

Von der Produktidee bis zur Tragfähigkeitsbeurteilung

Von: Peter Kindermann

21. April 2009

Für: ARGE-Arbeitslosengeld II - Landkreis Ludwigsburg

Fassung 20.4.09

Gliederung

2

- Teil I Vorstellung der ShJ-Arbeit
- Teil II Von der Produktidee zum Business- u. Finanzplan
- Teil III Die Tragfähigkeitsbeurteilung
- Teil IV Empfehlungen

Unternehmensgründerinnen und Gründer, die sich beraten lassen, haben größere Chancen.



Die 36 ShJ-Berater haben 1.500 Jahre Praxiserfahrung

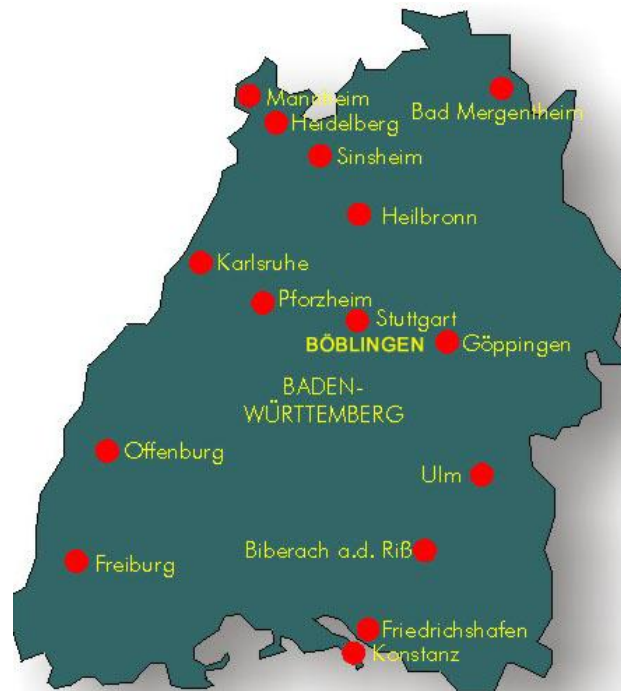
4



Tätigkeitsbereich Baden–Württemberg

5

Zusammenarbeit mit Beratungs- und
Fördereinrichtungen



Unser Beratungsangebot

6

- Existenzgründung (60%)
- Existenzsicherung (30%)
- Unternehmensnachfolge (5%)
- Sonstiges (5%)

- Coaching

Fünf Pluspunkte

7

- Wir sind berufs- und lebenserfahren
- Wir wollen unsere Erfahrungen weitergeben
- Wir sind nach wie vor engagiert
- Wir sind wirtschaftlich und zeitlich unabhängig
- Wir arbeiten ehrenamtlich

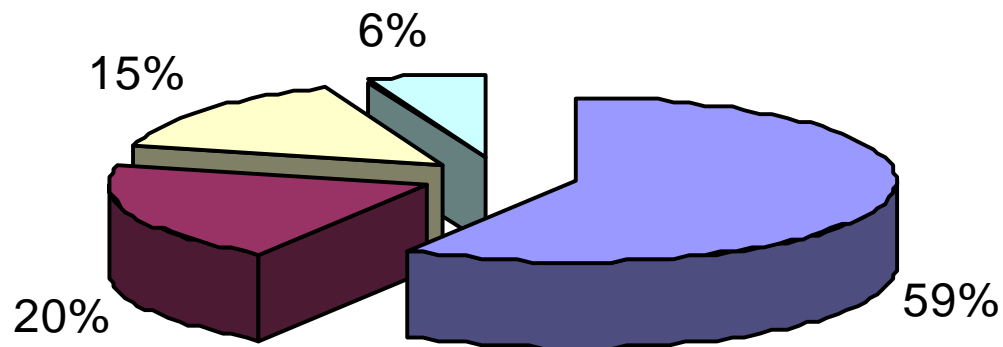
Beratungen 2007/2008

8

- ca. 400 Anfragen pro Jahr
 - davon ca. 280 Beratungen pro Jahr
- ca. 6.000 Beratungen seit Gründung

Beratungen nach Branchen

9



Hauptprobleme der Gründer

10

- Businessplanerstellung
- Marketingplanung / Kundengewinnung
- Finanzplanung / Finanzierung

Meine Beratungsphilosophie:

11

- Den Gründern eine Struktur für ihre Planung vorschlagen, z. B. :
 - Businessplanung
 - Finanzplanung
 - Marketingplanung / Kundengewinnung

Meine ShJ Beratungen 2008

12

Coaching (Life...)

Designer-Taschen

Finanzberatung 2 x

Heilpraktikerpraxis

Ingenieur-Beratung

IT Portal Landw. Produkte

Kinderbetreuung

Klavier-Musikschule

Kunststoffteilefertigung

Schmuckbranche

Transportunternehmen

ShJ Anfragenformular

13



**Senioren
helfen
Junioren**
Arbeitskreis e.V.

Baden-Württemberg
Bahnhofstrasse 14
71034 Böblingen
Tel.: 07031-228388, Fax: 07031-22118
e-mail: kontakt@shj-beratung.de
www.shj-beratung.de

ANFRAGE

Fall-Nr.: _____ Eing. Datum : _____ Aufn. Kollege : _____

Firma : Info durch :

Name : Vorname : Alter :

Straße : PLZ : Ort :

Telefon : Fax : Land :

Branche / Beruf : e-mail:

Gründung () Festigung () Handel () Handwerk () Dienstleistung () Gewerbe ()

Inf.-Technik () Freizeit Tourismus () Gastronomie () Landw.-Gartenb. () Freie Berufe ()

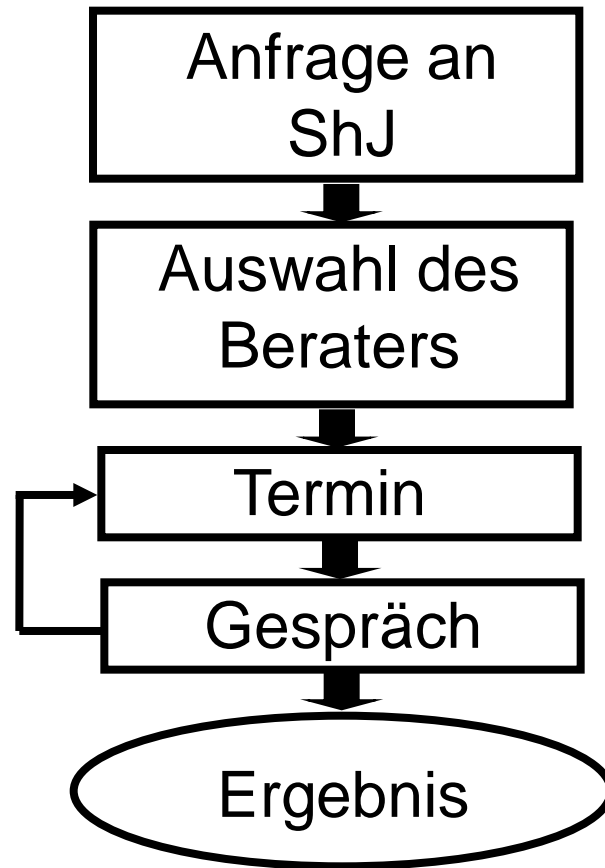
Vorhaben / Problem :

.....
.....
.....



Ablauf einer ShJ – Beratung (S. 2)

14



Was macht ShJ noch?

15

- Hilft z.B. dem IHK-Starter-Center in Stuttgart u. dem Gründerbüro der Stadt Stuttgart bei der Gründerberatung
- Gibt als fachkundige Stelle „Stellungnahmen zur Tragfähigkeit von Existenzgründungen“ (§ 57 SGB III) ab
- Berät Gründer auf der NewCome
- Übernimmt Patenschaften

Welche Kosten entstehen bei ShJ?

16

- Keine für den ehrenamtlich arbeitenden Berater
- 100 € pro Beratungsfall für das ShJ Büro
- Fahrtkosten, wenn die Beratung beim Ratsuchenden erfolgen muss.
- Übernachtungskosten, falls erforderlich.

Teil II

17

Von der Produktidee zum Business- und Finanzplan

Von der Idee z. Business- u. Finanzplan

18

- **1 Quellen für neue Produktideen**
- **2 Die wichtigsten Punkte eines Business-
planes**
- **3 Finanzplanung**

Quellen für neue Produktideen

19

- Eigene Ideen (was fehlt?)
- Kundenwünsche
- Marktlücken
- Systematische Suche
 - Brainstorming
 - Methode 635
 - Morphologischer Kasten.....

Details s. Aufsatz: „Quellen für neue Produkte“
von P.Kindermann

Ideensammlung

20

- Erst die Ideen sammeln.
- Dann die Ideen bewerten



Teil 2

21

Die wichtigsten Punkte eines Businessplanes

Businessplan (BP)

22

- „Ein BP (Geschäftsplan) ist eine schriftliche Zusammenfassung eines unternehmerischen Vorhabens.
- Basierend auf einer Geschäftsidee werden im BP die Strategie und die Ziele dargestellt, die mit der Produktion, dem Vertrieb und der Finanzierung eines Produktes oder einer Dienstleistung verbunden sind“. (Wikipedia)

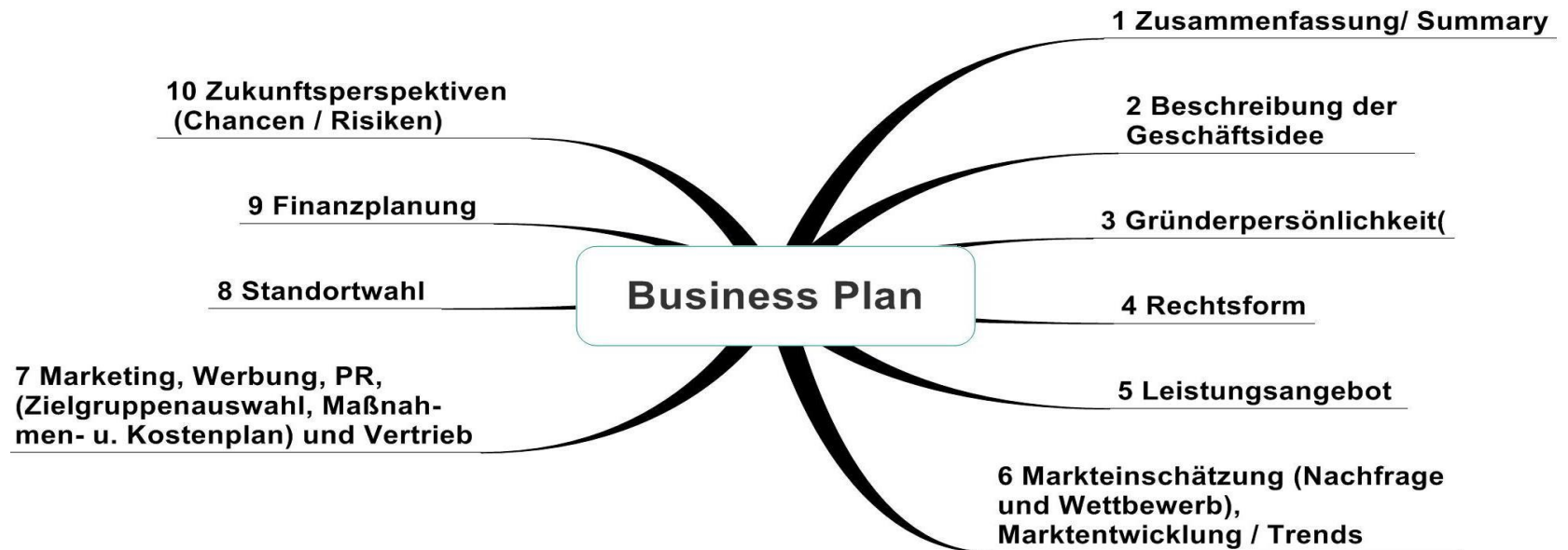
Wem nützt der Businessplan?

23

- Dem Gründer,
- Den Geldgebern (Banken, pot. Teilhabern)
- der ARGE
- U.S.W.

2 Die wichtigsten Punkte eines Businessplanes

24



copyright P. Kindermann

Zusammenfassung

25

- Die Zusammenfassung zum Schluss formulieren!

Darstellung der Geschäftsidee

26

- Worin besteht die Geschäftsidee?
- Was wird angeboten?
- Wem wird das Produkt angeboten?
- Wie lauten die quantitativen Ziele?
 - Die Ziele müssen konkret (s m a r t) sein!

Ziele müssen „smart“ sein!

27

s = spezifisch

m = messbar

a = attraktiv

r = realistisch

t = terminiert

Gründerperson / Qualifikation

28

- Alter
- Ausbildung
- Bisheriger Berufsweg
- Fachliche Kenntnisse / Qualifikation
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse
- Marktkenntnisse
- usw.

Rechtsform

29

- Meist
 - Einpersonengesellschaft
 - Partnerschaftsgesellschaft
- Frage der Haftung, der Kosten u. der „Leichtigkeit des Seins“

Leistungsangebot: Produkt und Preis:

30

- Was wird angeboten?
- Zu welchem Preis?
- Wo wird das Produkt angeboten?
- Vorteile gegenüber dem Wettbewerb?
- Alleinstellung gegeben?

Detaillierte Beschreibung der Dienstleistung oder des Produktes.

Markteinschätzung

31

- Nachfrage / Marktvolumen?
- Voraussichtliche Marktentwicklung
- Trends

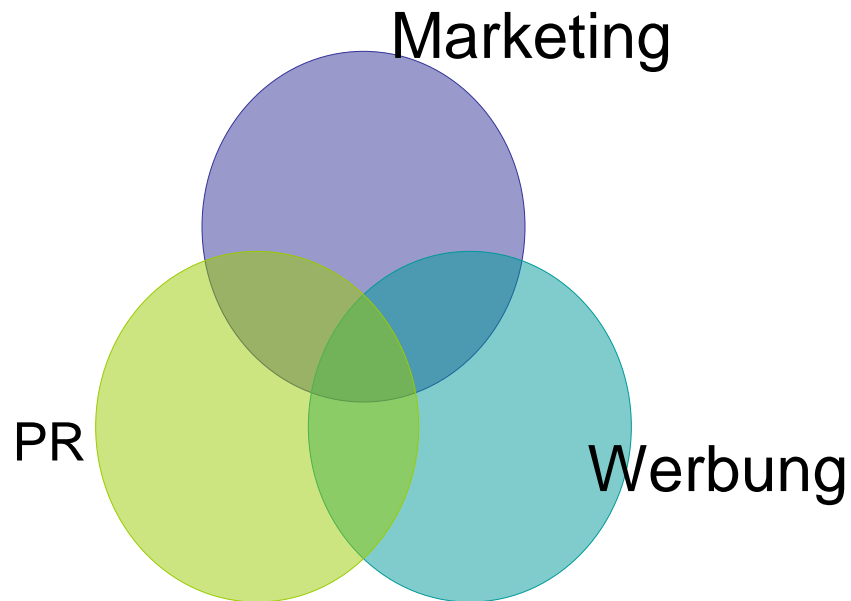
Konkurrenzanalyse

32

- Wer sind die Hauptkonkurrenten?
- Leistung der Konkurrenzprodukte?
 - Stärken
 - Schwächen

Unternehmenskommunikation =

33



Kundengewinnung

34

Das wichtigste Ziel aller Marketing- und Werbemaßnahmen ist die Kundengewinnung!

Daher: Kundengewinnung
Kundengewinnung
Kundengewinnung



Systematische Kommunikation (1)

35

- Situationsanalyse machen (Markteinschätzung, Konkurrenzanalyse)
- Marketingziele festlegen
 - Was soll erreicht werden (smart!)
- Zielgruppe bestimmen

Bestimmung der Zielgruppe(n)*

36

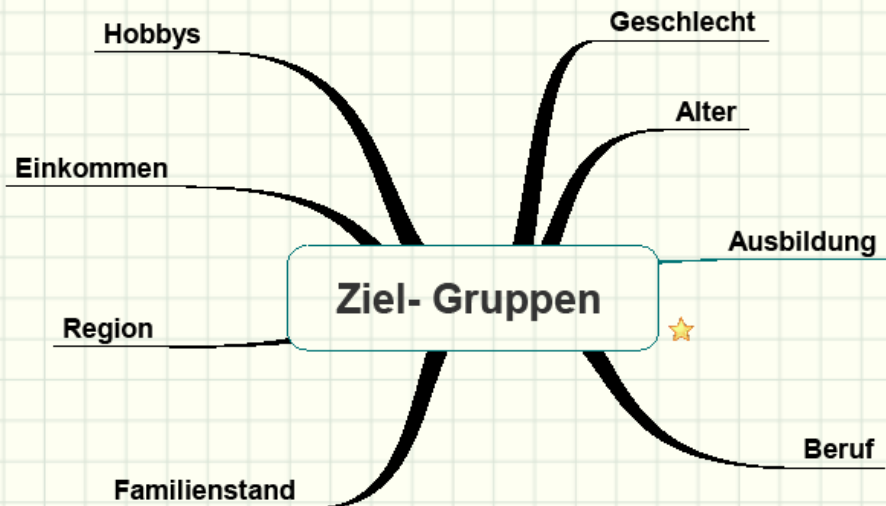
Die Bestimmung der Zielgruppe ist von zentraler Bedeutung!

*)Wer soll als Kunde geworben werden?

Zielgruppenauswahl

37

Zielgruppenfestlegung / Wunschkunden ?



Sind die genauen Wünsche der Zielgruppe bekannt?

Systematische Kommunikation (2)

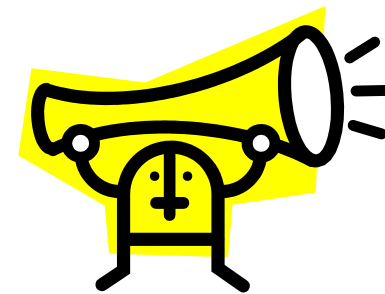
38

- Marketing -Instrumente festlegen, um die Zielgruppen zu erreichen
- Gesamterscheinungsbild (CD) festlegen,

Werbemittelauswahl

39

- Mit welchen Mitteln sollen die Kunden umworben werden? Mit
 - Flyern, Prospekten
 - Anzeigen
 - Messen
 - Hörfunk, TV
 - Internetauftritt



Werbemiteileinsatz zeitlich planen

40

Werbemittel	Monat 1	Monat 2	Jahr 1
Geschäftspapiere	700		700
Flyer / Prospekt		500	500
Internetauftritt	750	750	1500
Insgesamt	1450	1250	2700

Zusammenfassung der Kommunikations- Maßnahmen

41

- Situationsanalyse machen,
- Marketingziele festlegen,
- Zielgruppe bestimmen,
- Marketing -Instrumente festlegen,
- CD (corporate design), Gesamterscheinungsbild) festlegen,
- Werbemittel auswählen,
- Marketing Budget bestimmen,
- Werbemittleinsatz zeitlich planen,
- PR Maßnahmen planen,
- Konzept testen und
- den erwarteten Nutzen / Erfolg beschreiben.

Standortwahl

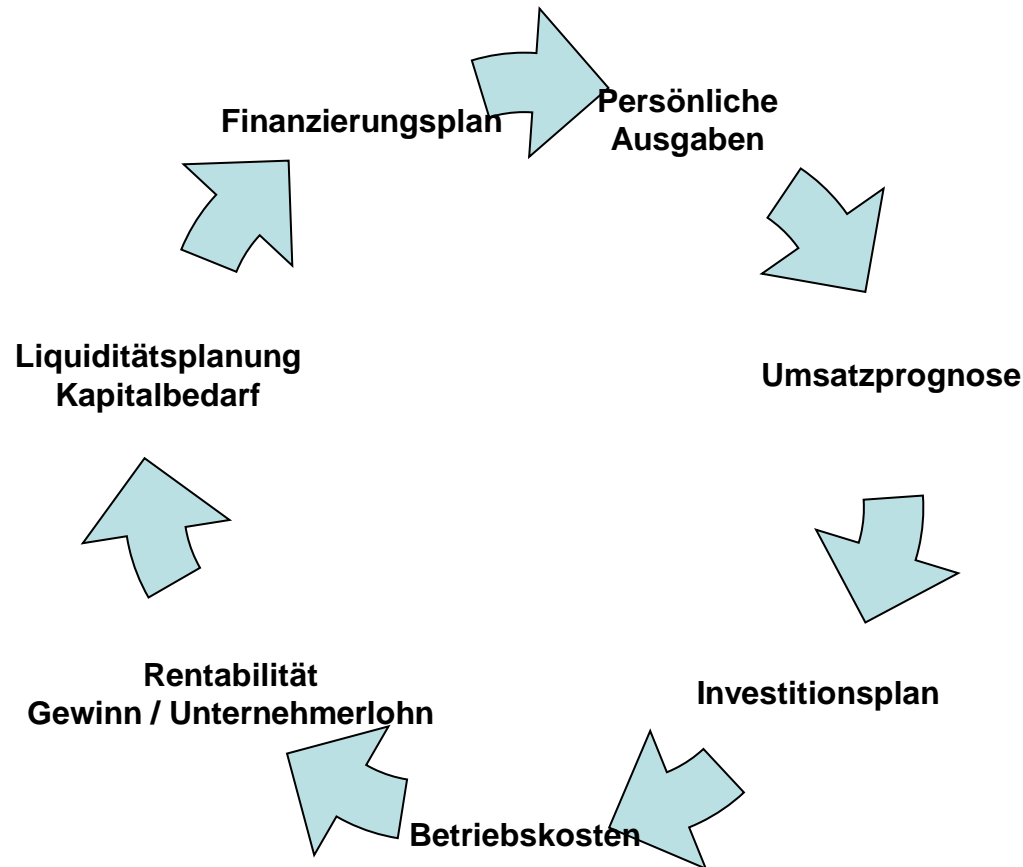
42

- Wo soll der Firmensitz sein?
- Wie ist die Verkehrsanbindung?
- Welche behördlichen Auflagen sind zu beachten?
- Kosten?

Finanzplanung für Existenzgründer

43

- speziell für die Einpersonengesellschaft



- „Tabellen zur Finanzplanung für Existenzgründer“ s.
www.kindermanns.de

Empfehlungen

45

- Der Gewinn muss mittelfristig zur Deckung der Lebenshaltungskosten ausreichen.
- Die Liquidität muss **immer** gegeben sein!

Planungshilfen

- Excel-Tabellen “Zur Finanzplanung für Existenzgründer“
s. Downloads bei www.kindermanns.de

Kapitel „Zukunftsperspektiven“

46

- Trends allgemein darstellen
- Eigene künftige Pläne / Ziele beschreiben.

Die Zusammenfassung im Businessplan

47

- Zusammenfassung zum Schluss formulieren!
- In ihr die wichtigsten Ergebnisse des BP und des FP aufführen..
- Quantitative Ziele und Planergebnisse herausstellen.

Am Text sorgfältig feilen, feilen!

Teil III Die Tragfähigkeitsbeurteilung

48

Stellungnahme der fachkundigen Stelle
zur
Tragfähigkeit der Existenzgründung

C. Zum Vorhaben (1 – 5)

49

1. Das Leistungsangebot scheint – auch in absehbarer Zeit – konkurrenzfähig.
2. Der Existenzgründer schätzt die voraussichtlichen Umsätze realistisch ein.
3. Der Existenzgründer schätzt die voraussichtlichen Betriebsergebnisse vor Steuern realistisch ein.
4. Der Existenzgründer schätzt den voraussichtlichen Kapitalbedarf realistisch ein.
5. Das zu erwartende Einkommen kann dem Existenzgründer voraussichtlich eine ausreichende Lebensgrundlage bieten.
 - Es fehlt:
 - Der Existenzgründer hat die erforderlichen Marketing- und Werbemaßnahmen geplant () ():

Teil IV Empfehlungen

50

Businessplan und Finanzplan müssen immer
Schriftlich vorliegen!

Teil IV Empfehlungen (S. 1)

51

5 Kernfragen (Hürden)

- 1 Geschäftsidee vernünftig, aussichtsreich?
- 2 Gründer(in) = geeignet? Unternehmertyp?
- 3 **Zielgruppe festgelegt und Werbeplan mit Kostenschätzung vorhanden?**
- 4 Reicht der Gewinn in 2 – 3 Jahren zum Lebensunterhalt?
- 5 Ist für ausreichende Liquidität gesorgt?

Empfehlungen (S. 2)

52

Bei „ja“ zu allen 5 Kernfragen, ist das Projekt voraussichtlich „tragfähig“!

Natürlich müssen BP und FP im Detail geprüft werden.

...

Wichtige Internetadressen

53

- www.bmwi.de
- www.gruendungswiki.de
- www.kfw.de
- www.kindermanns.de
- www.newcome.de
- www.shj.de

Literaturempfehlungen

54

- Bischoff, Franz-Georg „Der Professionelle Businessplan“
Humboldt - Taschenbuchverlag, 2000
- Schlembach, Claudia u. Hans-G. „Businessplan“,
Cornelson-Verlag, 2003
- Geyer, Helmut „Crashkurs Marketing“, Rudolf Haufe
Verlag, 2003

Förderprogramme für Existenzgründer und -gründerinnen

55

- Zuschüsse zur Gründungsberatung (vor der Gründung)
- Zuschüsse zur Unternehmensberatung (nach der Gründung)
- Gründercoaching Deutschland (nach der Gründung)
- Unternehmerkapital: ERP-Kapital für Gründung
- KfW-Unternehmerkredit
- Gründungszuschuss
- KfW-StartGeld

Förderung

56

- Unterscheidung durch
 - Höhe, Zinssatz, Laufzeit
 - Tilgungsfreie Zeit, Tilgungshöhe
 - Geforderte Sicherheit

- Wichtigste Adresse: www.kfw.de
- **Aber: Immer über die Hausbank**

Mich erreichen Sie unter:

57

- Dipl. Ing. Peter Kindermann
Roseggerweg 1
71254 Ditzingen / Schöckingen
Tel.: 07156 6959
Fax: 07156 18220
E-Mail: peter@kindermanns.de
www.kindermanns.de

