (z. B. Unternehmensberater)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Welche Zahlungsbereitschaft besteht bei unseren Kunden?</li> <li>▶ Werden diese auch optimal ausgeschöpft?</li> <li>▶ Gibt es Kundensegmente mit unterschiedlicher Zahlungsbereitschaft?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Auswertung der eigenen Kundendaten (Wer kauft zu welchem Preis?)</li> <li>▶ Zeitlich beschränkte Preisaktionen (z. B. Mengenrabatte, Produkt-Bündel), um Nachfragerreaktionen zu messen</li> <li>▶ Versteigerung von Produkten/Dienstleistungen über Auktionen im Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Messung von Preis-Absatz-Beziehungen und weitergehende Analyse durch Pricing-Spezialisten (Marktforschungsinstitute, spezialisierte Unternehmensberatungen)</li> </ul>

Quelle: Dr. Gerd Willger, Dr. Andreas Krämer, Andreas Krämer Managementberatung AG. Beide sind Autoren des TaschenGuides „Marktforschung“, Haufe-Verlag (1999)

## 3.6 Businessplan

Ein Businessplan sollte folgende Elemente beinhalten:

- Executive Summary
- Einleitung
- Darstellung der Geschäftsidee / des Geschäftsmodells
- Beschreibung der Technologie bzw. des Produkts oder der Dienstleistung und der Alleinstellungsmerkmale
- Vorstellung des Gründerteams / Kurzprofile
- Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Marketing- und Vertriebsplan
- Realisierungsplan
- Organisation (u. a. Unternehmensform, Geschäftskonzept) und Personal
- Finanzplanung und Finanzierung (inkl. Finanzierungsszenarien)
- Darstellung der Chancen und Risiken
- Anhang

„Meistens kommt es anders, als man denkt.“  
Chancenkapital BC (Beteiligungsgesellschaft der KSK Biberach)

Ein Businessplan dient insbesondere

- der Vorlage bei Investoren
- der Planung und Kontrolle Ihrer Unternehmensziele
- der Präsentation des Unternehmens im Geschäftsleben
- der Entscheidungsfindung im Zusammenhang mit einer geplanten Geschäftserweiterung

„Gutes Vor-Inkubieren, gute Recherche und Planung (Businessplan) und das Team sind der halbe Erfolg. Und: Nicht immer denken, dass man alles alleine oder am besten kann.“

Technologiepark Heidelberg

Ein weiterer Nutzen ergibt sich daraus, dass es für die Erstellung Ihres Businessplans notwendig ist, Ihr Vorhaben gründlich zu durchdenken und zu strukturieren – eine gute Übung für Ihre Aufgaben als Unternehmer. Bei der Erstellung Ihres Businessplans müssen Sie

- (Markteintritts-) Barrieren und Hindernisse identifizieren,
- systematisch Alternativen ermitteln und bewerten sowie Entscheidungen treffen.

Erfolgreiche Businesspläne sind

- klar und sachlich formuliert,
- auch für wissenschaftliche bzw. technische Laien verständlich geschrieben. Vermeiden Sie „Fachchinesisch“!
- auch optisch überzeugend bzw. ein Aushängeschild für das Gründungsvorhaben. Bleiben Sie bei einem Stil!
- aus einem Guss.

### TIPP

- Unterschätzen Sie die Bedeutung und Aussagekraft eines Businessplans nicht!
- Verlieren Sie die Zielgruppe für den Businessplan nicht aus den Augen!
- Vermeiden Sie bei der Konzeption Ihres Geschäftsvorhabens bzw. bei der Erstellung Ihres Businessplans folgende von Investoren häufig bemängelten Fehler:
  - mangelnde persönliche Qualifikation
  - fehlende Kenntnisse über Markt und Wettbewerbsverhältnisse
  - kein Überblick über Finanzbedarf und Eigenkapital
  - nicht überzeugende Präsentation
  - unklares, schwer durchschaubares oder unverständliches Konzept
  - zu umfangreiche Ausarbeitung

### LITERATURTIPP

- GRÜNDERZEITEN NR. 17  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)
- STARTHILFE (BMW)  
[www.existenzgruender.de/publikationen/broschueren/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/broschueren/index.php)

### EXPERTENTIPP

- EIN BUSINESSPLAN IST EINE GUTE ÜBUNG FÜR GRÜNDER, DENN ER ZWINGT ZUR STRUKTURIERUNG DER GESCHÄFTSIDE E UND ZUR ÜBERPRÜFUNG DER VORSTELLUNGEN.

### LINKS UND TOOLS

- BUSINESSPLAN-HANDBUCH
- BMWI-SOFTWAREPAKET  
[www.softwarepaket.de](http://www.softwarepaket.de)
- [WWW.EXISTENZGRUENDER.DE/GRUENDUNGSWERKSTATT](http://WWW.EXISTENZGRUENDER.DE/GRUENDUNGSWERKSTATT)
- [WWW.FOERDERLAND.DE/450.0.HTML](http://WWW.FOERDERLAND.DE/450.0.HTML)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- BIOPRO BADEN-WÜRTTEMBERG GMBH
- BIOREGIONEN
- GRÜNDUNGSBERATUNGEN

## 3.7 Marketing- und Vertriebsplanung

Marketing und Vertrieb läuft bei vielen, gerade auch bei technologieorientierten Start-ups „mal so nebenher“. Der erhoffte Erfolg bleibt dabei dann häufig aus, denn ohne konsequente Marketing- und Vertriebsaktivitäten sind weder das Unternehmen noch dessen Produkte bzw. Dienstleistungen am Markt bekannt. In dieser Phase – der Erarbeitung des Businessplans – werden die Weichen für die spätere Umsetzung der Marketing- und Vertriebsplanung gestellt. Auf die Umsetzung wird im **Kapitel 4.9 (S.34)** detaillierter eingegangen.

Bei einer sorgfältig durchdachten Marketing-Planung sollten Sie in folgenden Schritten vorgehen:

- Wie stellt sich die Marktsituation dar?
- Wie ist die Unternehmenssituation?
- Welches sind Ihre Marketingziele?
- Welches sind Ihre Marketingmaßnahmen, mit denen Sie diese Ziele erreichen wollen?
- Wie hoch ist Ihr Marketingetat?
- Überprüfen Sie den Erfolg Ihrer Marketingmaßnahmen.

Folgende Gründe führen dabei zum Scheitern:

- fehlende Marktorientierung
- fehlendes Unternehmens-„Gesicht“
- erlahmende Öffentlichkeitsarbeit
- Werbekiller „Tagesgeschäft“
- nicht vorbereitet auf die Gegenmaßnahmen der Konkurrenten
- fehlende Kommerzialisierungs- bzw. Vertriebsstrategie und Umsetzungsplanung

### DAS 4-P-MODELL DES MARKETING

Die vier Ps, ein feststehender Begriff im Marketing, stehen für Product, Price, Place und Promotion.

#### PRODUCT

##### STRATEGIE

Ein einheitliches Produkt für alle Kunden oder ein Produkt, das für verschiedene Kunden (Segment, Größe, Bedürfnisse etc.) angepasst wird.

##### TIPP

Gehen Sie hier noch einmal auf den messbaren Kundennutzen des Produktes (der Dienstleistung) ein – den Kernvorteil – und ergänzen Sie diesen um Schlüsselkriterien wie Qualität, Design, Verpackung, Zusatzausstattung, Serviceleistungen etc.

#### PRICE

##### STRATEGIE

Der Preis soll nicht nur die Kosten decken, sondern auch ausdrücken, wie viel ein Kunde für das Produkt/die Dienstleistung überhaupt zu zahlen bereit ist.

##### TIPP

Ein neues bzw. innovatives Produkt kann strategisch einen höheren Preis haben, da die Kunden in der Regel mit einem höheren Preis auch eine höhere Qualität verbinden.

#### PLACE

##### STRATEGIE

Hier geht es darum, die Vertriebskanäle strategisch darzustellen, wie Direktvertrieb, Vertretervertrieb, Großhandel, Direct Mail, Internet etc.

##### TIPP

Der wichtigste Vertriebskanal für ein neues Unternehmen ist fast ausschließlich der Direktvertrieb. Dies gibt auch einem Kapitalgeber das Gefühl, dass das Unternehmerteam sein „Geschäft“ versteht. Erst danach sind die anderen Vertriebsformen sinnvoll.

#### PROMOTION

##### STRATEGIE

Wie werden Ihre Kunden über Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung informiert? Da hier sehr schnell sehr hohe Kosten anfallen können, ist eine genaue Planung ratsam.

##### TIPP

Hier gilt das Gleiche wie bei „Place“: Neue Unternehmen sollten primär auf Direktmarketing, wie persönliche Besuche, Telefonanrufe, Direct Mail sowie Ausstellungen und Messen setzen. Denn niemandem gelingt die Positionierung – die Verankerung des Produktes/der Dienstleistung im Gedächtnis der Kunden – besser als dem Team, das hinter dem Unternehmen steht.

#### LITERATURTIPP

- GRÜNDERZEITEN NR. 20: MARKETING  
[http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

#### LINKS UND TOOLS

- ONLINE-PLANER MARKETING  
[www.existenzgruender.de/marketingplaner](http://www.existenzgruender.de/marketingplaner)
- WWW.ABSATZWIRTSCHAFT.DE

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- GRÜNDERBERATUNGEN
- BIOREGIONEN
- WERBEAGENTUREN UND PRESSEBÜROS

## 3.8 Finanzplanung

Eine gute Finanzierungsbasis ist die Grundlage für den erfolgreichen und sicheren Aufbau Ihres Unternehmens. Die Finanzplanung ist für Gründer oft der schwierigste Teil des Businessplans, da sie weitestgehend auf Schätzungen basiert. Auch wenn Ihre Idee einzigartig ist und Ihre Technologie bahnbrechend – eine Existenzgründung lohnt sich nur, wenn Sie auf Dauer ausreichend Gewinn erzielen können. Um zu definieren, wie hoch Ihr Gewinn sein muss und um eine solide Existenz zu ermöglichen, müssen Sie zunächst definieren, wie hoch Ihre laufenden Kosten sind. Danach sollten Sie ableiten, wie hoch Ihr Kapitalbedarf ist, denn eine gute Finanzierung ist für Ihr Vorhaben bedarfsgerecht zugeschnitten.

Prüfen Sie, welche Finanzierungsquellen für Ihr Unternehmen infrage kommen:

- Eigenkapital
- Fördermittel
- Bankkredite
- Business Angels
- Risikokapital (Venture Capital)

Zu einer Finanzplanung gehören

- Kapitalbedarfsplan
- Finanzierungsplan
- Liquiditätsplan
- Ertragsvorschau/Rentabilitätsrechnung

### ACHTUNG

Stellen Sie Ihre Zahlen und die zugrunde gelegten Annahmen plausibel dar und belegen Sie Ihre Planung mit entsprechenden Unterlagen.

„Gründungen im Bereich Life Sciences / Biotech sind sehr oft mit hohen Investitionen verbunden. Daher ist es sehr wichtig, sich sehr frühzeitig um eine optimale Finanzierung des Gründungsvorhabens zu kümmern.“

TTI – Technologie Transfer Initiative GmbH

### TIPP

- Erarbeiten Sie unterschiedliche Szenarien (Best-, Worst- und Realistic-case).
- Berechnen Sie im Vorfeld von Investorengesprächen den potenziellen Wert Ihres Unternehmens. So sind Sie für die Verhandlungen mit Kapitalgebern gut vorbereitet, denn diese werden ebenfalls eine Bewertung Ihres Vorhabens vornehmen.

„Prioritär sollte ein optimaler, auf die individuelle Unternehmensentwicklung zugeschnittener Finanzierungs-Mix sein: Eine Seedfinanzierung – beispielsweise durch den High-Tech-Gründerfonds – befähigt die Gründer wesentlich, (technologische) Entwicklungs-Meilensteine zu erreichen, um dann gestärkt in die Akquise von Folgefinanzierungen zu gehen. Vorteil: Die Diskussion um die Unternehmensbewertung mit einem Folgeinvestor steht mit erreichten Meilensteinen auf einer soliden Basis.“  
High-Tech-Gründerfonds

### EXPERTENTIPP

- NUTZEN SIE PROFESSIONELLE SOFTWARE. DIE BIOPRO BADEN-WÜRTTEMBERG GMBH UNTERSTÜTZT SIE DABEI GERNE.

### LINKS UND TOOLS

- BUSINESSPLAN-HANDBUCH

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- GRÜNDERBERATUNGEN
- BIOPRO BADEN-WÜRTTEMBERG GMBH
- BIOREGIONEN

# 4 Realisationsphase

## 4.1 Finanzierung

Sie benötigen ein Geschäftskonto bzw. eine Hausbank, um

- den geschäftlichen Zahlungsverkehr zu erledigen,
- Anträge für öffentliche Fördermittel stellen oder
- einen Kredit aufnehmen zu können.

Vereinbaren Sie Termine bei verschiedenen Banken und bereiten Sie sich auf das Bankengespräch gut vor. Es spricht nichts dagegen, einen Berater mitzunehmen, doch klären Sie im Vorfeld die Rollenverteilung.

### TIPP

- Viele Existenzgründer treten bei Bankengesprächen wie Bittsteller auf. Begeben Sie sich nicht in diese Position! Bereiten Sie sich gut vor und treten Sie selbstsicher auf!
- Informieren Sie sich im Vorfeld z.B. über infrage kommende Förderprogramme (Bundeswirtschaftsministerium, Förderinstitute der Länder oder der KfW) und benennen Sie diese beim Gespräch.
- Lassen Sie den Kontakt zu Ihrem Bankberater nicht abreißen. Pflegen Sie Ihre Bankbeziehungen.

Achten Sie bei der Suche nach einer geeigneten Hausbank auf folgende Aspekte:

- Welche Bankverbindung wird in meiner Branche bzw. bei meinen Geschäftspartnern häufig genutzt?
- Ist die Beratung vertrauensvoll und gründlich?
- Ist mir mein Ansprechpartner sympathisch?
- Kennt mein Ansprechpartner meinen Markt bzw. kann er auf entsprechende Informationen zurückgreifen?
- Ist mein Ansprechpartner in der Lage und auch bereit, mich über öffentliche Förderprogramme zu informieren?
- Bietet die Bank/Sparkasse günstige Konditionen?

In der Regel brauchen Sie Investoren zur Finanzierung einer Unternehmensgründung im Hochtechnologie-Umfeld. Neben der Person des Gründers zählt der Businessplan für einen Early-Stage-Investor zu den wichtigsten Anhaltspunkten bei der Beurteilung einer Investitionsmöglichkeit. Eine ausführliche Anleitung zur Erstellung eines Businessplans finden Sie in Teil 3 dieser Broschüre.

Was Sie bei der Vorstellung Ihres Businessplans bei Investoren beachten sollten:

- Investoren erhalten eine Vielzahl von Investitionsanfragen, über die sie sich in kurzer Zeit (ca. 10-15 Minuten) eine erste Meinung bilden müssen. Achten Sie daher unbedingt darauf, dass der Leser durch die Gestaltung, Gliederung und Formulierung Ihres Businessplans sehr schnell einen Überblick über wesentliche Aspekte Ihres Geschäftsvorhabens erhält.
- Die Schlüsselrolle des Businessplans kommt dem Executive Summary zu. Im ungünstigen Fall wird nur dieses Kapitel gelesen. Verfassen Sie es kurz und knackig und vermeiden Sie dabei Superlative und reißerische Adjektive.
- Beantworten sie zuallererst die Frage, was der Investor davon hat, wenn er in Ihr Unternehmen investiert. Informieren Sie sich daher im Vorfeld über das Geschäftsmodell und die Interessen des Investors.
- Beachten Sie, dass der Investor an einer dem Risiko angemessenen Rendite interessiert ist.
- Der Early-Stage-Investor erwartet einen direkten Zugang zum Gründer des Unternehmens. Geben sie daher gleich auf dem Deckblatt Ihre Kontaktdaten an, unter denen er Sie direkt erreichen kann.
- Lassen Sie etwas Zeit vergehen, bevor Sie sich nach dem Stand der Dinge erkundigen. Viele Investoren verfahren nach dem Motto: „Don't call me, I call you.“

### EXPERTENTIPP

- FÜHREN SIE SICH STETS VOR AUGEN, DASS EIN KAPITALGEBER IN ERSTER LINIE MIT SEINER INVESTITION GELD VERDIENEN MÖCHTE! FÜR RISIKOKAPITALGEBER GILT, DASS DIE RISIKEN DURCH RELATIV HOHE GEWINNAUSSICHTEN AUSGEGlichen WERDEN MÜSSEN.

### LINKS UND TOOLS

- LEITFADEN BANKENGESPRÄCH / NOTWENDIGE UNTERLAGEN  
[http://www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/finanzierung/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/finanzierung/index.php)
- [WWW.WIR-INVESTIEREN.DE](http://www.wir-investieren.de)
- [WWW.EXISTENZGRUENDER.DE](http://www.existenzgruender.de)
- [WWW.BVKAP.DE](http://www.bvkap.de)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- VERMITTLUNG VON BETEILIGUNGSKAPITAL  
<http://red.newcome.de/finanzierung/Beteiligungskapital/index.php?typ=4&lvl=805&Order=Name&Sort=ASC>
- BUNDESVERBAND DEUTSCHER KAPITALBETEILIGUNGSGESELLSCHAFTEN (BVK)  
[www.bvkap.de](http://www.bvkap.de)
- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- GRÜNDERBERATER

## 4.2 Förderung

Die Förderlandschaft in Deutschland gleicht einem Dschungel. Es ist nicht einfach, zwischen Förderprogrammen auf europäischer Ebene, Förderung vom Bund und Förderprogrammen der Länder das Passende herauszufiltern. Nutzen Sie bei der Auswahl eines Förderprogramms die Anlaufstellen des Landes. Eine erste Orientierung erhalten Sie auch auf Internetportalen von Bund und Land. Nutzen Sie die Checklisten des Bundesministerium für Wirtschaft mit Technologie, BMWi. Diese können Ihnen auch dabei behilflich sein, zu prüfen, ob Sie die Förderkriterien erfüllen und Sie dabei beraten, wann ein Förderantrag gestellt werden soll/muss.

### FÖRDERUNG IN BADEN-WÜRTTEMBERG

Neben den eigenen Krediten der Banken und Sparkassen gibt es auch verschiedene Förderkredite, Bürgschaften und Beteiligungen von speziellen Förderbanken. Diese bieten zudem Beratungen an, z. B. in Form von Finanzierungssprechtagen bei den Industrie- und Handelskammern sowie den Handwerkskammern.

#### L-BANK

Die L-Bank ist die Staatsbank von Baden-Württemberg. Sie unterstützt Gründungen und Unternehmensübernahmen mit bedarfsorientierten Förderprogrammen und Finanzierungskonzepten und ist eng verzahnt mit der Bürgschaftsbank, der MBG, der bundesweit tätigen KfW Mittelstandsbank sowie den Hausbanken. Hierbei wird ein breites Spektrum von Finanzierungsinstrumenten eingesetzt, wie z. B. zinsgünstige Darlehen, Nachrangdarlehen, Bürgschaften, Beteiligungskapital.

#### BÜRGSCHAFTSBANK BADEN-WÜRTTEMBERG

Die Bürgschaftsbank Baden-Württemberg unterstützt als wettbewerbsneutrale Selbsthilfe-Einrichtung der gewerblichen Wirtschaft, sinnvolle unternehmerische Projekte von kleinen und mittleren Unternehmen bei fehlenden oder nicht ausreichenden Sicherheiten. Die Förderung erfolgt durch Übernahme von Bürgschaften gegenüber einer Hausbank.

#### MBG MITTELSTÄNDISCHE BETEILIGUNGSGESELLSCHAFT BADEN-WÜRTTEMBERG

Die MBG Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg ist eine öffentlich geförderte Beteiligungsgesellschaft. Ihre Aufgabe ist die Verbesserung der Finanzierungsstruktur von Existenzgründungen und mittelständischen Unternehmen, um die Grundlage für eine solide Unternehmensentwicklung und für weiteres Wachstum zu schaffen.

#### ANLAUFSTELLEN

[www.l-bank.de](http://www.l-bank.de)

[www.buergschaftsbank.de](http://www.buergschaftsbank.de)

[www.mbg.de](http://www.mbg.de)

#### TIPP

Öffentliche Fördermittel des Bundes und der Länder müssen Sie grundsätzlich bei Ihrer Hausbank beantragen.

#### ACHTUNG

Beantragen Sie Fördermittel vor dem Beginn der Arbeiten, die Sie gerne mit öffentlicher Förderung durchführen wollen. Im Nachhinein werden keine Fördermittel bewilligt.

#### FÖRDERUNG VON GRÜNDUNGEN AUS DER HOCHSCHULE

Gründer können heute an vielen Hochschulen des Landes in sogenannten Inkubatoren für zwei bis drei Jahre auf dem Campus bleiben und die Ressourcen der Hochschule oder der Forschungseinrichtung kostenlos oder kostengünstig nutzen. Dabei werden sie vom Inkubator-Management und regionalen Netzwerken kompetent betreut und unterstützt.

Eine weitere Unterstützung bei der Gründung kann durch die personenbezogenen Förderprogramme „Junge Innovatoren“ des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg, MWK, sowie durch das Bundesprogramm „EXIST“ erfolgen.

#### LITERATURTIPP

- VORAUSSETZUNG ERP-STARTFONDS
- VORAUSSETZUNG GRÜNDERCOACHING
- VORAUSSETZUNG EXIST-GRÜNDERSTIPENDIUM
- VORAUSSETZUNG EXIST-FORSCHUNGSTRANSFER
- WAS SIE BEI FÖRDERPROGRAMMEN BEACHTEN SOLLTEN

Alle Lesetipps unter: [www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/finanzierung/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/finanzierung/index.php)

#### LINKS UND TOOLS

- EXIST  
[www.exist.de](http://www.exist.de)
- INKUBATOREN IN BADEN-WÜRTTEMBERG  
[www.hochschulportal.newcome.de/hochschulen/Gruenderverbunde/index.php](http://www.hochschulportal.newcome.de/hochschulen/Gruenderverbunde/index.php)
- [WWW.FOERDERDATENBANK.DE](http://WWW.FOERDERDATENBANK.DE)
- [WWW.NEWCOME.DE](http://WWW.NEWCOME.DE)
- [WWW.SERVICE-BW.DE](http://WWW.SERVICE-BW.DE)
- RAHMENPROGRAMM BIOTECHNOLOGIE  
[www.bmbf.de/pub/rahmenprogramm\\_biotechnologie.pdf](http://www.bmbf.de/pub/rahmenprogramm_biotechnologie.pdf)

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IFEX
- BMWI-FINANZIERUNGSHOTLINE  
Tel. 03018 615-8000
- INFOCENTER DER KfW MITTELSTANDSBANK  
Tel. 0180 124 11 24
- WIRTSCHAFTSMINISTERIUM IHRES BUNDESLANDES
- INVESTITIONSBANK IHRES BUNDESLANDES

## 4.3 Standort

Die grundlegende Standortentscheidung haben Sie bereits zu einem früheren Zeitpunkt getroffen. Nun geht es darum, einen Mietvertrag zu verhandeln und zu unterschreiben und die Räumlichkeiten dann „betriebs- bzw. arbeitstauglich“ zu gestalten.

Kümmern Sie sich rechtzeitig um die notwendige Infrastruktur. Dazu gehört der Abschluss von Verträgen mit den zuständigen Versorgungsfirmen für

- Strom
- Wasser
- Gas
- Entsorgung (z. B. Abfallbeseitigung, Abwasser)
- Telekommunikation

### ACHTUNG

- Achten Sie beim Mietvertrag neben Preis, Größe und Zustand der Räume auch auf Expansionsmöglichkeiten bzw. Erweiterungsoptionen.
- Binden Sie sich nicht allzu langfristig an einen Standort, denn Sie wissen nicht, ob er in ein paar Jahren Ihren Anforderungen noch gerecht wird. Achten Sie bei langfristigen Mietverträgen auf geeignete Ausstiegsklauseln.
- Berücksichtigen Sie die behördlichen Auflagen!

### TIPP

- Gerade für Gründungen, die Laborflächen benötigen, ist es sinnvoll, zu überlegen, ob Universitäten oder Forschungseinrichtungen die Möglichkeit anbieten, Räume zu nutzen. Diese sind in der Regel gut an die Bedürfnisse von forschenden Unternehmen angepasst.
- Auch Biotechnologieparks sind auf Gründer mit hohen Anforderungen an die Infrastruktur (Laborbereiche mit Gasversorgung, Abzüge, Tragfähigkeit der Böden für schwere Geräte etc.) in der Regel sehr gut eingestellt.
- Falls für Ihr Unternehmen die Nutzung bestimmter sehr teurer Geräte notwendig sein könnte, ist bei der Standortwahl die Erreichbarkeit und Verfügbarkeit solcher Gerätschaften als Kriterium einzubeziehen.

#### LITERATURTIPP

- GRÜNDERZEITEN  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

#### LINKS UND TOOLS

- [WWW.FOERDERLAND.DE](http://WWW.FOERDERLAND.DE)

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- GRÜNDERZENTREN
- TECHNOLOGIEPARKS



## 4.4 Amtswege

Auf dem Weg in die berufliche Selbstständigkeit müssen Sie Anmeldeformalitäten erledigen und gesetzliche Vorschriften beachten.

### GEWERBEAMT

Ihr erster Weg führt Sie (sofern Sie sich nicht als Freiberufler selbstständig machen) zum Gewerbeamt. Hier zeigen Sie den selbstständigen Betrieb Ihres Gewerbes an. Das Gewerbeamt informiert in der Regel folgende weiteren Stellen:



### FINANZAMT

Die zweite Station bei Ihren Behördengängen ist das Finanzamt. Das Finanzamt teilt Ihnen eine Steuernummer zu und schickt Ihnen einen Fragebogen zur steuerlichen Erfassung. Sie müssen Auskünfte zu zukünftigen Umsätzen und Gewinnen erteilen. Gehen Sie bei der Berechnung dieser Schätzwerte eher vorsichtig vor, da hiervon zunächst die Höhe der Vorauszahlung Ihrer Einkommens- und Gewerbesteuer (nur für Gewerbetreibende) abhängt.

### ACHTUNG

Denken Sie daran: In der Anlaufphase können die Kosten im Verhältnis zu den erzielten Umsätzen überdurchschnittlich hoch sein.

### BERUFGENOSSENSCHAFT

Berufsgenossenschaften sind die Träger der gesetzlichen Unfallversicherung. Setzen Sie sich mit der zuständigen Berufsgenossenschaft in Verbindung, um zu klären, ob für Ihr Unternehmen Versicherungspflicht besteht. Die Adresse der zuständigen Berufsgenossenschaft erhalten Sie bei der Industrie- und Handelskammer.

Die Mitgliedschaft in der Berufsgenossenschaft ist Pflicht, sobald ein Unternehmen Arbeitnehmer beschäftigt. Beschäftigen Sie in Ihrem Unternehmen keine Mitarbeiter, sind Sie nicht in jedem Fall versicherungspflichtig. Informieren Sie die zuständige Berufsgenossenschaft innerhalb einer Woche nach Gewerbeanmeldung bzw. Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit.

### TIPP

Eine freiwillige Versicherung bei der Berufsgenossenschaft kann aber sinnvoll sein, um sich gegen die Folgen von Arbeitsunfällen und Berufskrankheiten zu versichern.

Ist eine Mitgliedschaft erforderlich, erhalten Sie einen Fragebogen zur Unternehmensbeschreibung, den Sie beantworten und zurückschicken müssen. Die Beiträge für die gesetzliche Unfallversicherung trägt allein das Unternehmen. Die Beitragstarife unterscheiden sich je nach Branche bzw. Berufsgenossenschaft und sind abhängig von

- der Bruttolohnsumme eines Unternehmens,
- der jeweiligen Gefahrenklasse (Grad der Unfallgefahr)
- sowie dem Beitragsfuß (Grundbeitrag für 1.000 Euro Entgelt in der Gefahrenklasse 1).

Ein Gewerbe, das mit einem hohen Unfallrisiko verbunden ist, zahlt einen höheren Gefahrentarif als ein Unternehmen mit einer geringen Risikoklasse.

#### **INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER (IHK)**

Zu den Aufgaben der Kammern gehören beispielsweise die Interessenvertretung ihrer Mitglieder, die Überwachung der Einhaltung der Berufspflicht, die Mitwirkung an der Berufsausbildung bzw. Erlassung von Prüfungsordnungen, das Führen von Statistiken, die Förderung beruflicher Fortbildung, das Erstellen von Gutachten.

Wer sich beruflich selbstständig macht, ist in den meisten Fällen Mitglied einer Kammer. Gewerbesteuerpflichtige Unternehmen sind immer Pflichtmitglied einer Industrie- und Handelskammer (IHK) und damit beitragspflichtig.

Angebote der IHK:

- Gründerberatung
- Unterstützung bei der Standortsuche
- Unterstützung bei Behördengängen und Amtswegen
- Networking

#### **TIPP**

Nutzen Sie die Angebote Ihrer zuständigen IHK.

#### **AGENTUR FÜR ARBEIT**

Wollen Sie sozialversicherungspflichtige Mitarbeiter beschäftigen? Wenn ja, benötigen Sie eine Betriebsnummer. Einen Antrag zur Ausstellung einer Betriebsnummer stellen Sie beim Betriebsnummern-Service der Bundesagentur für Arbeit. Die achtstellige Betriebsnummer ist Grundlage für die Meldung zur Sozialversicherung. Die Vergabe der Betriebsnummer ist kostenlos.

Eine Betriebsnummer ist erforderlich für die

- An- und Abmeldung der Beschäftigten bei der Krankenkasse
- Abrechnung der Beiträge zur Kranken-, Renten- und Arbeitslosenversicherung
- Beantragung betriebsbezogener Arbeitsgenehmigungen
- Meldung von Unfallanzeigen an die Berufsgenossenschaft

## AMTSGERICHT / NOTAR

Je nachdem, für welche Rechtsform Sie sich entschieden haben, ist der Eintrag Ihres Unternehmens ins Handelsregister notwendig. Der Handelsregistereintrag ist Pflicht, wenn das Unternehmen einen kaufmännischen Geschäftsbetrieb darstellt. Abgesehen von Kleingewerbetreibenden und der BGB-Gesellschaft (GbR) sind Unternehmen aller Rechtsformen zu einem Eintrag ins Handelsregister verpflichtet. Die Anträge für den Eintrag ins Handelsregister müssen notariell beglaubigt werden.

Folgende Kosten fallen an:

- Notarkosten
- Gebühren beim Amtsgericht
- Die Höhe der Kosten richtet sich nach dem Geschäftswert des Unternehmens. Bei Neugründungen wird die Summe des vorhandenen Eigenkapitals als Grundlage genommen.

## TIPP

Der Gesetzgeber stellt für Standardgründungen Musterverträge bzw. -protokolle zur Verfügung. Prüfen Sie, ob Sie für Ihre Gründung diese Musterverträge bzw. -protokolle verwenden können. Die Verwendung von Mustervorlagen kann Zeit und Kosten sparen. Wägen Sie jedoch ab, ob Ihre Interessen bzw. die Besonderheiten Ihrer Gründung in den Mustervorlagen ausreichend abgebildet werden.

## ACHTUNG

Die Daten im Handelsregister müssen stets aktuell gehalten werden. Denken Sie daran, etwaige Änderungen sofort zu melden!

## REGIERUNGSPRÄSIDIUM

Wenn Sie gentechnisch arbeiten wollen, d.h. mit lebenden bzw. vermehrungsfähigen gentechnisch veränderten Organismen umgehen wollen (z.B. Viren, Bakterien, Pilzen, Pflanzen, Tieren, Zellen), müssen Sie Ihr Labor als gentechnische Anlage anmelden und die vorgesehenen gentechnischen Arbeiten beim Regierungspräsidium Tübingen anmelden oder genehmigen lassen.

Das Regierungspräsidium Tübingen berät Sie dabei,

- wie die vorgesehenen gentechnischen Arbeiten einzustufen sind,
- wie die Räume der gentechnischen Anlage ausgestattet sein müssen,
- welche Voraussetzungen die verantwortlichen Personen erfüllen müssen,
- wie das Anmelde-/Genehmigungsverfahren erfolgt und welche Formblätter und Unterlagen dazu eingereicht werden müssen.

Neben der Genehmigung ist das Regierungspräsidium Tübingen auch für die Überwachung gentechnischer Anlagen und Arbeiten zuständig.

## TIPP

- Nehmen Sie bereits in der Planungsphase gentechnischer Arbeiten Kontakt zum Regierungspräsidium auf.
- Viele Anmeldungen können Sie mittlerweile online erledigen. Formulare finden Sie z.B. auf der Internetseite Ihrer Kommune.

### LITERATURTIPP

- **GESETZESGRUNDLAGE FÜR DEN EINTRAG INS HANDELSREGISTER: BMJ: §§ 8-16 HANDELSREGISTER, UNTERNEHMENSREGISTER**

### LINKS UND TOOLS

- **WWW.SERVICE-BW.DE**
- **BEHÖRDEN- UND FORMULARWEGWEISER**  
[www.bmw-wegweiser.de/home](http://www.bmw-wegweiser.de/home)
- **STANDORTINFORMATIONSSYSTEM BADEN-WÜRTTEMBERG**  
[www.bw-sis.ihk.de](http://www.bw-sis.ihk.de)
- **HANDELSREGISTEREINTRAG**
- **ELEKTRONISCHES HANDELSREGISTER**  
[www.handelsregister.de/rp\\_web/welcome.do?sec\\_ip=78.43.241.235](http://www.handelsregister.de/rp_web/welcome.do?sec_ip=78.43.241.235)
- **ELEKTRONISCHER BUNDESANZEIGER**  
[www.ebundesanzeiger.de/ebanzwww/wexsservlet](http://www.ebundesanzeiger.de/ebanzwww/wexsservlet)
- **REGIERUNGSPRÄSIDIUM: FORMBLÄTTER UND FORMULARE**  
[www.rp.baden-wuerttemberg.de/servlet/PB/menu/1117134/index.html](http://www.rp.baden-wuerttemberg.de/servlet/PB/menu/1117134/index.html)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- **IHK**  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- **BIOREGIONEN**
- **GRÜNDERBERATUNGEN**
- **BERUFSGENOSSENSCHAFT**
- **NOTAR**
- **RECHTSANWALT**
- **STEUERBERATER**
- **REGIERUNGSPRÄSIDIUM TÜBINGEN, REFERAT 58, GENTECHNIKAUFSICHT**

## 4.5 Versicherungen

Zum Thema Versicherungen gilt es zunächst folgende Unterscheidung vorzunehmen:

- nach Pflicht- bzw. freiwilligen Versicherungen
- nach Versichertem
  - Versicherungen für Mitarbeiter
  - Versicherungen für den Unternehmer
  - Versicherungen für das Unternehmen/  
betriebliche Versicherungen

Folgende Pflichtversicherungen müssen Sie bei Gründung Ihres Unternehmens berücksichtigen:

- Für den Unternehmer:
  - Kranken-/Pflegeversicherung
  - Rentenversicherung
- Für Mitarbeiter:
  - Sozialversicherung (umfasst Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung)
  - Unfallversicherung
- Für das Unternehmen:
  - Kfz-Haftpflichtversicherung

### TIPP

- Prüfen Sie, welche weiteren Versicherungen Sie für Ihren spezifischen Fall für sinnvoll bzw. notwendig halten.
- Unabhängige Institutionen wie der Deutsche Versicherungsschutzverband (DVS) helfen bei der Auswahl geeigneter Versicherungsunternehmen.
- Lassen Sie sich bei Ihrer IHK beraten!

Betriebliche Versicherungen sollen Nachteile verhindern, die Ihrem Unternehmen durch Schädigung seitens anderer Personen, aus Ihrer eigenen Tätigkeit oder durch unvorhersehbare Ereignisse entstehen können. Eine Absicherung gegen alle betrieblichen Risiken dürfte aus Kostengründen jedoch kaum möglich und in der Regel auch nicht sinnvoll sein.

- Folgende Vorüberlegungen sollten Sie tätigen:
  - Welche Schäden können in Ihrem Unternehmen auftreten?
  - Wie hoch ist das Risiko der Existenzgefährdung für das Unternehmen aus diesen Schäden?
  - Welche Maßnahmen können ergriffen werden, um diese Schäden zu vermeiden?

- Welche Risiken lassen sich versichern?
- Welche Risiken können im Schadensfall vom Betrieb selbst gedeckt werden?

### TIPP

- Überlegen Sie, welches (betriebliche und/oder persönliche) Risiko Sie tatsächlich unbedingt versichern müssen.
- Stellen Sie eine Rangordnung auf.
  - Versichern Sie zuerst die Risiken mit den größten finanziellen Folgen für Ihr Unternehmen!
  - Sichern Sie sich dann gegen Risiken mit den höchsten Eintrittswahrscheinlichkeiten ab!

### ACHTUNG

- Achten Sie darauf, dass die Beitragszahlungen Ihre Liquidität nicht zu sehr strapazieren.
- Schließen Sie kurzfristige Verträge ab, dadurch bleiben Sie flexibel: am besten durch Jahresverträge mit der Option auf Verlängerung, wenn nicht vor Vertragsende gekündigt wird.
- Beginnen Sie frühzeitig damit, für Ihren Ruhestand vorzusorgen.

### KRANKEN- / PFLEGEVERSICHERUNG FÜR DEN UNTERNEHMER

Die Arbeitskraft von Existenzgründern und Unternehmern ist ihr wichtigstes Kapital. Besonders wichtig sind daher alle Versicherungen, die existenzbedrohende Risiken abdecken. Selbstständige sind verpflichtet, sich entweder über eine gesetzliche oder eine private Krankenversicherung abzusichern. Informieren Sie frühzeitig Ihre Krankenkasse darüber, dass Sie sich selbstständig machen möchten.

### ACHTUNG

Als Selbstständiger erhalten Sie im Krankheitsfall keine sechswöchige Lohnfortzahlung wie ein Angestellter. Zudem verdienen Sie in der Regel, während Sie krank sind, kein Geld mehr. Achten Sie darauf, dass die Versicherungsleistungen alle wichtigen Lebenshaltungskosten decken. Das betrifft vor allem die ersten sechs Krankheitswochen.

### TIPP

Wägen Sie sorgfältig ab, ob der Wechsel in eine private Krankenversicherung sinnvoll ist. Eine Rückkehr von einer privaten

in die gesetzliche Krankenversicherung ist später nicht mehr möglich. Wenn Sie nicht ganz sicher sind, welche Variante die richtige ist, sollten Sie vorläufig weiterhin freiwillig bei Ihrer bisherigen gesetzlichen Krankenkasse bleiben.

#### **RENTENVERSICHERUNG FÜR DEN UNTERNEHMER**

Als selbstständiger Unternehmer sollten Sie den Aufbau Ihrer Altersversorgung rechtzeitig planen, denn in der Regel sind Sie nicht mehr in der gesetzlich Rentenversicherung pflichtversichert. Das bedeutet aber gleichzeitig, dass es unverzichtbar ist, privat für einen finanziell gesicherten Lebensabend zu sorgen.

Gut zu wissen: Die Ansprüche an die gesetzliche Rentenversicherung, die Sie sich gegebenenfalls in der Zeit als Arbeitnehmer erworben haben, bleiben erhalten.

In der Altersvorsorge gibt es folgende Alternativen:

- Pflichtmitgliedschaft in der gesetzlichen Rentenversicherung (RV)
- freiwillige Mitgliedschaft in der gesetzlichen Rentenversicherung und zusätzliche Absicherung durch eine private Altersvorsorge
- ausschließliche Absicherung durch private Altersvorsorge

#### **SOZIALVERSICHERUNG (FÜR DIE MITARBEITER)**

Angestellte Mitarbeiter sind sozialversicherungspflichtig (bei der gesetzlichen Renten-, Kranken-, Pflege- und Arbeitslosenversicherung). Jeder Arbeitnehmer wird mit dem Einstieg ins Berufsleben somit in das Netz des Sozialversicherungswesens integriert und erhält eine Sozialversicherungsnummer. Als Arbeitgeber sind Sie für die An- und Abmeldung Ihrer Angestellten bei der Sozialversicherung verantwortlich. Die Anmeldung erfolgt bei der Krankenkasse, die sie an die anderen Träger (die Bundesagentur für Arbeit, die Pflegekassen und die Deutsche Rentenversicherung) weiterleitet und die Sozialversicherungsbeiträge einzieht. Als Arbeitgeber müssen Sie für Ihre Mitarbeiter die Beiträge zur Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung berechnen und mit Hilfe eines Beitragsnachweises bei der Krankenkasse des Beschäftigten melden und überweisen.

#### **ACHTUNG**

- Setzen Sie sich daher mit der Krankenkasse Ihrer Mitarbeiter in Verbindung und melden Sie sie dort an.
- In der Regel sind Sozialversicherungsbeiträge in Höhe des voraussichtlichen Betrags am drittletzten Bankarbeitstag des Tätigkeitsmonats fällig.

#### **UNFALLVERSICHERUNG (FÜR MITARBEITER UND UNTERNEHMER)**

Die Unfallversicherung deckt neben dem Risiko eines Arbeitsunfalls auch das Risiko eines Wegeunfalls – auf dem Weg zur Arbeit beziehungsweise zurück – und einer Berufskrankheit ab.

Die Unfallversicherung ist eine Pflichtversicherung für Mitarbeiter; alle Mitarbeiter eines Unternehmens müssen in der Berufsgenossenschaft gesetzlich unfallversichert sein. Unternehmer oder Freiberufler sind in der Regel nicht pflichtversichert, denn für den Unternehmer ist die Unfallversicherung eine freiwillige Versicherung.

Zur Erinnerung:

- Informieren Sie die zuständige Berufsgenossenschaft innerhalb einer Woche nach Gewerbeanmeldung bzw. Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit.
- Setzen Sie sich mit der zuständigen Berufsgenossenschaft in Verbindung, um zu klären, ob für Ihr Unternehmen Versicherungspflicht besteht (siehe Amtswege 4.4: Berufsgenossenschaft).

#### **TIPP**

- Jeder Unternehmer kann sich aber bei seiner Berufsgenossenschaft freiwillig gegen die Folgen von Arbeits- und Wegeunfällen versichern.
- Die gesetzliche (Berufsgenossenschaft) und/oder private Unfallversicherung greifen, wenn durch einen Unfall eine Invalidität eingetreten ist.
- Leistungen und Prämien der Versicherungsträger unterscheiden sich deutlich. Lassen Sie sich daher bei Interesse an einer freiwilligen Unfallversicherung fachkundig beraten.

## HAFTPFLICHTVERSICHERUNG

Als betriebliche Pflichtversicherung ist die Kfz-Haftpflichtversicherung zu nennen. Sie ist für jedes zugelassene Fahrzeug in Deutschland vorgeschrieben und damit auch für Firmenkfz abzuschließen.

Daneben gibt es freiwillige betriebliche Versicherungen, wie die Betriebs-Haftpflichtversicherung, die Produkt-Haftpflichtversicherung oder die Umwelthaftpflichtversicherung.

Die Betriebs-Haftpflichtversicherung

- deckt Schäden an Dritten ab.
- zahlt Schadenersatzansprüche von Kunden, Lieferanten, Besuchern und Mitarbeitern.

Die Produkt-Haftpflichtversicherung

- tritt ein, wenn Dritte durch fehlerhafte Produkte zu Schaden kommen (vor allem für Hersteller, Lieferanten, Lizenznehmer).
- sollte für Unternehmen, die Güter zur weiteren Verarbeitung herstellen, erweitert werden, um eine Abdeckung von möglichen Folgeschäden in der Produktionskette zu sichern.

Für Biotech-Unternehmen kann der Abschluss einer Umwelthaftpflichtversicherung sinnvoll sein.

Die Umwelthaftpflichtversicherung

- schützt vor Schadenersatzansprüchen, wenn durch den Betrieb Boden, Wasser, Luft verunreinigt werden.
- schützt persönlich haftende Gesellschafter von Unternehmen, wie GmbH-Geschäftsführer und AG-Vorstände, nicht ausreichend. Daher ist unter Umständen eine zusätzliche Vermögensschadenshaftpflicht sinnvoll.

## TIPP

Wägen Sie ab, wie hoch die Risiken und Eintrittswahrscheinlichkeiten eines Umweltschadens für Ihr Unternehmen sind.

### LITERATURTIPP

- GRÜNDERZEITEN NR. 24:  
BETRIEBLICHE VERSICHERUNGEN  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

### TIPP

- DIE MEISTEN KRANKENKASSEN BIETEN EINEN BERATUNGSSERVICE FÜR ARBEITGEBER RUND UM DEREN PFLICHTEN IN PUNCTO SOZIALVERSICHERUNG AN.

### LINKS UND TOOLS

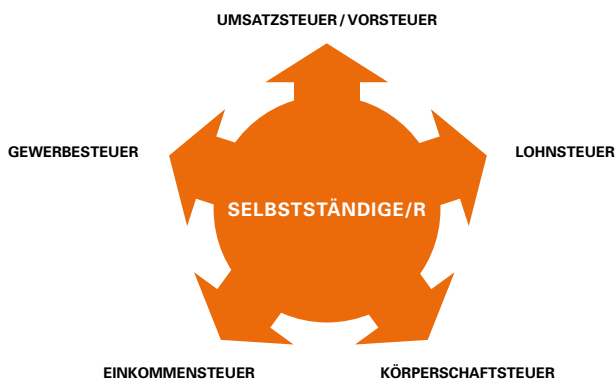
- ÜBERBLICK ÜBER VERSICHERUNGEN  
[www.foerderland.de/135.0.html](http://www.foerderland.de/135.0.html)
- VERSICHERUNGEN / VORSORGE  
[www.existenzgruender.de/selbstaendigkeit/vorbereitung/gruendungswissen/versicherung/index.php](http://www.existenzgruender.de/selbstaendigkeit/vorbereitung/gruendungswissen/versicherung/index.php)
- CHECKLISTE VERSICHERUNGEN  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/steuer\\_versich/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/steuer_versich/index.php)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- DEUTSCHER VERSICHERUNGS-SCHUTZVERBAND

## 4.6 Steuern

Als Selbstständige/r haben Sie es mit einer ganzen Reihe von Steuern zu tun:



Abhängig von der Rechtsform Ihres Unternehmens fallen bestimmte Steuern an, die einerseits von der Gemeinde und andererseits vom Finanzamt erhoben werden. Die Gewerbesteuer wird von der Gemeinde erhoben. Diese fällt erst an, wenn der Gewerbeertrag den jährlichen Freibetrag von 24.500 Euro übersteigt. Alle übrigen Steuern sind an das Finanzamt zu entrichten.

### TIPP

Steuertermine und einen allgemeinen Steuerkalender erhalten Sie über das Portal der Finanzämter Baden-Württemberg. Informieren Sie sich über die Steuertermine und erstellen Sie einen Steuerkalender für Ihr Unternehmen!

### ACHTUNG

Beachten Sie die Steuervorauszahlungen:

- Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer müssen Sie vierteljährlich im Voraus zahlen.
- Die Umsatzsteuer muss in der Regel monatlich im Voraus angemeldet werden.

Unternehmen sind zur elektronischen Lohnsteuer-Anmeldung und Umsatzsteuer-Voranmeldung verpflichtet. Für die elektronische Steuererklärung können Sie die kostenlose Software ElsterFormular verwenden.

### ACHTUNG

- Die Steuerbestimmungen und -formalitäten sind ein kompliziertes Feld. Um folgenschwere Fehler zu vermeiden, suchen Sie sich schon im frühen Stadium Ihrer Existenzgründung einen Steuerberater.
- Halten Sie sich penibel an die Zahlungsfristen, die Ihnen das Finanzamt setzt, sonst müssen Sie mit Säumniszuschlägen rechnen.
- Legen Sie einen ausreichend hohen Betrag für Ihre Steuerzahlungen „auf die hohe Kante“.

### LITERATURTIPP

- **BROSCHÜRE:**  
„STEUERTIPPS FÜR EXISTENZGRÜNDER“  
[www.finanzministerium.baden-wuerttemberg.de/de/bestellformular/110375.html?orderid=109978&referer=110287&ref\\_template=&ref\\_boxid=](http://www.finanzministerium.baden-wuerttemberg.de/de/bestellformular/110375.html?orderid=109978&referer=110287&ref_template=&ref_boxid=)
- **GRÜNDERZEITEN NR. 34: STEUERN**  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

### LINKS UND TOOLS

- [WWW.SERVICE-BW.DE](http://WWW.SERVICE-BW.DE)
- **PORTAL DER FINANZÄMTER BADEN-WÜRTTEMBERG**  
[www.fa-baden-wuerttemberg.de/servlet/PB/menu/1200576/index.html?ROOT=1200591](http://www.fa-baden-wuerttemberg.de/servlet/PB/menu/1200576/index.html?ROOT=1200591)
- **ELEKTRONISCHE STEUERERKLÄRUNG (ELSTER)**

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- **STEUERBERATER**
- **FINANZAMT**

## 4.7 Organisation

Bevor Sie sich ins operative Geschäft stürzen, sollten Sie zunächst noch ein paar organisatorische Dinge klären. Denn für den Erfolg eines Unternehmens ist die richtige (Aufbau- und Ablauf-) Organisation mitentscheidend. Sorgen Sie also frühzeitig für Ordnung.

- Heutzutage ist eine zuverlässige und stabile IT-Struktur fast schon eine Grundvoraussetzung dafür, dass Sie überhaupt operativ tätig sein können.
- Auch die klassischen Verwaltungstätigkeiten dürfen nicht vergessen werden, denn Sie unterliegen als Unternehmer bestimmten Pflichten, so z. B. Berichtspflichten oder Meldepflichten.
- Es ist wichtig, gleich zu Beginn Ihre Buchführung richtig aufzusetzen, denn so erhalten Sie auch einen Überblick über Ihre Einnahmen und Ausgaben.
- Definieren Sie Abläufe für das Rechnungswesen, die z. B. vorgeben, wann ggfs. Mahnungen geschrieben werden.
- Wenn Sie sozialversicherungspflichtiges Personal beschäftigen, müssen Sie monatlich die Beiträge leisten, und das sollte pünktlich geschehen. Hierfür bedarf es der vorherigen Organisation der Personalkostenabrechnung.

### ACHTUNG

- Bedenken Sie, dass Sie nicht alles allein erledigen können und Aufgaben delegieren müssen. Holen Sie sich durchaus auch externe Unterstützung, damit Sie sich Ihren eigenen Aufgaben widmen können. Die Bereiche Lohnabrechnung oder Buchführung können Sie beispielsweise an Ihren Steuerberater übertragen.
- Behalten Sie den Überblick über Ihre Finanzen und Ziele! Etablieren Sie frühzeitig ein Controllingssystem, das u. a. Soll-/Ist-Analysen durchführt und aufzeigt, wo Abweichungen zu Ihren Planungen bestehen.

Der grundlegende Organisationsbedarf ist unabhängig von der Größe des Unternehmens. Selbst bei einem Ein-Personen-Unternehmen muss die Organisation stimmen. Ohne eine sauber aufgesetzte Organisation wird in Ihrem Unternehmen viel Zeit darauf ver(sch)wendet werden, Unterlagen oder auch Informationen zu suchen, Dinge mehrmals abzustimmen usw.

### TIPP

- Definieren Sie eine Ablagestruktur für Dokumente und Unterlagen. Trennen Sie dabei unternehmensinterne von kundenbezogenen Unterlagen.
- Führen Sie eine Terminmappe und pflegen Sie diese sorgfältig! So verpassen Sie z. B. keine Zahlungstermine.

### STUDIE ÜBER ZEITVERLUSTE IM BÜRO

In einer Umfrage bei Fach- und Führungskräften hat das KAIZEN-Institut festgestellt, dass diese im Durchschnitt 40,7 Stunden pro Woche arbeiten und dabei 38 Prozent der Arbeitszeit durch unproduktive Tätigkeiten verloren gehen. Das entspricht 15,4 Stunden pro Woche pro Mitarbeiter.

ZEITVERLUST DURCH	BESCHREIBUNG	STUNDEN	PROZENT
SUCHEN	von Unterlagen, Dateien, Kollegen, Informationen aller Art	1,5	3,7
WARTEN	auf EDV-Programme, Kollegen, Unterschriften usw.	1,5	3,7
UNTERBRECHEN	der eigentlichen Arbeit durch Störungen	2,5	6,2
NACHGEHEN	von fehlenden Informationen, nicht erreichbaren Kollegen usw.	1,8	4,5
AUSHARREN	in zu langen, ergebnislosen Besprechungen	2,0	5,0
AUSSORTIEREN	von Überinformationen, Werbung, E-Mails, Spam-Mails usw.	1,2	2,9
AUFKLÄREN	von schlecht delegierten, unklaren oder verwirrenden Aufgaben	1,4	3,5
KORRIGIEREN	von fehlerhaften, unvollständigen Vorgaben/Input	1,4	3,4
BEFOLGEN	von komplizierten, überholten oder bürokratischen Abläufen	1,2	2,8
TRANSPORTIEREN	von Unterlagen von und zum Kopierer, Hauspost usw.	0,9	2,3
<b>SUMME ZEITVERLUSTE</b>		<b>15,4</b>	<b>38,0</b>
<b>ARBEITSZEIT FÜR DIE EIGENTLICHE PRODUKTIVE ARBEIT</b>		<b>25,3</b>	<b>62,0</b>

Quelle: KAIZEN-Institut Deutschland, 2004

### LITERATURTIPP

- GRÜNDERZEITEN NR. 50: ORGANISATION  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)
- GRÜNDERZEITEN NR. 23: CONTROLLING  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)

### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- GRÜNDUNGSBERATER
- BIOREGIONEN
- STEUERBERATER



## 4.8 Personal

Gerade bei technologie- und wissensbasierten Gründungen und Unternehmen sind qualifizierte und motivierte Mitarbeiter ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Überlegen Sie im Vorfeld von Personalentscheidungen zunächst, welche Kompetenzen Sie suchen.

### TIPP

Erstellen Sie ein Kompetenzprofil der Schlüssel-Personen in Ihrem Unternehmen und decken Sie so Lücken auf, die Sie in ein Anforderungsprofil oder in eine Stellenbeschreibung aufnehmen können.

Starten Sie Ihre Personalsuche mit Nachfragen im Bekanntenkreis bzw. bei Kollegen. Weitere Möglichkeiten stellen Jobbörsen, Stellenanzeigen oder auch Recruiting-Messen dar.

### ACHTUNG

Achten Sie bei Bewerbungsgesprächen darauf, dass Sie bestimmte Fragen nicht stellen dürfen!

Sie können unterschiedliche Beschäftigungsformen für Mitarbeiter nutzen:

- Mini-Job (bis 400 Euro)
- geringfügig Beschäftigte
- Teilzeitbeschäftigte
- Vollzeitbeschäftigte
- zeitlich befristetes Arbeitsverhältnis
- zeitlich unbefristetes Arbeitsverhältnis
- Aushilfen (Schüler/Studenten)

Arbeitsverträge müssen nicht schriftlich niedergelegt werden, sollten es aber, da im Streitfall ein schriftlicher Vertrag von Bedeutung ist. Der Gesetzgeber schreibt zwar nicht vor, in welcher Form Arbeitsverträge abgeschlossen werden müssen, definiert aber gewisse Mindestinhalte.

### ACHTUNG

Vorsicht vor Scheinselbstständigkeit! Hier droht die rückwirkende Zahlung der Sozialversicherungsbeiträge!

Beispiel für ein Stärken- und Schwächenprofil:

	Forschung	Entwicklung	Projektmanagement	Qualitätsmanagement	Finanzen	IT	Organisation	Produktion	Marketing	Presse und Öffentlichkeitsarbeit	Durchsetzungsvermögen	Verhandlungsgeschick	Überzeugungskraft	Sozialkompetenz	Kommunikation	Initiative	Motivation	Belastbarkeit	
A. MÜLLER	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. MEIER	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. SCHULZ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N.N.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N.N.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	FACHLICHE QUALIFIKATION										FERTIGKEITEN UND PERSÖNLICHE KOMPETENZEN								

### LITERATURTIPP

- GRÜNDERZEITEN NR. 15: PERSONAL  
[www.existenzgruender.de/publikationen/gruender\\_zeiten/index.php](http://www.existenzgruender.de/publikationen/gruender_zeiten/index.php)
- WAS GEHÖRT IN EINEN ARBEITSVERTRAG?  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/personal/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/personal/index.php)
- WAS IST ERLAUBT IM BEWERBUNGSGESPRÄCH?  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/personal/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/personal/index.php)

### LINKS UND TOOLS

- JOB-BÖRSEN, Z. B. VON BIOREGIONEN
- MUSTERVERTRAG  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/personal/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/personal/index.php)
- MUSTERVERTRAG FREIE MITARBEIT  
[www.existenzgruender.de/checklisten\\_und\\_uebersichten/personal/index.php](http://www.existenzgruender.de/checklisten_und_uebersichten/personal/index.php)

## 4.9 Marketing und Vertrieb

Die vier Ps, ein feststehender Begriff im Marketing, stehen für Product (Angebot), Price (Preis), Place (Vertrieb) und Promotion (Kommunikation).

### 1 ANGEBOT

- ▶ Wie kann ich mein Angebot (besser noch als bisher) an den Bedürfnissen meiner Kunden ausrichten?
- ▶ Wie werde ich mein Angebot entwickeln, damit meine Kunden einen bestimmten Nutzen davon haben (z. B. Erleichterung bestimmter Alltagsaufgaben)?
- ▶ Wie muss ich mein Angebot entwickeln, damit es sich von dem meiner Konkurrenten unterscheidet (z. B. nachweisbare Qualitätsmerkmale)?
- ▶ Welche Art von Verpackung sollte mein Produkt erhalten (z. B. besondere Imagewirkung, hohe Transportsicherheit)?
- ▶ Welche Art von Service muss ich anbieten, um meine Kunden zufriedenzustellen und mich von der Konkurrenz abzuheben (z. B. Lieferservice, Ersatzteilservice)?

### 3 VERTRIEB

- ▶ Auf welchem Weg erreicht mein Angebot die richtige Kundengruppe, in ausreichender Menge und pünktlich zur vereinbarten Zeit?
- ▶ Wollen meine Kunden mein Produkt per Direktvertrieb kaufen (Hersteller verkauft direkt an Endkunden z. B. ab Werk, per Telefon, per Online-Shop)?
- ▶ Wollen meine Kunden mein Produkt per Fremdvertrieb kaufen (Hersteller beauftragt Vertriebspartner, z. B. Groß- und Einzelhändler, Vertreter)?
- ▶ Wie erreiche ich meine ausländischen Kunden (Vertriebspartner, Filialen, Messen, Internet)?

### 2 PREISE

- ▶ Welchen Preis akzeptieren meine Kunden?
- ▶ Werden meinen Kunden auf einen besonderen Einführungspreis reagieren (Preis sinkt oder steigt im Laufe der Zeit)?
- ▶ Sollte ich meinen Preis an dem der Konkurrenz orientieren (z. B. Niedrigpreise, Orientierung am Preisführer)?
- ▶ Welcher psychologische Preis ist für meine Kundengruppe geeignet (z. B. Preisschwellen, „0,99-Preise“, Velben-Preise: Hohe Preise für Kunden, die auffallen möchten, Snob-Preise: hohe Preise für Angebote, die sich nur einkommensstarke Kundengruppen leisten können)?
- ▶ Inwiefern sollte ich meine Preise differenzieren (z. B. je nach Nachfrage, Region, Kundengruppe)?
- ▶ Zu welchen Konditionen biete ich meine Produkte an (z. B. Skonto, Rabatte, Lieferung inklusive)?

### 4 KOMMUNIKATION

- ▶ Was sollte ich meinen Kunden über mich und mein Angebot sagen? Auf welchem Weg?
- ▶ Stimmen Firmenlogo und Briefpapier mit dem Image meines Unternehmens überein?
- ▶ Welche Kunden möchte ich ansprechen (z. B. Kommunikation bei Neukunden: breit streuende Mittel; Kundenbindung: gezielte persönliche Ansprache)?
- ▶ Welche Werbemedien sprechen meine Kunden an (z. B. Anzeigen, Plakate, Kataloge, Spots)?
- ▶ Welche Öffentlichkeitsarbeit ist geeignet (z. B. Informationsveranstaltungen, Sponsoring, Presse-einladungen, Newsletter)?

Die grundsätzliche Stoßrichtung für das Marketing haben Sie im Rahmen der Erstellung des Businessplans im Kapitel 3.7 Marketingplanung (S. 20), bereits durchdacht und formuliert. Leiten Sie nun die entsprechenden Maßnahmen und Aktionen in den „vier Ps“ fest und definieren Sie Ihren Marketing-Mix.

Verhelfen Sie Ihrem Unternehmen zu einem individuellen und (wieder)erkennbaren Erscheinungsbild (Corporate Identity). Ein absolutes Muss stellt hierbei die Gestaltung von Logos, Visitenkarten, Briefpapier und natürlich der Unternehmens-Website dar. Auch über eine Unternehmensbrochure bzw. Produktpräsentation sollten Sie nachdenken. Es lohnt sich, hier frühzeitig Experten heranzuziehen und z. B. in eine professionelle graphische Ausgestaltung zu investieren. Achten Sie auf ein einheitliches Design! Ein einheitliches Erscheinungsbild erhöht den Wiedererkennungswert und vermittelt Professionalität. Erstellen Sie Vorlagen. Sie erleichtern nicht nur die Arbeit, sondern unterstreichen den professionellen und beständigen Auftritt Ihres Unternehmens.

#### TIPP

Führen Sie sich einmal vor Augen, wie es auf Sie wirken würde, wenn Sie von ein und demselben Lieferanten mehrere Briefe erhalten und diese alle sehr unterschiedlich aussehen würden (z. B. ohne Logo, mit Logo, Logo rechts oben, Logo links in der Fußzeile, Kontaktdaten oben rechts, keine Kontaktdaten etc.).

In Ihrer Kommunikation sollten Sie über die folgenden Punkte nachdenken:

- Definieren Sie die zentralen Botschaften, die Sie vermitteln wollen.
- Überlegen Sie, wie und wo Sie von sich (bzw. von Ihrem Unternehmen) reden machen wollen, und nutzen Sie die Gelegenheiten, die sich hierfür bieten.
- Die Kommunikation der Gründung Ihres Unternehmens ist die erste Gelegenheit und gleichzeitig die erste große Aufgabe für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
- Auch die Gewinnung einer zentralen neuen Führungskraft ist eine gute Gelegenheit, um z. B. in Fachzeitschriften und -portalen unter der Rubrik Personen aufzutreten.

Quelle: [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de)

- Achten Sie darauf, dass sich Ihre Werbemaßnahmen und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nahtlos an die Aktionen und die Kommunikation, die im Zusammenhang mit der Gründung erfolgten, anschließen.
- Kommunizieren Sie möglichst regelmäßig mit potenziellen Kunden und Geschäftspartnern. Nehmen Sie an Konferenzen und Veranstaltungen teil. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen auch auf Fachmessen.

#### TIPP

Nutzen Sie hierfür z.B. das Angebot der BIOPRO, die den baden-württembergischen Landesstand auf zentralen Messen für die Lebenswissenschaften organisiert. Hier genießen Sie eine deutlich höhere Wahrnehmung und profitieren von einem umfangreichen Rahmenprogramm, und nicht zuletzt sparen Sie eine Menge Kosten.

In den meisten Fällen entscheiden sich junge Biotech-Unternehmen dafür, den Vertrieb zunächst selbst zu übernehmen. Abhängig von Unternehmenskonzept und Produkt bzw. Dienstleistung wird häufig auch von Business Development und eher von einer Kommerzialisierungs- als von einer Vertriebsstrategie gesprochen. Im Rahmen der Erstellung Ihres Businessplans haben Sie Kriterien definiert, anhand derer Sie bereits eine Segmentierung der Zielgruppen vorgenommen haben. Es geht nun um die konkrete Ansprache der definierten Zielgruppen. Diese kann – je nachdem, wie homogen oder heterogen Ihre Zielgruppen sind – unterschiedlich zu gestalten sein. Zunächst sollten Sie jedoch festlegen, welche potenziellen Kunden Sie zuerst ansprechen wollen.

#### ACHTUNG

Sind Sie in Vertriebsangelegenheiten noch ungeübt, kann es sinnvoll sein, nicht gerade mit den wichtigsten Kunden anzufangen. Arbeiten Sie sich Schritt für Schritt an die Ansprache der bedeutenden Kunden (-gruppen) heran und verwenden Sie dabei die Erfahrungen der Akquise bzw. der Kundenbesuche oder auch von Messeauftritten und Teilnahmen an Konferenzen und Veranstaltungen.

#### TIPP

- Bereiten Sie sich auf Kundengespräche bzw. -besuche sorgfältig vor. Informieren Sie sich über aktuelle (Entwicklungs-)Projekte, mögliche Probleme, Engpässe oder Lösungsbedarf und stimmen Sie Ihre (Verkaufs-)Präsentation wenn möglich darauf ab.
- Denken Sie daran, den Kundennutzen in den Vordergrund zu stellen! Versetzen Sie sich in die Situation des Kunden. Was möchte der Kunde erfahren? Was interessiert ihn, und welche Aspekte sind für ihn zweitrangig?
- Bedenken Sie, dass eine erfolgreiche Akquise einen logistischen Prozess nach sich zieht. Sie verpflichten sich ja schließlich mit einem Vertragsabschluss dazu, dem Kunden etwas zu liefern. Dieser Lieferprozess ist im Vorfeld zu definieren und zu organisieren.
- Gerade bei zu erbringenden Dienstleistungen ist es wichtig, die zu erbringende Leistung genau zu beschreiben, um mögliche Missverständnisse zu vermeiden.
- Auch Lieferfristen bzw. -termine sollten festgeschrieben werden. Achten Sie dabei darauf, dass Sie bei Nichteinhaltung von Terminen oder Fristen im schlimmsten Fall sogar rechtlich belangt werden können. Bauen Sie daher einen Sicherheitspuffer in Ihre Planung mit ein!

#### LINKS UND TOOLS

- [WWW.EXISTENZGRUENDER.DE/MARKETINGPLANER](http://WWW.EXISTENZGRUENDER.DE/MARKETINGPLANER)
- [WWW.ABSATZWIRTSCHAFT.DE](http://WWW.ABSATZWIRTSCHAFT.DE)

#### ANLAUFSTELLEN / ANSPRECHPARTNER

- BIOPRO BADEN-WÜRTTEMBERG GMBH
- BIOREGIONEN
- IHK  
[www.ihk.de](http://www.ihk.de)
- MARKETING- UND WERBEAGENTUREN

# 5 Glossar

## **ABSATZ**

mengen- oder wertmäßiger Umfang der veräußerten (abgesetzten) Güter (Produkte oder Dienstleistungen) in einem bestimmten Zeitraum

## **ABSCHÖPFUNGSSTRATEGIE**

Preisstrategie, bei der ein Preis hoch angesetzt wird, um einen möglichst hohen Verkaufserlös und somit eine hohe Gewinnschöpfung zu erzielen

## **ABSCHREIBUNG**

Wertminderung der Gegenstände des Anlagevermögens (z. B. Maschinen, Fahrzeuge etc., aber auch Patente, Lizenzen u. Ä.) im Laufe der Nutzung, z. B. durch Verschleiß oder technischen Fortschritt; auch AfA (Absetzung für Abnutzung) genannt

## **AKTIVA**

Umlauf- und Anlagevermögen eines Unternehmens

## **ALLEINSTELLUNGSMERKMAL**

Merkmal, das das Produkt von Wettbewerbsprodukten unterscheidet und einen einzigartigen Verkaufsvorteil bietet (Unique-Selling-Proposition)

## **ANLAGEVERMÖGEN**

umfasst alle dauerhaften Vermögenswerte des Geschäftsbetriebs, insbesondere Sachanlagen (z. B. Grundstücke, Gebäude, Anlagen und Maschinen, andere Betriebs- und Geschäftsausstattungen), Finanzanlagen (z. B. Beteiligungen oder Wertpapiere) sowie immaterielle Vermögenswerte, wie z. B. einen Geschäfts- oder Firmenwert

## **AUFWAND**

Einsatz, Gebrauch bzw. Verbrauch von Produktionsfaktoren (Material, Rohstoffe, Arbeitskraft, Maschinen, Kapital) in einem Unternehmen

## **BASE-CASE-SZENARIO**

wahrscheinlichstes Geschäftsszenario (Normalfall), unter Annahme der nach bestem Wissen und Gewissen als am wahrscheinlichsten beurteilten Ereignisse bzw. Umstände

## **BEST-CASE-SZENARIO**

optimistisches Szenario; zeigt den günstigsten Fall der Geschäftsentwicklung, unter der Annahme überwiegend positiver Ereignisse

## **BETEILIGUNGSKAPITAL**

Eigenkapital, das durch Kapitalgeber in ein Unternehmen eingebracht wird; als Gegenleistung erhalten die Kapitalgeber Anteile am Unternehmen

## **BETRIEBSERGEBNIS**

Saldo zwischen betrieblichen Aufwendungen (z. B. Materialeinsatz, Personal, Abschreibungen) und Erträgen (Umsatzerlöse)

## **BILANZ**

Aufstellung der Vermögens- und Schuldverhältnisse eines Unternehmens durch Gegenüberstellung von Aktiva und Passiva

## **BREAK-EVEN-POINT**

Gewinnschwelle; gibt die Umsatzgröße an, bei der die Erlöse gerade die fixen und variablen Kosten decken

## **BUSINESS ANGEL**

Vermögende Privatperson, meist mit unternehmerischem Hintergrund, die insbesondere Gründern und Jungunternehmern Beteiligungskapital und Erfahrung zur Verfügung stellt. Als Gegenleistung erhält ein Business Angel Kapitalanteile an dem Unternehmen

## **BÜRGSCHAFT**

Verpflichtung eines Bürgen oder einer Bürgschaftsbank gegenüber dem Gläubiger, für die Verbindlichkeiten eines Schuldners einzustehen. Bei Finanzierungen dienen Bürgschaften zur Besicherung von Krediten.

## **CASHFLOW**

Saldo aus den Zu- und Abflüssen liquider Mittel in einem bestimmten Zeitraum (Zahlungsmittelüberschuss)

## **DARLEHEN**

langfristiger Kredit, der meist in einer Summe zur Verfügung gestellt und in einer Summe oder nach vereinbartem Tilgungsplan zurückgeführt wird

## **DECKUNGSBEITRAG**

Ergebnis aus Umsatz abzüglich variabler Kosten; Rechengröße für verbleibenden Umsatz zur Deckung der fixen Kosten

## **DIFFERENZIERUNGSSTRATEGIE**

Strategie eines Unternehmens, sich in der Wahrnehmung des Kunden vor den Konkurrenten auszuzeichnen (z. B. hinsichtlich Preis oder Qualität)

## **EIGENKAPITAL**

beinhaltet Unternehmerkapital und Beteiligungskapital

## **ERTRAG**

Ergebnis einer wirtschaftlichen Leistung; Mehrung des Unternehmenserfolgs hauptsächlich durch den Absatz von Gütern (Produkten oder Dienstleistungen)

## **EXECUTIVE SUMMARY**

zusammenfassende Darstellung

## **EXIT**

Ausstieg eines Investors aus einer Beteiligung durch Veräußerung seines Anteils mittels „trade sale“ (Veräußerung an Dritte), „buy back“ (Veräußerung an das Unternehmen/einen Gesellschafter) oder durch einen Börsengang

## **FINANZIERUNG**

Beschaffung oder Bereitstellung von Kapital für ein Projekt oder Unternehmen

## **FINANZPLANUNG**

Analyse der finanziellen Situation eines Unternehmens und Einschätzung der zukünftigen finanziellen Entwicklung, z. B. des Unternehmenserfolgs, der Liquidität, des Kapitalbedarfs

## **FIRST MOVER**

Erstanbieter einer neuen Geschäftsidee bzw. eines neuen Produkts oder einer Dienstleistung am Markt, oder eines bestehenden Produkts an einem neuen Markt

## **FIXKOSTEN**

konstanter Kostenblock (z. B. Personalkosten, Mieten etc.)

## **FORDERUNGEN**

Anspruch auf Bezahlung für erbrachte Leistungen; Gegenteil von Verbindlichkeiten

## **FREMDKAPITAL**

in der Bilanz ausgewiesene Schulden gegenüber Dritten

## **GANTT-DIAGRAMM**

Darstellung verschiedener Projektaktivitäten in ihrer zeitlichen Abfolge und Dauer durch Balken

## **GESAMTKAPITAL**

beinhaltet Eigenkapital (Unternehmerkapital, Beteiligungskapital) und Fremdkapital (Gläubigerkapital)

## **GEWINN**

positives Betriebsergebnis eines Unternehmens in einem bestimmten Zeitraum

## **GEWINNAUSSCHÜTTUNG**

Auszahlung (Ausschüttung) des nach Zahlung aller Steuern verbleibenden Gewinns an die Gesellschafter

## **INKUBATOR**

Einrichtung, in der junge Unternehmen vor allem aus der Informations- und Kommunikationstechnologie intensiv betreut und entwickelt werden

## **INSOLVENZ**

Einstellung sämtlicher Zahlungen eines Unternehmens aufgrund von Zahlungsunfähigkeit, drohender Zahlungsunfähigkeit oder Überschuldung; Eröffnung eines Insolvenzverfahrens spätestens nach drei Wochen kontinuierlicher Zahlungsunfähigkeit ohne Aussicht auf Besserung

## **INVESTITION**

Anschaffung von langfristig nutzbaren Produktionsmitteln

## **JAHRESÜBERSCHUSS / -FEHLBETRAG:**

Ergebnis der GuV; Differenz zwischen Erträgen und Aufwendungen

## **KOOPERATION**

Zusammenarbeit zwischen Unternehmen zum Erreichen eines definierten Ziels

## **KUNDENSEGMENTE**

Gruppen, die sich durch Unterteilung der Kunden nach gewissen Kriterien, z. B. geographischen, demographischen oder sozioökonomischen Merkmalen, ergeben

## **LIQUIDITÄT**

Fähigkeit eines Unternehmens, seinen Zahlungsverpflichtungen jederzeit und uneingeschränkt nachkommen zu können, u. a. durch ausreichend flüssige Mittel

## **LIZENZ**

vertraglich erworbene Befugnis zur Nutzung oder Erbringung einer patentrechtlich geschützten Dienstleistung bzw. zur Herstellung eines patentrechtlich geschützten Produktes, meistens verknüpft mit einer Lizenzgebühr (Royalty)

## **MAKE-OR-BUY-ENTSCHEIDUNG**

Entscheidung, ob bestimmte Leistungen, Produkte bzw. Dienstleistungen selbst erbracht bzw. hergestellt (make) oder zugekauft (buy) werden

## **MARKETING-MIX**

Kombination der verschiedenen Marketinginstrumente (Produkt, Preis, Distribution (Placement) und Absatzförderung (Promotion)) zur Erreichung der Marketingziele

## **MARKTEINTRITTSBARRIEREN**

Hindernisse, die den zu Zugang zu einem (Absatz-) Markt erschweren bzw. verhindern (z. B. Patente)

## **MARKTEINTRITTSSTRATEGIE**

Strategie, um neue Märkte zu erobern bzw. Markteintrittsbarrieren zu überwinden

## **MARKTPOTENZIAL**

theoretische Obergrenze der Gesamtnachfrage in einem definierten Markt

**MEZZANINE-FINANZIERUNG**

Sammelbegriff für Finanzierungsformen, die sowohl Elemente von Eigenkapital als auch von Fremdkapital beinhalten

**MILESTONE**

Meilenstein; fest vereinbartes Ziel zu einem bestimmten Zeitpunkt, das meist mit bestimmten Folgen verknüpft ist, z. B. mit einem Kapitalfluss bei sogenannten „milestone payments“ (Bezahlung nach Erreichen eines vereinbarten Meilensteins)

**OUTSOURCING**

Übertragung von (Dienst-)Leistungsfunktionen an Dritte

**PASSIVA**

Eigenkapital und Fremdkapital (Verbindlichkeiten) eines Unternehmens; Passiva beschreiben die Kapitalherkunft

**PATENT**

Rechtsschutz von geistigem Eigentum, verbunden mit einer zeitlich befristeten Exklusivität der Nutzung; ein Patent kann man selbst nutzen oder als Lizenz an Dritte weitergeben

**PENETRATIONSSTRATEGIE**

Strategie zur Erreichung eines bestimmten Marktanteils mittels niedriger Preise

**PRODUKT-LEBENSZYKLUS**

Konzept zur Beschreibung der Lebensdauer von Produkten bzw. Produktgruppen, unterteilt in die Phasen Einführung, Wachstum, Reife und Rückgang; leicht abgewandelt auch zur Beschreibung von Technologien bzw. ganzen Märkten geeignet

**RABATT**

Möglichkeit der Preisminderung; in Form von Funktionsrabatten (z. B. Barzahlungsrabatt), Mengenrabatten (z. B. Preisnachlässe oder zusätzliche Abgabe von Produkten) und Zeitrabatten (z. B. Einführungs-, Saison- oder Auslauferrabatt) möglich

**RÜCKSTELLUNGEN**

werden für Verbindlichkeiten, Verluste oder Aufwendungen gebildet, die ihren wirtschaftlichen Grund in der laufenden Periode haben, deren Höhe und Eintreten aber noch nicht sicher ist

**START-UP**

neu gegründetes Unternehmen

**SWOT-ANALYSE**

SWOT: Strengths/Weaknesses/Opportunities/Threats; Analyse der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken eines Unternehmens

**SZENARIENANALYSE**

Betrachtung der Unternehmensentwicklung für verschiedene Umweltzustände und Zukunftsperspektiven

**UMLAUFVERMÖGEN**

kurzfristige liquidierbare Vermögenswerte, Gebrauchsgüter, Erzeugnisse und liquide Mittel

**UMSATZ**

wertmäßige Erfassung des Absatzes eines Unternehmens (Absatzmenge multipliziert mit dem Preis pro Mengeneinheit)

**USP**

Unique Selling Proposition; Alleinstellungsmerkmal, welches das eigene Angebot von Wettbewerberangeboten unterscheidet; einzigartiger Verkaufsvorteil

**VC**

Venture Capital (Risiko- oder Wagniskapital); spezielle Form von Beteiligungskapital, das in der Praxis insbesondere bei der Finanzierung von jungen, wachstumsstarken Unternehmen eingesetzt wird

**VERBINDLICHKEITEN**

Zahlungsverpflichtungen gegenüber Dritten (Zahlungen an Lieferanten, Kredittilgung bei der Bank usw.)

**VERLUST**

negatives Betriebsergebnis eines Unternehmens in einem bestimmten Zeitraum

**VERTRAULICHKEITSERKLÄRUNG**

auch: Non-Disclosure-Agreement (NDA); unterschriebene Erklärung zur vertraulichen Behandlung ausgehändigter Daten bzw. Informationen, z. B. des Businessplans

**VERTRIEB**

alle technischen Abläufe, die den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen betreffen

**WORST-CASE-SZENARIO**

ungünstigstes Geschäftsszenario; zeigt die Geschäftsentwicklung unter Annahme ungünstiger Bedingungen bzw. Ereignisse

**ZUSCHREIBUNGEN**

Werterhöhung eines Gegenstandes in der Handelsbilanz bei im Laufe der Zeit gestiegenem Wert

# 6 Linkliste

GRÜNDUNG / GRÜNDERWERKSTATT	
Existenzgründungsportal des Landes Baden-Württemberg	<a href="http://www.newcome.de">www.newcome.de</a> <a href="http://www.youtube.com/NewComeInsights">www.youtube.com/NewComeInsights</a> <a href="http://www.gruendungswiki.de">www.gruendungswiki.de</a>
bundesweite gründerinnenagentur	<a href="http://www.gruenderinnenagentur.de">www.gruenderinnenagentur.de</a>
Portal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi)	<a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> <a href="http://www.existenzgruenderinnen.de">www.existenzgruenderinnen.de</a>
• E-Planungstool	<a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> >Onlineplaner
• Lernprogramm Existenzgründungsberater	<a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> >Lernprogramm
• Zeitplaner	<a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> >Zeitplaner
• Onlineprogramm Finanzierung	<a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> >Finanzierungsplaner
• Marketingplaner	<a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> >Marketingplaner
• Lernprogramm: Früherkennung von Chancen und Risiken	<a href="http://www.bmwi-unternehmensportal.de">www.bmwi-unternehmensportal.de</a> >PC-Lernprogramm
• Wegweiser	<a href="http://www.bmwi-wegweiser.de/home">www.bmwi-wegweiser.de/home</a>
• Softwarepaket	<a href="http://www.softwarepaket.de">www.softwarepaket.de</a>
Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.	<a href="http://www.dihk.de">www.dihk.de</a> >Starthilfe und Unternehmensgründung
Internetangebot des Unternehmersmagazins impulse	<a href="http://www.impulse-gruenderzeit.de">www.impulse-gruenderzeit.de</a>
Wissen für Gründer und Unternehmer	<a href="http://www.foerderland.de">www.foerderland.de</a>
Links für Existenzgründer	<a href="http://www.gruendungskatalog.de">www.gruendungskatalog.de</a>
BUSINESSPLAN	
Software	<a href="http://www.lexstart.de">www.lexstart.de</a>
Software	<a href="http://www.bplans.com">www.bplans.com</a>
BEHÖRDEN- UND FORMULARWEGWEISER	
Service-Portal Baden-Württemberg	<a href="http://www.service-bw.de">www.service-bw.de</a>
Behörden- und Formularwegweiser des BMWi	<a href="http://www.bmwi-wegweiser.de/">www.bmwi-wegweiser.de/</a>
FÖRDERUNG UND FINANZIERUNG	
Existenzgründungsportal des Landes Baden-Württemberg	<a href="http://www.newcome.de">www.newcome.de</a>
Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg	<a href="http://www.wm.baden-wuerttemberg.de">www.wm.baden-wuerttemberg.de</a> >Förderprogramme
bundesweite gründerinnenagentur	<a href="http://www.gruenderinnenagentur.de">www.gruenderinnenagentur.de</a> >Beratung <a href="http://www.gruenderinnenagentur.de">www.gruenderinnenagentur.de</a> >Information
Gründungszuschuss für Arbeitslose zur Aufnahme einer selbständigen Tätigkeit	<a href="http://www.arbeitsagentur.de">www.arbeitsagentur.de</a> >Bürgerinnen und Bürger >Finanzielle Hilfen >Existenzgründung
Wegweiser durch die Wirtschaftsförderung Baden-Württemberg	<a href="http://wpunkt.de">http://wpunkt.de</a>
Staatsbank des Landes Baden-Württemberg	<a href="http://www.l-bank.de">www.l-bank.de</a>
Eigenkapitalagentur der L-Bank	<a href="http://www.l-ea.de">www.l-ea.de</a>
Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg	<a href="http://www.mbg.de">www.mbg.de</a>
LBBW-Venture Capital GmbH	<a href="http://www.LBBW-Venture.de">www.LBBW-Venture.de</a>
Seedfonds Baden-Württemberg	<a href="http://www.LBBW-Venture.de">www.LBBW-Venture.de</a>
Hightech-Gründerfonds	<a href="http://www.high-tech-gruenderfonds.de">www.high-tech-gruenderfonds.de</a>
Beteiligungskapital der MicroMontains Venture AG in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg	<a href="http://www.mm-venture.de">www.mm-venture.de</a>
Chancenkapitalfonds der Kreissparkasse Biberach	<a href="http://www.ksk-bc.de">www.ksk-bc.de</a>

Life-Science-Fonds Esslingen	<a href="http://www.esslingen.de">www.esslingen.de</a>
Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW)	<a href="http://www.kfw-foerderbank.de">www.kfw-foerderbank.de</a>
Informationen zu Beihilfen und Darlehen der Europäischen Union	<a href="http://ec.europa.eu">http://ec.europa.eu</a>
Portal des BMBF zur Biotechnologie	<a href="http://www.biotechnologie.de">www.biotechnologie.de</a> >Förderung
Unternehmensportal des BMWi	<a href="http://www.bmwi-unternehmensportal.de">www.bmwi-unternehmensportal.de</a> >Finanzierung und Förderung
Existenzgründungsportal des BMWi	<a href="http://www.existenzgruender.de">www.existenzgruender.de</a> >Finanzierung >Förderprogramme
Förderprogramme und Finanzhilfen des Bundes, der Länder und der EU	<a href="http://www.foerderdatenbank.de">www.foerderdatenbank.de</a>
Wirtschaftsförderung für den Mittelstand (BMWi)	<a href="http://www.erp-wirtschaftsfoerderung.info">www.erp-wirtschaftsfoerderung.info</a>
<b>Forschungs- und Innovationsförderung</b>	
Forschungsportal des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF)	<a href="http://www.forschungsportal.net">www.forschungsportal.net</a>
Forschungsförderung	<a href="http://www.bmbf.de">www.bmbf.de</a>
Förderberatung „Forschung und Innovation“ des Bundes	<a href="http://www.foerderinfo.bund.de">www.foerderinfo.bund.de</a>
„Rahmenprogramm Biotechnologie“ des BMBF	<a href="http://www.bmbf.de">www.bmbf.de</a>
Beratungs- und Schulungsportal für KMU des BMWi	<a href="http://www.beratungsfoerderung.info">www.beratungsfoerderung.info</a>
Beratung und Weiterbildung für den Mittelstand: Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V. (RKW)	<a href="http://www.rkw.de">www.rkw.de</a>
<b>Business Angels Netzwerke und private Beteiligungsgesellschaften</b>	
Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND)	<a href="http://www.business-angels.de">www.business-angels.de</a>
European Business Angel Network	<a href="http://www.eban.org">www.eban.org</a>
Business Angels Region Stuttgart	<a href="http://www.business-angels-region-stuttgart.de">www.business-angels-region-stuttgart.de</a>
Business Angels im CyberForum, Karlsruhe	<a href="http://www.cyberforum.de">www.cyberforum.de</a>
venture forum neckar e.V., Heilbronn	<a href="http://www.venture-forum-neckar.de">www.venture-forum-neckar.de</a>
Bundesverband deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften	<a href="http://www.bvk-ev.de">www.bvk-ev.de</a>
European Private Equity and Venture Capital Association (EVCA)	<a href="http://www.evca.com">www.evca.com</a>
The European Investment Bank	<a href="http://www.eib.org">www.eib.org</a>
The European Investment Fund	<a href="http://www.eif.org">www.eif.org</a>
<b>Förderprogramme für Existenzgründungen aus der Wissenschaft</b>	
Anlaufstellen für Gründer/innen in Baden-Württemberg	<a href="http://www.gruenderatlas.de">www.gruenderatlas.de</a>
Inkubatoren an Hochschulen in Baden-Württemberg	<a href="http://www.hochschulportal.newcome.de/hochschulen">www.hochschulportal.newcome.de/hochschulen</a>
bundesweite gründerinnenagentur	<a href="http://www.gruenderinnenagentur.de">www.gruenderinnenagentur.de</a>
SciConomy – Dialog zwischen Wissenschaft und Wirtschaft, Magazin und Doktorandencamps	<a href="http://www.sciconomy.de">www.sciconomy.de</a>
EXIST-Gründerstipendium (BMWi)	<a href="http://www.exist.de">www.exist.de</a>
EXIST-Forschungstransfer (BWWi)	<a href="http://www.exist.de">www.exist.de</a>
Junge Innovatoren (Ministerium für Forschung und Kunst Baden-Württemberg)	<a href="http://www.mwk.baden-wuerttemberg.de">www.mwk.baden-wuerttemberg.de</a> >Förderprogramme >Hochschulen
Go-Bio (BMBF)	<a href="http://www.go-bio.de">www.go-bio.de</a>
Firmengründungsprojekte (DFG)	<a href="http://www.dfg.de/erkenntnistransfer">www.dfg.de/erkenntnistransfer</a>
Erkenntnistransfer (DFG)	<a href="http://www.dfg.de/erkenntnistransfer">www.dfg.de/erkenntnistransfer</a>
<b>Förderprogramme für innovative junge Unternehmen</b>	
Innovationsgutscheine BW	<a href="http://www.innovationsgutscheine.de">www.innovationsgutscheine.de</a>
Innovationsassistent/in für KMU	<a href="http://www.esf-bw.de/esf/index.php?id=100">www.esf-bw.de/esf/index.php?id=100</a>
Messeteilnahmeförderung	<a href="http://www.bafa.de">www.bafa.de</a>

Messeteilnahmeförderung	<a href="http://www.bw-i.de">www.bw-i.de</a> , <a href="http://www.bw-invest.de">www.bw-invest.de</a>
KMU-innovativ (BMBF)	<a href="http://www.kmu-innovativ.de">www.kmu-innovativ.de</a>
KMU-innovativ: Biotechnologie – BioChance	<a href="http://www.fz-juelich.de/ptj/kmu-innovativ">www.fz-juelich.de/ptj/kmu-innovativ</a>
Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM)	<a href="http://www.zim-bmwi.de">www.zim-bmwi.de</a>
AiF – Forschung für den innovativen Mittelstand	<a href="http://www.aif.de">www.aif.de</a>
<b>Europäische Kooperationen</b>	
EuroTransBio	<a href="http://www.eurotransbio.net">www.eurotransbio.net</a>
EraSME – Förderung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit von KMU	<a href="http://www.era-sme.net">www.era-sme.net</a>
EUREKA	<a href="http://www.eureka.dlr.de">www.eureka.dlr.de</a>
Eurostars	<a href="http://www.eureka.dlr.de">www.eureka.dlr.de</a>
CORNET – Gemeinschaftsforschung für KMU in Europa	<a href="http://www.cornet-era.net">www.cornet-era.net</a>
Europäische F&E-Förderung für KMU durch die Nationale Kontaktstelle	<a href="http://www.nks-kmu.de">www.nks-kmu.de</a>

## WETTBEWERBE UND PREISE

### Ideenwettbewerbe

Science2Start	<a href="http://www.bioregio-stern.de/science2start">www.bioregio-stern.de/science2start</a>
CyberChampion	<a href="http://www.cyberforum.de">www.cyberforum.de</a>
Test Your Ideas!	<a href="http://www.seh.uni-hohenheim.de/TYI/">www.seh.uni-hohenheim.de/TYI/</a>
Enable2Start	<a href="http://www.enable2start.de">www.enable2start.de</a>

### Nur für Frauen

Darboven IDEE-Förderpreis	<a href="http://www.darboven.com">www.darboven.com</a>
Internationaler Cartier-Businessplan-Wettbewerb für Gründerinnen in der Startphase	<a href="http://www.cartierwomensinitiative.com">www.cartierwomensinitiative.com</a>
Prix Veuve Clicquot - Unternehmerin des Jahres 2010	<a href="http://www.prix-veuve-clicquot.de">www.prix-veuve-clicquot.de</a>
Überblick über die Wettbewerbe	<a href="http://www.gruenderinnenagentur.de">www.gruenderinnenagentur.de</a> >Information >Wettbewerbe

### Businessplanwettbewerb an Hochschulen

NewBizCup2.0	<a href="http://www.newbizcup.de">www.newbizcup.de</a>
European Business Master Cup	<a href="http://www.hdm-stuttgart.de/ebmc">www.hdm-stuttgart.de/ebmc</a>

### Businessplan-Wettbewerbe, branchenbezogen

Science4life	<a href="http://www.science4life.de">www.science4life.de</a>
Bio-Gründer	<a href="http://www.bio-gruender.de">www.bio-gruender.de</a>
Businessplan Wettbewerb Medizinwirtschaft	<a href="http://www.startbahnruhr.de">www.startbahnruhr.de</a>
Best of Biotech – für Wissenschaftler aus den Life Sciences	<a href="http://www.bestofbiotech.at">www.bestofbiotech.at</a>

### Businessplan-Wettbewerbe, themenoffen

CyberOne Award	<a href="http://www.cyberone.de">www.cyberone.de</a>
Start2grow	<a href="http://www.start2grow.de">www.start2grow.de</a>
start & more Businessplan Wettbewerb	<a href="http://www.startandmore.com">www.startandmore.com</a>
Gründerpreis Baden-Württemberg	<a href="http://www.sv-bw.de">www.sv-bw.de</a>
GründerChampions	<a href="http://www.degut.de">www.degut.de</a>
Entrepreneur des Jahres	<a href="http://www.ey.com/de/de">www.ey.com/de/de</a>
Deutscher Gründerpreis	<a href="http://www.deutscher-gruenderpreis.de">www.deutscher-gruenderpreis.de</a>



Weitere Preise	
Landespreis für Junge Unternehmen	<a href="http://www.landespreis-bw.de">www.landespreis-bw.de</a>
Innovationspreis des Landes Baden-Württemberg	<a href="http://www.wm.baden-wuerttemberg.de">www.wm.baden-wuerttemberg.de</a>
Landeswettbewerb „Dienstleister des Jahres“	<a href="http://www.dienstleistungsoffensive.de">www.dienstleistungsoffensive.de</a>
Artur Fischer Erfinderpreis	<a href="http://www.erfinderpreis-bw.de">www.erfinderpreis-bw.de</a>
Innovationspreis der Deutschen Wirtschaft	<a href="http://www.innovationspreis.com">www.innovationspreis.com</a>
VR-Innovationspreis	<a href="http://www.innovativer-mittelstand.de">www.innovativer-mittelstand.de</a>

COACHING UND BERATUNG	
Coaching vor der Gründung	<a href="http://www.esf-bw.de">www.esf-bw.de</a> >Der ESF in BW >Förderbereich Wirtschaft >Programm des Wirtschaftsministeriums
Coaching vor/nach der Gründung	<a href="http://www.rkw-bw.de">www.rkw-bw.de</a> >Unternehmensberatung >Förderprogramme
Coaching nach der Gründung	<a href="http://www.gruender-coaching-deutschland.de">www.gruender-coaching-deutschland.de</a>

GRÜNDERMESSEN	
Bundesweite Leitmesse in Hannover, Nürnberg und Essen	<a href="http://www.start-messe.de">www.start-messe.de</a>
NewCome: Gründermesse und Landeskongress im süddeutschen Raum	<a href="http://www.messe-stuttgart.de">www.messe-stuttgart.de</a> >newcome

MESSEFÖRDERUNG	
Baden-Württemberg International (bw-i), Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit	<a href="http://www.bw-i.de">www.bw-i.de</a> <a href="http://www.bw-invest.de">www.bw-invest.de</a>
Gemeinschaftsstand Baden-Württemberg auf der BIOTECHNICA-Messe	<a href="http://www.bio-pro.de">www.bio-pro.de</a> >Biotecnica <a href="http://www.biotechnica.de">www.biotechnica.de</a>
BMWi-Programm zur Teilnahme von jungen Firmen an internationalen Leitstellen	<a href="http://www.bafa.de">www.bafa.de</a> >Wirtschaftsförderung
AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.	<a href="http://www.auma.de">www.auma.de</a> >Ausstellerförderung Inland

BIOTECHGUIDE BADEN-WÜRTTEMBERG	
Jahrbuch mit den Profilen der baden-württembergischen Biotech-Unternehmen	<a href="http://www.bio-pro.de">www.bio-pro.de</a> >Download

INTELLECTUAL PROPERTY (IP) UND PATENTANGELEGENHEITEN	
Technologie-Lizenz-Büro (TLB) der Baden-Württembergischen Hochschulen GmbH	<a href="http://www.tlb.de">www.tlb.de</a>
Informationszentrum Patente	<a href="http://www.patente-stuttgart.de">www.patente-stuttgart.de</a>
Schutz von Ideen für die gewerbliche Nutzung – Programm des BMWi	<a href="http://www.signo-deutschland.de">www.signo-deutschland.de</a>
Patentführerschein	<a href="http://www.patentfuehrerschein.de">www.patentfuehrerschein.de</a>
Patentserver des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi)	<a href="http://www.patentserver.de">www.patentserver.de</a>
DEPATISnet (Datenbank des Deutschen Patent- und Markenamts)	<a href="http://www.depatismet.de">www.depatismet.de</a>
espacenet – Europäisches Netz von Patentdatenbanken	<a href="http://www.espacenet.com">www.espacenet.com</a>
Patentdatenbank des Fachinformationszentrums (FIZ) in Karlsruhe	<a href="http://www.stn-international.de">www.stn-international.de</a>
Patentdatenbank des Portals Biotechnologie	<a href="http://www.biotechnologie.de">www.biotechnologie.de</a> >Datenbank >Patentdatenbank
Deutsches Patent- und Markenamt	<a href="http://www.dpma.de">www.dpma.de</a>
Europäisches Patentamt	<a href="http://www.european-patent-office.org">www.european-patent-office.org</a>
US Patent and Trademark Office	<a href="http://www.uspto.gov">www.uspto.gov</a>

INNOVATION	<a href="http://www.ini-novation.de">www.ini-novation.de</a>
VDI/VDE Innovation + Technik GmbH	<a href="http://www.vdivde-it.de">www.vdivde-it.de</a>

## TECHNOLOGIETRANSFER

Verband der Baden-Württembergischen Technologie- und Gründerzentren e.V.	<a href="http://www.technologiezentren.com">www.technologiezentren.com</a>
VDI-Technologiezentrum GmbH	<a href="http://www.vditz.de">www.vditz.de</a>
Verein Deutscher Ingenieure e.V.	<a href="http://www.vdi.de/7638.0.html">www.vdi.de/7638.0.html</a>
Kompetenznetze (BMBF): Wegweiser für Innovation, Investition und Bildung	<a href="http://www.kompetenznetze.de">www.kompetenznetze.de</a>

## MARKTANALYSE

Unternehmensinformationen	
Biolink Direct	<a href="http://www.biolinkdirect.com">www.biolinkdirect.com</a>
Jahr- und Adressbuch Biotechnologie	<a href="http://www.biocom.de">www.biocom.de</a>
Elektronischer Bundesanzeiger	<a href="http://www.ebundesanzeiger.de">www.ebundesanzeiger.de</a>
Brancheninformationen	
Informationsportal der BIOPRO Baden-Württemberg GmbH	<a href="http://www.bio-pro.de">www.bio-pro.de</a>
Informationsportal des BMBF	<a href="http://www.biotechnologie.de">www.biotechnologie.de</a>
Brancheninformationen USA	<a href="http://www.biospace.com">www.biospace.com</a>
Statistisches Bundesamt	<a href="http://www.destatis.de">www.destatis.de</a>
EUROSTAT (EU)	<a href="http://epp.eurostat.ec.europa.eu">http://epp.eurostat.ec.europa.eu</a>
Federal Interagency Council on Statistical Policy (USA)	<a href="http://www.fedstats.gov">www.fedstats.gov</a>

## BRANCHENVERBÄNDE UND INDUSTRIEORGANISATIONEN

Deutsche Industrievereinigung Biotechnologie“ (DIB)	<a href="http://www.dib.org">www.dib.org</a>
Biotechnologie-Industrie-Organisation Deutschland e.V.	<a href="http://www.biodeutschland.org">www.biodeutschland.org</a>
Verband Biologie, Biowissenschaften und Biomedizin in Deutschland e.V.	<a href="http://www.vbio.de">www.vbio.de</a>
Wirtschaftsverband der forschenden Pharma-Unternehmen in Deutschland (vfa)	<a href="http://www.vfa.de">www.vfa.de</a>
Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie e.V. (BPI)	<a href="http://www.bpi.de">www.bpi.de</a>
Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie e.V. (DECHEMA)	<a href="http://www.dechema.de">www.dechema.de</a>
Zukunftsforum Biotechnologie	<a href="http://biotech.dechema.de/Zukunft.html">http://biotech.dechema.de/Zukunft.html</a>
Vereinigung deutscher Biotechnologie-Unternehmen (VBU)	<a href="http://www.v-b-u.org">www.v-b-u.org</a>
Verband der Diagnostica Industrie e.V. (VDGH)	<a href="http://www.vdgh.de">www.vdgh.de</a>
Bundesverband Medizintechnologie (BVMed)	<a href="http://www.bvmed.de">www.bvmed.de</a>
Bundesverband der Arzneimittelhersteller e.V. (BAH)	<a href="http://www.bah-bonn.de">www.bah-bonn.de</a>
Verband der Chemischen Industrie e.V. (VCI)	<a href="http://www.vci.de">www.vci.de</a>
European Federation of Biotechnology (EFB)	<a href="http://www.efb-central.org">www.efb-central.org</a>
Biotechnology Industry Organisation (BIO)	<a href="http://www.bio.org">www.bio.org</a>
The European Association for Bioindustries	<a href="http://www.europabio.org">www.europabio.org</a>
Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (PhRMA)	<a href="http://www.phrma.org">www.phrma.org</a>
Bioindustry Association (BIA)	<a href="http://www.bioindustry.org">www.bioindustry.org</a>
Biotechnologische Studenteninitiative e.V. (bts)	<a href="http://bts-ev.de">http://bts-ev.de</a>
Young European Biotech Network	<a href="http://www.yebn.org">www.yebn.org</a>

<b>INTERNATIONALISIERUNG</b>	
Förderung Auslandsmarkterschließung	<a href="http://www.bw-global.de">www.bw-global.de</a>
Internationalisierung von KMU	<a href="http://www.enterprise-europe-bw.de">www.enterprise-europe-bw.de</a>
Nationale Kontaktstelle für KMU in Baden-Württemberg	<a href="http://www.steinbeis-europa.de">www.steinbeis-europa.de</a>
<b>FRAUENNETZWERKE</b>	
Netzwerk Frauen.Innovation.Technik Baden-Württemberg	<a href="http://www.netzwerk-fit.de">www.netzwerk-fit.de</a>
Portal für Wissenschaftlerinnen und Schülerinnen	<a href="http://www.scientifica.de">www.scientifica.de</a> <a href="http://www.schuelerinnen-forschen.de">www.schuelerinnen-forschen.de</a>
bundesweite gründerinnenagentur	<a href="http://www.gruenderinnenagentur.de">www.gruenderinnenagentur.de</a> >Vernetzung
Managerinnen-Netzwerk der DECHEMA e.V.	<a href="http://biotech.dechema.de/mn.html">http://biotech.dechema.de/mn.html</a>
<b>LINKSAMMLUNG</b>	
Linksammlung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg	<a href="http://www.wm.baden-wuerttemberg.de/linkkatalog/62345.html">www.wm.baden-wuerttemberg.de/linkkatalog/62345.html</a>

# Impressum

## **HERAUSGEBER**

BIOPRO Baden-Württemberg GmbH  
Breitscheidstraße 10  
70174 Stuttgart

Telefon: 0711-21 81 85 00

Fax: 0711-21 81 85 02

E-Mail: [info@bio-pro.de](mailto:info@bio-pro.de)

Internet: [www.bio-pro.de](http://www.bio-pro.de)

## **VERTRETUNGSBERECHTIGTER GESCHÄFTSFÜHRER**

Dr. Ralf Kindervater

## **REGISTERGERICHT**

Amtsgericht Stuttgart

Registernummer: HRB 23470

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

gemäß § 27a Umsatzsteuergesetz: DE 227283342

## **V.I.S.D.P.**

Dr. Ralf Kindervater

## **PROJEKTLEITUNG**

Dr. Barbara Jonischkeit

## **REDAKTION**

Dr. Barbara Jonischkeit

Georgia Kazakidou

## **LEKTORAT**

Eva Wagner, Textstudio Wagner, Kaufering

## **FOTOS**

Christoph Bächtle

## **GESTALTUNG**

kemnitzmares, Stuttgart

## **HINWEIS FÜR DEN BENUTZER**

Der Inhalt dieses Werks wurde sorgfältig recherchiert, um Ihnen umfassende Informationen zur Verfügung zu stellen. Dennoch übernimmt die BIOPRO Baden-Württemberg keinerlei juristische Haftung für die Nutzung dieser Informationen. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte der angegeben Links und Querverweise. Für den Inhalt dieser Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.

[www.bio-pro.de](http://www.bio-pro.de)

[gruendung@bio-pro.de](mailto:gruendung@bio-pro.de)



BIOPRO Baden-Württemberg GmbH · Breitscheidstraße 10 · 70174 Stuttgart/Germany  
Phone: +49 (0) 711-21 81 85 00 · Fax: +49 (0) 711-21 81 85 02 · E-mail: [info@bio-pro.de](mailto:info@bio-pro.de)

ISBN-13 978-3-938345-07-8