

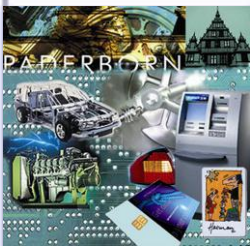


Das Unternehmenskonzept – Schlüssel zum Erfolg

Vorlesungsreihe WS 2011/12

SIGMA – Unternehmensgründung aus der Universität

**Paderborn, 10. Januar 2012
Maria Reimer**



Wirtschaftsförderungsgesellschaft Paderborn mbH – Servicestelle für die Wirtschaft

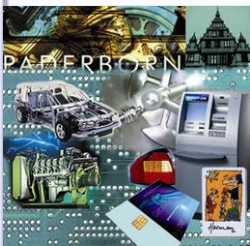


Tochtergesellschaft der Stadt Paderborn

Sitz im Technologiepark

Schwerpunkte:

- **Standortmanagement**
- **Gründungsservice**
- **Veranstaltungen**
- **Projekte (z.B. open e-Lab)**



Gründungsservice



- **Hilfe zur Selbsthilfe bei der Existenzgründung und für junge Unternehmen**
- **Unterstützung bei der Erstellung Ihres Unternehmenskonzeptes**
- **Information über Finanzierung und Fördermittel**
- **Kontaktstelle Beratungsförderung / Gründungszirkel / Gründercoaching Deutschland**
- **Beratungs- u. Informationsmodul Startothek**
- **Kontakt-Netzwerke**
- **diverse Veranstaltungen / Weiterbildungen**



Gliederung des heutigen Vortrags



1. **Bedeutung und Funktion eines Unternehmenskonzeptes**
2. **Merkmale eines guten Konzeptes**
3. **Bestandteile Unternehmenskonzept**
4. **Häufige Pleite-Ursachen**
5. **Unterstützungs- und Beratungsangebote in der Region**



Bedeutung und Funktion Unternehmenskonzept



- Grundlage für die fachkundige Stellungnahme bei Agentur und Jobcenter
- Voraussetzung für die Beantragung von Fördermitteln
- Entscheidungsgrundlage für Kapitalgeber über ein mögliches Engagement
- evtl. Grundlage für die Teilnahme an einem Gründungswettbewerb (z.B. startklar)
- Werkzeug zur strukturierten Erarbeitung und detaillierten Darstellung des Vorhabens
- Entscheidungsgrundlage pro / contra Gründung
- Leitfaden / Steuerungswerkzeug für Gründung und Aufbau des Unternehmens



Merkmale eines guten Konzeptes



- **Verständlichkeit (auch für Laien ohne Technik-/Fachkenntnisse)**
- **in sich schlüssige Darstellung**
- **Erläuterung wesentlicher Sachverhalte**
- **ggfs. detaillierte Erläuterungen in den Anhang**
- **stilistisch, optisch, orthographisch u. grammatikalisch ansprechend**
- **gute Präsentation / überzeugender Auftritt der Gründungsperson bzw. des Teams**



Bestandteile Unternehmenskonzept



1. **Zusammenfassung**
2. **Produkt / Dienstleistung**
3. **Gründungspersönlichkeit / Gründungsteam**
4. **Markt und Wettbewerb**
5. **Standort**
6. **Marketing und Vertrieb**
7. **Realisierungsfahrplan**
8. **Organisation**
9. **Chancen- und Risikoanalyse**
10. **Finanzplanung und Finanzierung**
11. **Anlagen**

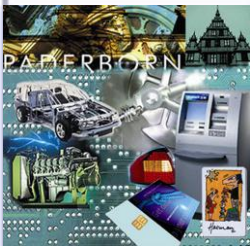


Produkt / Dienstleistung



Was ist das Produkt / die Dienstleistung

- **Kundennutzen („Problem“lösung?) / Alleinstellungsmerkmale**
- **Innovationsgrad / Vergleich zum derzeitigen Stand der Technik**
- **Entwicklungsstand (Entwicklung abgeschlossen? Vermarktungsreife? Noch erforderlicher Aufwand?)**
- **Zulassungsvoraussetzungen**
- **Schutzrechte**
- **Produkt- / Dienstleistungspakete?**



Gründungspersönlichkeit / Gründungsteam



Qualifikation:

- fachlich (z.B. bisherige Berufs- u. Branchenerfahrung, Zulassungsvoraussetzungen)
- persönlich (z.B. Projekt- oder Führungserfahrung, Kontaktfreudigkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Teamfähigkeit)
- kaufmännisch (z.B. betriebswirtschaftliche Grundlagen, Vertriebserfahrung)
- evtl. Defizite > Ausgleich durch:
 - Teamzusammensetzung
 - externe Dienstleister
 - Weiterbildung



Markt und Wettbewerb



- **genaue Charakterisierung der Ziel-Kunden:**
 - **Unternehmen: Branche, Unternehmensgröße, eingesetzte Technologien, Lieferanten-/Abnehmerbeziehungen...**
 - **Endverbraucher: Alter, Geschlecht, Familienstand, Bildungsniveau, Einkommenssituation, Freizeitgestaltung, Einkaufsverhalten...**
- **Welche „Problemstellungen“ haben Ihre Kunden?**
- **Wer sind die “Entscheidungsträger“?**
- **Wie groß ist die Kundengruppe und ihr Budget (Potenzial)?
Wie ist die zukünftige Entwicklung einzuschätzen?**
- **Referenzkunden**



Markt und Wettbewerb



- **Wer ist aus Kundensicht (!) Wettbewerber?**
- **Analyse der Wettbewerbsangebote (Stärken/Schwächen)**
- **Wettbewerbsstruktur**
- **Wie schnell können Nachahmer marktreife Produkte platzieren?**
- **Beurteilung des Wettbewerbsumfeldes (wirtschaftliche Situation der Branche, technologische o. rechtliche Rahmenbedingungen...)**
- **Ihre Abgrenzung zur Konkurrenz (Profil)**
- **Kooperationsmöglichkeiten?**



Marktanalyse - Informationserhebung



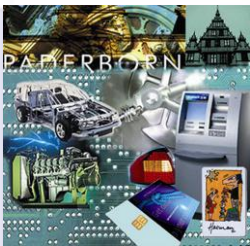
- **Berufsverbände / Branchenverbände**
- **Fachzeitschriften (redaktionelle Beiträge, Stellenanzeigen, Werbeanzeigen)**
- **Gespräche mit Kunden / Wettbewerbern / Lieferanten**
- **Datenbanken / Internet**
- **Besuch von Messen / Veranstaltungen**
- **Beauftragung spezieller Studien**



Standort



- **Marktcharakteristik (Daten in Relation zur Bundesrepublik):**
 - **Bevölkerung, Altersstruktur, soz.vers.pfl. Beschäftigte, Arbeitslose, Landwirtschaft, Gebäude, Tourismus etc.**
 - **Einwohner, Kaufkraft, Kaufkraft speziell für die ang. Leistung**
 - **Einzugsgebiet nach Fahrminuten**
 - **Liste der Wettbewerber nach Fläche und Entfernung**
- **Infrastruktur: Parkmöglichkeiten, ÖPNV (Parkplätze und Haltestellen nach Entfernung und Zeit)**



Standort



- **Frequenzbringer (Warenhäuser, Gastronomie, Schulen, Kindergärten, Behörden, Bäckereien, Sport und Fitnessseinrichtungen, Ärzte, Apotheken, Banken und Geldautomaten)**
- **All dies sind Einflussfaktoren für die Beurteilung eines Standortes. Die Frequenzbringer bieten oft auch die Möglichkeit der Auslage zielgruppenorientierter Flyer.**
- **Fazit: nicht nur auf den Preis achten, sondern Standort insgesamt beurteilen!**



Marketing und Vertrieb



- **Kundengewinnung und –bindung**
- **Genaue Herausarbeitung:**
 - **wesentlicher Kaufmotive für die Kundenansprache**
 - **Informationsverhalten der Zielgruppe**
 - **Kaufgewohnheiten**
- **Planung Marketingmix:**
 - **Produktentwicklung**
 - **Preisstrategie**
 - **Vertriebsstruktur**
 - **Werbemaßnahmen / Öffentlichkeitsarbeit**



Marketing und Vertrieb



Preisstrategie:

- **Discount / Premium**
- **Abschöpfungsstrategie bei neuartigen Produkten**
- **Kalkulationsbasis Marktpreis / eigene Kosten**
- **Zahlungs- und Lieferbedingungen**



Marketing und Vertrieb



Vertriebsstrategie (eigene Mitarbeiter, Handelsvertreter, Internet) ist abhängig von:

- **Erklärungsbedürftigkeit des Produktes**
- **Struktur des Marktes (Anzahl der Kunden, Bedeutung einzelner Kunden)**
- **Vertriebserfahrung / Bekanntheitsgrad**
- **Kosten**



Marketing und Vertrieb



Werbemaßnahmen / Öffentlichkeitsarbeit :

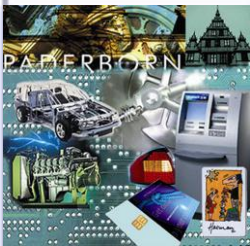
- steigern Bekanntheitsgrad und überzeugen
- Zielkundenspezifische Medien!
- Social Media (z.B. XING)
- Beispiele:
Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Messen, Radio,
Unternehmenspublikationen
redaktionelle Beiträge / Anzeigen
Telefonate / Seriensendungen / pers. Besuche
- Einbindung von Multiplikatoren



Realisierungsfahrplan



- **Festlegung von Meilensteinen**
- **Kalkulation dazugehöriger Ressourcen
(Personal und Finanzbedarf)**
- **Abstimmung mit Finanzplanung**



Organisation



- **Festlegung von Zuständigkeiten / Arbeitsteilung**
- **eigene / fremde Ressourcen (Make or Buy)**
- **Personalplanung**
- **Rechtsform (Entscheidungsfaktoren: Gründungsteam, Geschäftsführungsbefugnisse, Finanzierung, Haftung, Kosten, Aufwand, Außenwirkung)**



Konzept – Chancen und Risiken



- **Darstellung: Was spricht für den Erfolg des Vorhabens (z.B. GründerIn, Team, rechtliche, wirtschaftliche oder gesellschaftliche Rahmenbedingungen, Kundenkontakte)**
- **Darstellung spezieller Risiken, z.B.:**
 - **Neuentwicklungen durch Wettbewerber**
 - **Anlaufschwierigkeiten**
 - **Zahlungsausfälle**
 - **starke Abhängigkeit von einzelnen Kunden**
- **Darstellung von Strategien, wie diesen Risiken begegnet werden soll**



Finanzplanung und Finanzierung



- **Bestandteile:**
 - **Rentabilitätsvorschau**
 - **Liquiditätsplanung**
 - **Investitionsplan**
 - **Finanzierungsplan**
- **Angaben aus dem Geschäftskonzept müssen sich hier wiederfinden**
- **Zusätzlich sollten Erläuterungen zum Zahlenteil erstellt werden**



Finanzplanung und Finanzierung – Rentabilitätsvorschau



Wirtschaftliche Tragfähigkeit

- **Kalkulation von Umsätzen und Kosten auf Grundlage des Unternehmenskonzeptes für die ersten drei Jahre**
- **Überprüfung der Tragfähigkeit / Kapitaldienstfähigkeit**
- **Planungs- u. Controllinginstrument**
- **Aufschlüsselung der Umsätze**
- **Worst-Case-Szenario**
- **ggfs. Branchenvergleichszahlen**



Finanzplanung und Finanzierung - Liquiditätsplanung



- **Kalkulation der Zahlungsströme (idR. auf Monatsbasis)**
- **Berücksichtigung von:**
 - **Entwicklungszeiten**
 - **saisonalen Schwankungen**
 - **Anlaufschwierigkeiten**
 - **branchenüblichen und individuellen Zahlungszielen**
 - **nicht erfolgswirksamen Zahlungsströmen (Tilgung!)**
- **Ermittlung des zusätzlichen Kapitalbedarfs**
- **Kalkulation des kurzfristigen und langfristigen Kapitalbedarfs**



Finanzplanung und Finanzierung



- **erforderliches Fremdkapital**
- **Eigenkapital**
 - **verbessert Bilanzstruktur (Risikopuffer) u. damit die Finanzierungsbereitschaft externer Kapitalgeber**
 - **eigenes Barvermögen, Gegenstände des Anlage- und Umlaufvermögens**
 - **„externes“ Eigenkapital: z.B. strategische Partner, Business-Angels, Beteiligungsgesellschaften**
 - **eigenkapitalähnliche Finanzierungsformen**
- **Sicherheiten**
- **optimaler Finanzierungsmix (EK, FK, Lieferantenkredite, Leasing)**



Konzept – Anlagen



- **Lebenslauf**
- **Zeugnisse**
- **gewerbliche Schutzrechte**
- **Gutachten**
- **wichtige Verträge**



Häufige Pleite-Ursachen



- **unzureichende Marktkenntnis und -orientierung**
- **zu knappe Finanzierung**
- **Vernachlässigung des Marketing und der Öffentlichkeitsarbeit**
- **zu starke Beanspruchung im Tagesgeschäft**
- **verzettelte Akquise**
- **Probleme bei der konkreten Kundengewinnung**



Unterstützungs- und Beratungsangebote in der Region



**Kostenlose Erst- und Festigungsberatung durch das
STARTERCENTER NRW Kreis Paderborn:**

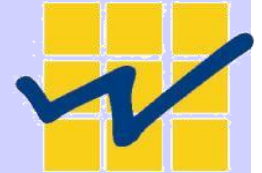
- **Industrie- und Handelskammer, Dr. Claudia Auinger**
- **Handwerkskammer OWL, Rainer Dörr**
- **Wirtschaftsförderungsgesellschaft Paderborn,
Maria Reimer und Heike Süß**

Gründungen aus der Hochschule

- **UNICONSULT, Bernd Seel und Lydia Ortkraß**
- **Open e-Lab, Christoph Meironke**



Beratungs- und Informationsangebote in Paderborn



Beauftragung einer Unternehmensberaterin / eines Unternehmensberaters

- i.d.R. kostenloses Erstgespräch
- Referenzen / Beratungserfahrung?
- kein Berater kann eine Finanzierung garantieren!
- Honorare können werden mit Hilfe öffentlicher Programme bezuschusst
- Anlaufstellen vor (!) Abschluss des Beratungsvertrages: IHK, HWK, WFG



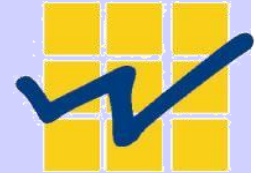
Beratungsförderung



- **Gründungsberatung**
 - **Beratungsprogramm Wirtschaft des Landes NRW (BPW)**
 - **Gründungszirkel**
- **Festigungsberatung**
 - **KfW-Gründercoaching (bei Gründung aus Arbeitslosigkeit im ersten Jahr bis 90 % Zuschuss)**
 - **Unternehmensberatung für KMU (Bundesprogramm)**
- **Beratung etablierter Unternehmen**
 - **Beratung im Rahmen des RWP-Programms**
 - **Potenzialberatung / Arbeitszeitberatung**



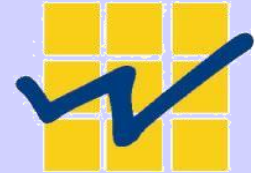
Gründungszykel



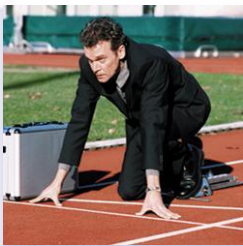
- **Kombination aus Kleingruppenberatung und individuellem Coaching durch erfahrene GründungsberaterInnen**
- **Gruppen mit 4-5 Gründerinnen und Gründern**
- **4-5 Treffen über jeweils 4 Stunden**
- **Ergänzende Einzelberatungen**
- **Erarbeitung und Einschätzung des Gründungsvorhabens**
- **Antragstellung, Organisation, Begleitung durch WFG**
- **Zuschuss: max. 50 – 90 % des Beratungshonorars**



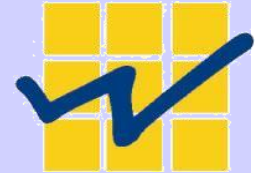
Hilfreiche Links



www.paderborn.de/wirtschaft
www.gruendungsoffensive-paderborn.de
www.existenzgruender.de
www.go.nrw.de
www.startothek.de
www.verbaende.com
www.mediafon.de
www.foerderdatenbank.de
www.kfw.de
www.arbeitsagentur.de
www.standortanalyse.biz



Aktuelle Termine



**„Know-how für Unternehmen“ jeweils im Technologiepark Paderborn
am:**

- **Mittwoch, 25.1.2012 um 18 Uhr „Vertriebs- und Marketingstrategien-
Aufbau und Umsetzung“**
- **Mittwoch, 15.2.2012 um 18 Uhr „Messen und Events im Marketing-
Mix“**
- **Mittwoch, 7.3.2011 um 18 Uhr „Integriertes Technologie-Marketing“**

Kostenbeitrag jeweils 10 €.



Kontakt



Vielen Dank für Ihr Interesse

Wirtschaftsförderungsgesellschaft Paderborn mbH

Maria Reimer

Technologiepark 13

33100 Paderborn

Tel.: 05251-16090-54

m.reimer@wfg-pb.de

www.wfg-pb.de

