



Dein interaktiver Wegweiser von der Idee bis zum Exit



Tüftler oder Denker?

Du hast die Idee, wir haben den Rest.
Das StartupCenter der Stadtsparkasse
Remscheidhilft dir, dein eigenes
Unternehmen zu gründen.



Schritt für Schritt leiten
wir dich durch den
Gründungsprozess.

Du profitierst von
unserem Netzwerk und
der Beratungsreise!

Unser Tipp: Nutze
verschiedene Blickwinkel
auf deine Idee!

Was wir dir bieten ...

Wesentlich für die Umsetzung deiner
Pläne ist die Finanzierung. Hierbei
kommen verschiedene Möglichkeiten
in Frage. Wir erläutern dir, was geht
und wie wir uns die Umsetzung deiner
Idee vorstellen können.

Wir wissen, dass es bei
Unternehmensgründungen auch
mal holprig zugehen kann.
Deshalb stehen wir auch wenn's
mal schwierig wird an deiner Seite.

UND!
Bereite deine Gründung
detailliert vor!

Lass Träume wahr werden!

Neugründung oder Unternehmensnachfolge?
Kein Problem, wir beraten und begleiten dich gern.

Wir sind für dich da!
02191 16-6899
startupcenter-rs.de

 **Stadtsparkasse
Remscheid**



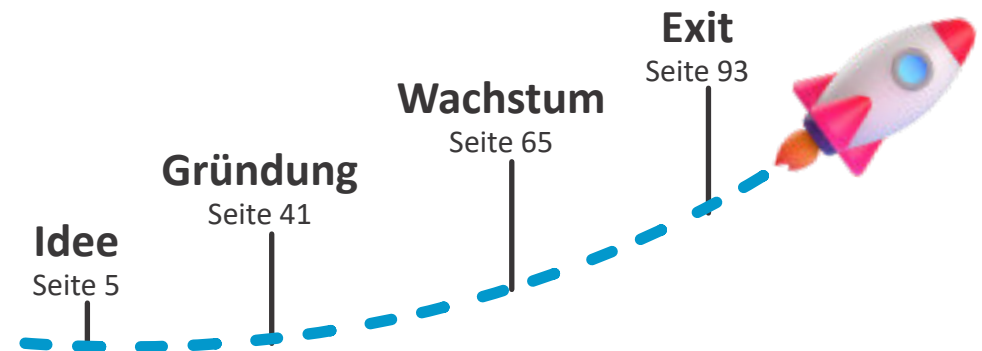
Bist Du mutig ?

...denn wir brauchen auf dieser Welt mehr Menschen, die sich trauen!
Menschen, die an ihre Ideen glauben. Menschen, die sich selbst etwas
zutrauen und die bereit sind, das weitverbreitete „Aber“ aus ihrem
Wortschatz zu streichen.

ABER

Streiche mich mit einem dicken Stift durch!

Du bist also so ein Mensch? Dann leg los und entwickle von der
Geschäftsidee über die Gründung bis zum Wachstum dein eigenes Start-
Up. Dieses Buch wird dir dabei als treuer Begleiter und Ideengeber zur
Seite stehen.



Welche Werte verbinden uns?



Start-Up

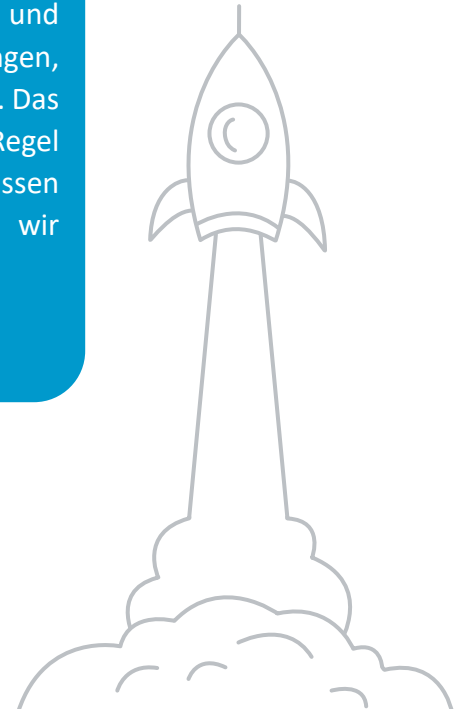
Selbst und ständig?

Das ist nicht unsere Welt! Dieses Buch begleitet Dich bei der Gründung deines eigenen Start-Up-Unternehmens. Einer Geschäftsidee mit hohem Wachstumspotenzial.

Was ist eigentlich ein Start-Up?

Wir verstehen darunter ein junges Unternehmen mit innovativen und skalierbaren Produkten, Dienstleistungen, Geschäftsmodellen oder Technologien. Das Du gerade am Anfang dabei in der Regel nur über geringes Kapital verfügst, wissen wir. Und genau deswegen sind wir angetreten:

Um Dich bestmöglich zu unterstützen!

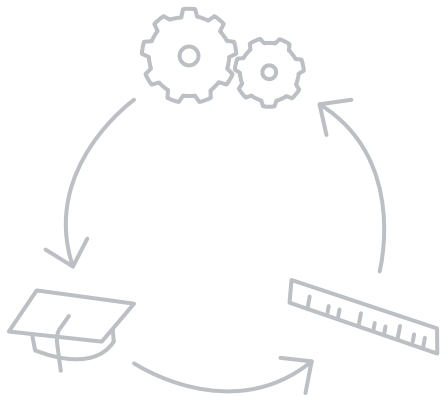


Lean Start-Up

Kennst Du die Lean Start-Up Methode?

Die Zeiten, in denen sich Tüftler:innen über Jahre im Keller eingeschlossen haben und ihr Produkt dort bis zur Marktreife und Patentierung vor der Außenwelt im Verborgenen gehalten haben, sind vorbei. Um Dich schnell und erfolgreich mit deiner Idee an den Markt zu bringen, empfehlen wir die Lean Start-Up Methode.

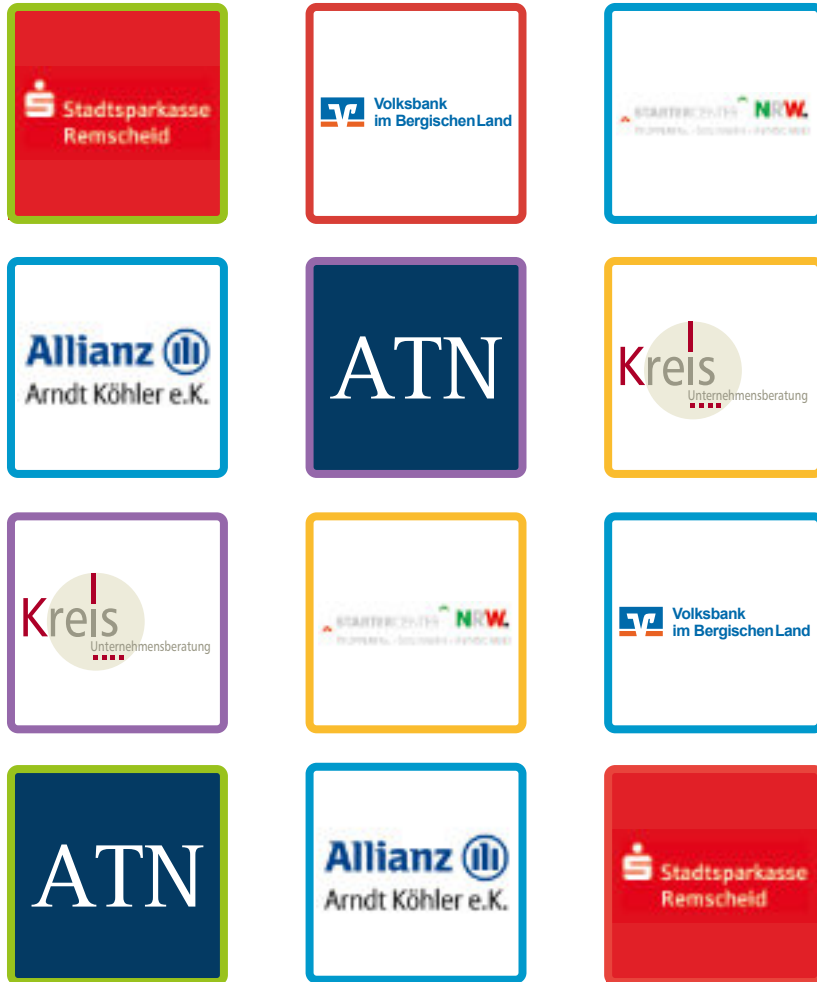
Dabei stehen schlanke Prozesse und das Lernen durch iteratives und kundenzentriertes Testen im Fokus. Durch kontinuierliches Kundenfeedback und das Testen von Hypothesen werden möglichst frühzeitig Rückschlüsse in der Produktentwicklung gezogen. So wird der Prozess schlank gehalten und die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns reduziert. Lean Start-Up erklärt bzw. beschreibt diesen Ablauf als "Build-Measure-Learn Zyklus".



Start-Up Memory

Sprichst Du schon die Start-Up-Sprache? Schneide alle Karten aus und finde die richtigen Paare

Elevator Pitch	Crowd Funding	Lean Start-Up
Methode für eine kurze Zusammenfassung einer Idee.	Eine Vielzahl von Menschen finanzieren gemeinsam eine Start-Up Idee.	Ansatz zur schlanken Umsetzung einer Geschäftsidee.
Skalieren	Inkubator	Coworking
Steigerung des Umsatzes, möglichst ohne größere Investitionen oder steigende Kosten.	Eine Einrichtung, die Start-Ups auf dem gesamten Weg der Gründung unterstützt.	Freiberufler, Start-Ups und digitale Nomaden arbeiten dabei gemeinsam und profitieren voneinander.



VC	Freemium	Break even
Venture Capital	Ein Geschäftsmodell, bei dem das Basisprodukt gratis angeboten wird und das Vollprodukt kostenpflichtig ist.	Der Punkt, an dem Erlöse und Gesamtkosten einer Produktion gleich hoch sind.
Pitch Deck	Seed Capital	USP
Mit wenigen Folien einen Überblick über Start-Up Idee geben.	Startkapital, das für die Unternehmensgründung benötigt wird.	Ein Alleinstellungsmerkmal, was im Marketing als das herausragende Leistungsmerkmal bezeichnet wird.



DIE IDEE

Das Problem

„Das geht doch viel einfacher!“

„Kann man das nicht digital lösen?“

„Das muss doch günstiger umsetzbar sein!“

Immer wenn Dir solche oder ähnliche Gedanken kommen, bist Du auf dem besten Weg, ein Problem zu identifizieren. Und das ist der Ausgangspunkt zur Entwicklung deiner Geschäftsidee. Alle erfolgreichen Gründer:innen, so unterschiedlich sie und ihre Ideen auch sein mögen, eint ihre Denkweise. Und dieses „unternehmerische Mindset“ kann man sich ganz einfach aneignen, in dem man zunächst mit offenen Augen durch die Welt geht und Probleme identifiziert.



Hast Du ein Problem gefunden?

Dann schreib es hier auf und hänge die Seite an deinen Kühlschrank. Jedes Mal, wenn Du dort vorbei kommst, denkst Du kurz darüber nach, wie man dieses Problem lösen kann.

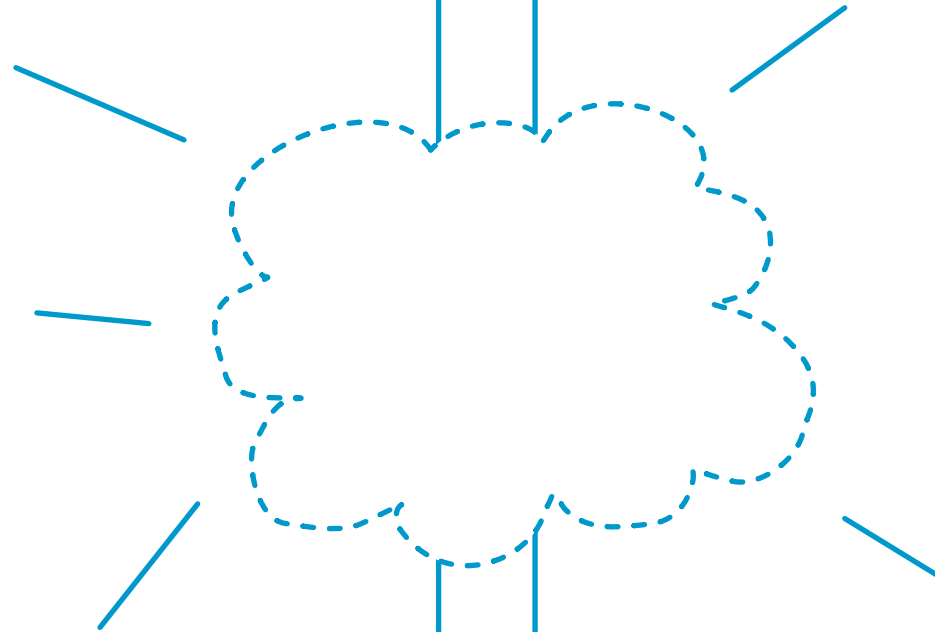
MEIN PROBLEM

Spinne deine Idee aus!

Wie verrückt darf eine Idee sein?

Wir finden: So verrückt wie nur möglich! Denn auch die abgedrehtesten Ideen sind es Wert, auf ihre Machbarkeit hin geprüft zu werden. Hast Du so eine verrückte (oder weniger verrückte) Idee zu deinem Problem gefunden? Dann beginne auf der folgenden Seite spielerisch mit einer ersten Ausarbeitung.

Erstelle hier eine erste Wortwolke und schreibe rund um deine Idee Gedanken auf, die Dir dazu einfallen. Dies können bspw. mögliche Leistungen, Zielgruppen und Netzwerkpartner sein.



Ideenentwicklung

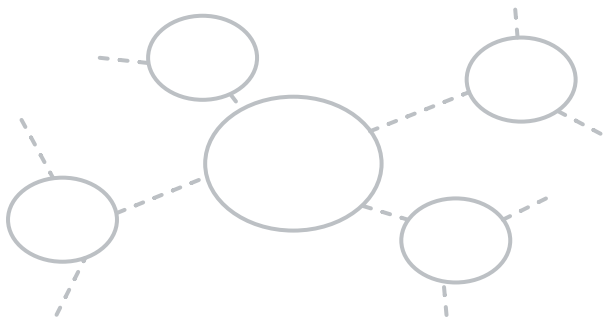
Die Idee entwickeln

Jetzt gehen wir einen Schritt weiter und machen aus deiner Idee, Schritt für Schritt eine Geschäftsidee. Versuche dazu mal eine der folgenden Methoden auf deine Idee anzuwenden und arbeite sie weiter aus.

Mindmapping

Eine Mindmap hilft Dir, all die Gedanken, die Dir durch den Kopf schwirren, abzubilden. So erhältst Du einen ersten Überblick über deine Idee. Dabei braucht deine Idee noch keine Struktur.

Schnapp Dir einfach ein Blatt Papier und lege los! Schreibe deine Idee in die Mitte und von dort beginnst Du die Weiterentwicklung. Zeichne von der Mitte aus immer wieder Äste nach außen und beschrifte sie. Kommt Dir zu einem Ast ein weiterer Gedanke, so hältst Du diesen als kleineren Ast von dort aus fest. So entstehen nach und nach immer mehr große und kleine Äste und Du hast einen wundervollen ersten Anblick von dem, was dir im Kopf rumschwirrt.



Clustern

Das Clustern funktioniert ähnlich wie eine Mindmap jedoch legst Du hier bereits „Oberthemen“ fest. Du bist völlig frei in deinen Gedanken und bringst Stichworte dazu auf Papier. Dabei wirst Du feststellen, wie viel Du eigentlich schon durchdacht hast und gewinnst einen ersten Überblick, worüber Du vielleicht noch nachdenken musst. Beim Clustern arbeitest Du allerdings nicht mit den größeren und kleineren Ästen, sondern Du „clusterst“ direkt von deiner Idee ausgehend. D.h. wieder steht deine Idee in der Mitte und von dort aus machst du umlaufend eine Reihe an Themen auf. Beispiele dafür können dein Produkt, die Dienstleistungen, Zielgruppe, Vertrieb, dein Team oder vieles Weitere sein. Und über diese Oberthemen gehst Du dann wieder eine oder mehrere Ebenen runter und entwickelst diese einzeln weiter.

Für Profis: Sketchnotes

Sketchnotes oder Skizzen eignen sich ebenfalls super zur Visualisierung von Ideen. Hier versuchst Du ausgehend von deiner Idee in Zeichnungen deine Gedanken darzustellen. Stell Dir beispielsweise mal deinen idealtypischen Käufer vor. Mann oder Frau? Dick oder dünn? Groß oder klein? Zeichne den Kunden und überlege, was er gerade denkt. Hat er eine Frage? Dann male eine Sprechblase daran und halte die Frage darin fest. Ist er viel unterwegs? Zeichne ein Auto oder ein Flugzeug dazu. Vielen Menschen hilft diese Form der Visualisierung besser, als eine Mindmap oder ein Cluster, weil die entstandene Geschichte lebendiger ist.

Kreativtechniken

Mit Sicherheit hat das Erstellen von Mindmap, Cluster oder Sketchnotes schon deine Kreativität angekurbelt! Und das ist auch ein entscheidender Faktor für die gute Erarbeitung einer Idee. Um deine Kreativität im weiteren Prozess noch stärker anzukurbeln, möchten wir Dir hier ein paar Hilfestellungen geben.

Kreativ arbeiten – deine ToDo's

- Arbeite visuell
- Fördere verrückte Ideen
- Stelle Kritik zurück
- Quantität statt Qualität
- Bleib beim Thema
- Baue auf Ideen anderer auf

Beherzigst Du diese Grundlagen von kreativen Prozessen, dann kannst Du nun verschiedene Methoden zur Hilfe nehmen, um mit deiner Idee zu spielen.

Walt-Disney-Methode

Angeblich wurde diese Kreativitätstechnik von Walt Disney angewandt und ist so zu ihrem Namen gekommen. Die Grundidee ist, dass eine oder mehrere Personen ein Problem aus drei Blickwinkeln betrachten und diskutieren.

Träumer:in

Subjektiv orientiert und enthusiastisch, enthält sich aber eines praktischen Urteils zu einer Idee oder Analyse

Realist:in

Nimmt einen pragmatisch-praktischen Standpunkt ein, entwickelt Aktivitätenpläne und untersucht die notwendigen Arbeitsschritte, -Mechanismen und Voraussetzungen.

Kritiker:in

Fordert heraus und prüft die Vorgaben der anderen. Ziel ist konstruktive und positive Kritik, die hilft, mögliche Fehlerquellen zu identifizieren. Die Methode kann sowohl von Dir alleine als auch in einer Gruppen angewendet werden. Sie ist besonders hilfreich, wenn es darum geht, Ziele und Visionen zu konkretisieren und alltagstauglich zu gestalten. Pro-Tipp: Ihr arbeitet im Team? Super! Wechselt eure Rollen und auch mal den Ort an dem ihr arbeitet und damit eure Perspektive.

Six Thinking Hats

Die Kreativitätstechnik "Six Thinking Hats" stammt von Edward de Bono und gilt als Weiterentwicklung der Walt-Disney-Methode. Man schlüpft hierbei gedanklich nicht in drei, sondern in sechs unterschiedliche Rollen (bzw. Hüte) und versucht seine Idee jeweils aus diesen Gesichtspunkten zu durchleuchten:

Der weiße Hut steht dafür, Informationen zu sammeln, ohne sie schon zu bewerten. Wer den weißen Hut aufsetzt, ist einem Computer sehr ähnlich: es zählen nur die nackten Fakten und Zahlen.



Ganz im Gegensatz zum weißen Hut steht der **rote Hut** nun für Emotionen. Lass alle Gefühle zu, die in Dir sind. Gemeint sind sowohl positive als auch negative Gefühle, wie zum Beispiel Ängste, Freude, Zweifel, Hoffnungen, Frustration oder was auch immer.



Beim **schwarzen Hut** geht es darum, die objektiv negativen Aspekte der Aufgabenstellung zu finden. Dazu gehören Bedenken, Zweifel, Risiken, u.ä. – also alle sachlichen Argumente, die gegen ein Projekt beziehungsweise eine Entscheidung sprechen oder die eine Fragestellung verneinen.



Der **gelbe Hut** steht für das Gegenteil des schwarzen Huts: Hier geht es darum, das objektiv Positive zu entdecken. Wer den gelben Hut aufsetzt, hat die Aufgabe, Chancen oder Pluspunkte zu finden, aber auch realistische Hoffnungen und erstrebenswerte Ziele zu formulieren.



Der **grüne Hut** steht für die Kreativität, für Wachstum und für neue Ideen. Wer diesen Hut trägt, begibt sich auf die Suche nach allen möglichen Alternativen.

Der **blaue Hut** steht für Kontrolle und für die Organisation des gesamten Denkprozesses. Wer den blauen Hut trägt, begibt sich auf die sogenannte Meta-Ebene, blickt also sozusagen von einem übergeordneten Punkt auf den gesamten Prozess und erlangt so einen Überblick.

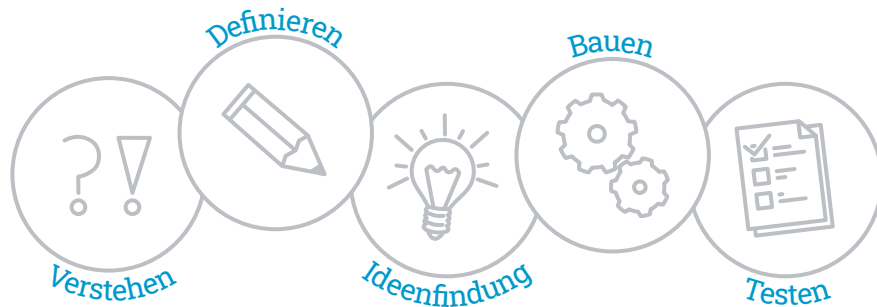


Design Thinking

Strukturiere deine Idee

Du hast deine Idee zu Papier gebracht und mittels Kreativitätstechniken weiter ausgearbeitet. Dabei standen bislang immer deine Gedanken im Mittelpunkt. Für den nächsten Schritt ist es sinnvoll, deine Idee mal aus Kundensicht zu betrachten. Eine solche Methode stellt „Design Thinking“ dar. Ein Ansatz, der in fünf Phasen zum Lösen von Problemen und zur Entwicklung neuer Ideen führt.

Probiere es doch einfach mal aus!



Verstehen

Zunächst sollte eine Problemstellung definiert werden, die es zu untersuchen gilt.

Kannst Du deine Idee schon in einem möglichen Prozess aus Kundensicht formulieren? Wie würde deine Leistung für die Kundschaft konkret ablaufen? Wenn Du das formulieren kannst, geht es nun darum, die Bedürfnisse der Kund:innen, Nutzer:innen oder Teilnehmer:innen zu hinterfragen und zu verstehen. Was sind die Erwartungen deiner Kund:innen? Nimm zur Beantwortung gerne Ergebnisse aus Marktforschung / Statistiken und Marktwissen zur Hand. Eine Befragung deiner potenziellen Kundschaft auf die definierten Fragen kann ebenfalls sehr hilfreich sein.

Definieren

In der zweiten Phase werden die Kundenbedürfnisse genau beschrieben und ein möglicher Prozess definiert. Daraus ergibt sich das weitere Vorgehen in den folgenden Phasen.

Ideenfindung

Die Ideenentwicklung ist die kreative Phase. Hier gilt es, möglichst kreative Lösungen zur Befriedigung der definierten Kundenbedürfnisse zu finden und dabei - wie in den Kreativitätstechniken vorgestellt - möglichst einen offenen Raum ohne gedankliche Grenzen zu schaffen. Alles ist erlaubt! Gestalte einen Prozess und versuche alle Variablen zu durchdenken.

Bauen

An die Ideenentwicklung schließt sich das „Bauen eines Prototyps“ an. Wie kann aus den gefundenen Ideen ein Modellprozess erstellt werden? Wie kann man dieses Modell aufbauen? In dieser Phase ist es sehr wichtig konkret zu arbeiten. Im Ergebnis muss dieses Modell am Markt überzeugen! Wie sieht dein Prozess aus?

Testen

Ist der Prototyp verwirklicht, geht es darum, diesen zu testen und auf Praktikabilität zu prüfen. Funktioniert es so? Welche Parameter könnten zu Problemen führen? An welchen Stellen muss ggf. nochmal nachgebessert werden? Versuche möglichst praktisch zu testen, ob die Kundenbedürfnisse durch deine Idee befriedigt werden. Ist das nicht der Fall? Dann ändere die Fragestellung und beginne nochmal in Phase 2.

Prototyping

Bist Du bereit für deinen ersten Prototypen?

Unter Prototyping versteht man die Entwicklung einer ersten Konfiguration, die später zu einer ausgereiften Dienstleistung oder einem Produkt wird. Es ist also eine schrittweise Annäherung an das Endprodukt und Teil der agilen Arbeitsmethoden.

Dein Ziel ist nun daraus ein „Minimum Viable Product“ (MVP), wörtlich ein „minimal brauchbares oder existenzfähiges Produkt“, zu erstellen und dieses in die Welt zu bringen. Dabei musst Du möglichst schnell aus dem Nutzerfeedback lernen, um so Fehlentwicklungen an den Anforderungen der Nutzer vorbei, zu verhindern.



Wir unterstützen Sie:
Von der Beratung über
die Idee bis hin zur
Durchführung und
Finanzierung von
innovativen Projekten.

FORSCHEN.
GESTALTEN.
WERTE SCHAFFEN.



Innovative Forschung und Entwicklung – Produkte und Lösungen gemeinsam entwickeln...



WERKZEUGE



WERKSTOFFE



TRANSFORMATION



INNOVATION

FGW Forschungsgemeinschaft Werkzeuge und Werkstoffe e.V.
Papenberger Str. 49. 42859 Remscheid. Tel.: +49(2191) 5921-0. www.fgw.de

Zeichne hier dein Produkt oder
deine Dienstleistung

A large grid of squares for drawing a product or service.A large grid of squares for drawing a product or service.

Business Model Canvas

Bringe deine Idee auf Papier!

Viele Gründer:innen stellen sich das Verfassen eines dicken Buches vor, wenn sie das Wort „Business Plan“ hören. Dabei geht es im Grundsatz eigentlich nur darum, deine Unternehmensidee für jeden verständlich zu beschreiben und die potenzielle Entwicklung in den nächsten 3 oder 5 Jahren zu kalkulieren.

Bevor Du einen Business Plan erstellst, möchten wir Dir gerne das Business Model Canvas vorstellen. Eine Methode, die viele Gründer:innen als sinnvollen Schritt vor der Erstellung eines Business Plans nutzen.



ERFOLG BRAUCHT ZIELE

- **Businessplan**

Ich bringe Ihre Geschäftsidee in Text und Zahlen auf den Punkt.

- **Finanzierung**

Die Finanzierung ist eine entscheidende Größe in jeder unternehmerischen Planung.

- **Fördermittel**

Öffentliche Fördermittel sind für Gründer und Nachfolger immer eine gute Starthilfe.



Unternehmensberatung
Beate Kreis

info@kreis-unternehmensberatung.de
www.kreis-unternehmensberatung.de

Business Model Canvas

Man sagt ja, gute Geschäftsideen könnte man auf einem Bierdeckel festhalten. Und so abwegig ist das gar nicht – wenn man die richtige Methode nutzt. Das Ausfüllen einer Business Model Canvas ähnelt so ein bisschen der Kurzzusammenfassung deiner Geschäftsidee.

Der große Vorteil an dieser Methode ist, dass Du immer alles auf einen Blick siehst. Deine Aufgabe ist es, alle Felder der „Leinwand“ mit deinen Inhalten zu füllen. Du findest auf der nächsten Doppelseite deine Canvas und kannst darauf schreiben oder sie per QR Code downloaden.

Hier gibt es
den Canvas Online



Schlüsselpartner



Schlüsselaktivität



Schlüsselressourcen



Kostenstruktur



Wertangebote



Kundenbeziehungen



Kundensegment



Kanäle



Einnahmequelle



So viele Felder, wie gehe ich vor?

Schlüsselpartner:innen

Wer greift dir unter die Arme? Wer arbeitet dir zu?

Schlüsselaktivitäten

Was sind die wichtigsten Dinge, die Du tun musst, um dein Geschäftsmodell umzusetzen?

Kundensegmente

Wer sind deine Kund:innen, Nutzer:innen oder Abonnenten?

Wertangebote

Welchen Nutzen haben deine Angebote für die Kund:innen?

Kundenbeziehungen

Wie erreichst Du deine Kundschaft? Wie bleibst du in Kontakt?

Kanäle

Was sind deine Vertriebs- und Kommunikationskanäle?

Wo begegnen Kund:innen deinem Angebot?

Schlüsselressourcen

Welche Ressourcen / Welche Infrastruktur benötigst Du?

Kostenstruktur

Welche wesentlichen Kosten entstehen?

Was sind die größten Kostentreiber?

Einnahmequellen

Wie erzielst Du Einnahmen und welches Einnahmenmodell (bspw. Abo) liegt dahinter?

Welche Preisstrategie verfolgst Du?

Gründungsperson(en)

Mache ein Foto von Dir (und deinem Team) und klebe es hier ein:



Dein eigener Chef sein, deine eigene Chefin sein!

Die allermeisten Gründer:innen verbindet, dass sie davon träumen, selbst Chef:in im eigenen Unternehmen zu sein. Bedeutet das zwangsweise auch alleine ein Unternehmen zu gründen? Wir finden nicht!

Einzel- oder Teamgründung?

Der größte Vorteil der Einzelgründung liegt darin, dass man alles in der eigenen Hand hat, es keine Meinungsverschiedenheiten gibt und Entscheidungsprozesse spürbar beschleunigt werden. Doch bringst Du wirklich alles mit, was es braucht, um deine Geschäftsidee erfolgreich zu verwirklichen?

Was sind deine Stärken?

Nimm Dir ein leeres Blatt Papier und schreibe dort auf der einen Seite deine Stärken und auf der anderen Seite mögliche Schwächen im Rahmen deiner Gründung auf. Auf welcher Seite landen bei dir Buchhaltung, Marketing, Finanzplanung, das Erstellen von Verträgen oder Kaltakquise?

Sind kleinere Schwächen durch externe Partner oder Mitarbeitende auszugleichen? Oder kommst Du zu dem Entschluss, dass Dir entscheidende Fähigkeiten oder Kompetenzen fehlen? Dann solltest Du eine Teamgründung in Betracht ziehen und Mitstreitende suchen.

Gründerschmiede

Du hast dich schon ein gutes Stück durch unseren Gründungsbegleiter gearbeitet und wir haben noch gar nichts über uns erzählt. Die Gründerschmiede ist seit 2016 als gemeinnütziger Verein Ansprechpartner für Start-Ups, die in Remscheid und Umgebung ihre unternehmerische Idee verwirklichen möchten und so haben wir schon hunderte Gründer:innen auf ihrem Weg begleitet.

Mit unserem Know-How prüfen wir Deine Idee, unterstützen Dich bei der Erstellung eines Business-Plans und haben bei uns für Dich die größtmögliche Beratungskompetenz für deine Gründung gebündelt.

Du möchtest dich von anderen Start-Ups inspirieren lassen?

Lerne in unserem Gründerschmiede Podcast erfolgreiche Gründer:innen kennen, die ihre Geschichte mit dir teilen.

Hier gehts zu
unserem Podcast!



Gründerschmiede

Du hast Fragen? Wir die Antworten!

Wir bieten alles, außer Standard! In unserer Gründerberatung legen wir sehr großen Wert darauf, Dich persönlich nach deinen Wünschen zu beraten, Dir all deine Fragen zu beantworten und Dir hier und da auch mal einen unternehmerischen Kniff zu zeigen, den es in Beratungen woanders vielleicht nicht gibt.

Nimm doch Kontakt
zu uns auf!



STARTERCENTER **NRW.**
WUPPERTAL - SOLINGEN - REMSCHEID

DER RICHTIGE START
» FÜR IDEEN!



Startercenter-Standort Remscheid

c/o Stadt Remscheid - Wirtschaftsförderung
Herr Matthias Schachmann
Hindenburgstr. 6a - 10a
42853 Remscheid
Tel.: (0151) 64195840
E-Mail: startercenter@remscheid.de

Gründerquartier

Wat brauchst du genau?

Wir haben aus einer alten Werkzeugfabrik eine echte Zukunftsschmiede gemacht. In unserem Gründerquartier haben wir für Dich die größtmögliche Beratungskompetenz gebündelt. Von der Ideenentwicklung über die Prototypenerstellung, Erstellung deines Business Plans oder Finanzplans, Förderberatung, bis zur Rechtsberatung bieten wir alle Beratungsangebote in einem Haus.



Gründerquartier von außen mit der Innovationswand

Ihr **STARTERCENTER** in die
» **SELBSTSTÄNDIGKEIT**



Soziale Verantwortung

Nur mal kurz die Welt retten

Start-Ups rund um den Globus sind nicht immer nur am großen Geld interessiert, manche wollen zuallererst etwas Gutes bewirken. Die Zahl innovativer Start-ups, die unternehmerisch nach Lösungen für die globalen Herausforderungen suchen, wächst von Jahr zu Jahr.

Sogenannte „Social Entrepreneure“ sind keine wohltätigen Organisationen, sondern bieten ökonomische Lösungen für ein oder mehrere globale Probleme an. Und dafür setzen sie innovative Technologien oder Geschäftsmodelle ein.

Wusstest du, dass der Begriff „Nachhaltigkeit“ weit mehr umfasst als Umweltschutz? Nachhaltige Entwicklung umfasst das gleichzeitige und gleichberechtigte Umsetzen von umweltbezogenen, wirtschaftlichen und sozialen Zielen.



Gründung vs Nachfolge

Halt Stopp!

Viele Gründer:innen denken, dass sie ihre Idee(n) nur mit der Gründung eines neuen Unternehmens verwirklichen können. Das ist völliger Quatsch!

Eine Unternehmensübernahme oder auch Unternehmensnachfolge stellt eine sehr spannende Gründungsalternative dar. Das zu übernehmende Unternehmen ist bereits am Markt etabliert, man kann auf ein bestehendes Team mit Know-How zurückgreifen und erzielt ab dem ersten Tag Umsätze.

Du möchtest mehr erfahren und deine Ideen mit der Übernahme eines Unternehmens erreichen? Dann unterstützen wir Dich gerne bei der Suche nach einem passenden Unternehmen!



Erfahre mehr über
unsere Angebote:





ES GIBT DAS PASSENDE UNTERNEHMEN MAN MUSS ES NUR FINDEN!

Das Follow-Up – Nachfolgenetzwerk macht sich die Suche nach einem passenden Unternehmen für deine Nachfolge zur Aufgabe.

Gemeinsam mit digitalen Plattformen und der Bündelung bestehender Institutionen wie den Handels- und Handwerkskammern aber auch Steuerberatern und Banken machen wir die Suche erfolgreich.

Mehr unter www.followup-nachfolge.de



DIE GRÜNDUNG

To Do Liste zum Abhaken

- ☐ Business Plan erstellen
- ☐ Business Plan Check machen
- ☐ Finanzierung und Förderung prüfen
- ☐ Beim Gewerbeamt anmelden und ggf. in das Handelsregister eintragen
- ☐ Fragebogen zur steuerlichen Erfassung vom Finanzamt ausfüllen
- ☐ Umsatzsteuer ID beantragen
- ☐ Beim Arbeitsamt eine Betriebsnummer beantragen
- ☐ Mitgliedschaft in der zuständigen Industrie- und Handelskammer (IHK) oder Handwerkskammer (HWK) klären

Gründung spielerisch

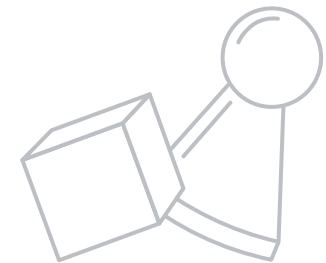
Jetzt geht's an das Eingemachte!

Nachdem Du dir zu den wesentlichsten Fragen deiner Gründung bereits im ersten Kapitel Gedanken gemacht hast, steigen wir nun in die konkrete Gründung deines Unternehmens ein. Dazu empfehlen wir Dir in jedem Fall die Erstellung eines Business Plans und geben dir im Folgenden ein Muster sowie Tipps und Tricks an die Hand. Zudem kannst Du auf vieles zurückgreifen, dass Du bereits im ersten Kapitel erarbeitet hast.

Was ist ein Business Plan?

Der Business Plan dient grundsätzlich dazu, die Erfolgsaussichten einer Geschäftsidee, einer Unternehmensgründung oder eines Investitionsvorhabens darzustellen.

Gleichzeitig dient der Business Plan für Dich aber auch als Controlling-Instrument: Erreichst Du deine Planzahlen? Welche Maßnahmen können ergriffen werden? Was sind die nächsten Schritte? All das hältst Du in deinem Business Plan fest.



Kaffeeliste

Notiere hier die Anzahl der Kaffee (oder Tee oder was auch immer), die Du während der Erstellung deines Business Plans getrunken hast:



PS: Frage in einem Steuerbüro deines Vertrauens nach, ob und wie diese als „Betriebsausgabe“ geltend gemacht werden können.

Businessplan Grundregeln

Inhalt und Aufbau

In der Regel besteht der Business Plan aus:

- einem Textteil
- einem Zahlenteil
- und einem Anhang

Der Business Plan soll damit alle relevanten Informationen enthalten, die für Außenstehende von Bedeutung sind. Der durchschnittliche Umfang umfasst 10-15 Seiten und wird ergänzt durch ein Deckblatt und ein Inhaltsverzeichnis.

Grundregeln

Der Textteil sollte inhaltlich und formal so lesefreundlich wie möglich gestaltet werden:

- Einheitliche Formatierung
- Gut lesbare Schriftart und Schriftgröße
- Lesefreundlicher und einheitlicher Zeilenabstand
- Allgemeinverständliche Formulierungen, Definition und Erläuterung von Fachbegriffen

Deckblatt

Das Deckblatt sollte ansprechend und sorgfältig gestaltet werden.
Der erste Eindruck zählt!

- Name und Logo des Unternehmens
- Name und Kontaktdaten des Verfassers/der Verfasserin
- Erstellungsdatum
- Unternehmenszweck bzw. Titel des Gründungsvorhabens

Datenquellen für die Erstellung eines Business Plans

Belege deine Planungen und Ziele am besten immer anhand von Daten und Statistiken. Insbesondere wenn Du deine Zielgruppe(n) definierst oder über die Größe und Entwicklung von Branchen nachdenkst, sollten entsprechende Statistiken hinzugezogen werden. Wir empfehlen Dir die Hinzunahme folgender Datenquellen:

- Industrie-, Handels- und Handwerkskammern
- Branchenverbände/Berufsorganisationen
- Statistisches Bundesamt
- DATEV-Betriebsvergleich
- Branchenstudien von Kreditinstituten
- Branchenhandbücher und -zeitschriften
- Unternehmens- oder Branchenberater:innen
- Marktführer (Benchmark-Unternehmen)
- Ausbildungseinrichtungen

Businessplan Geschäftsidee

Die Geschäftsidee – Executive Summary

Hier musst Du Deine Geschäftsidee auf den Punkt bringen und in wenigen Sätzen erklären können. Dieser Punkt ist besonders wichtig, da Du Deine Geschäftsidee auf Deinem weiteren Weg immer wieder erläutern musst.

Orientiere Dich in einem ersten Schritt an dem, was du bereits auf den Seiten 29-30 verfasst hast. Und beantworte in deinem Text die folgenden Fragen:

- Was ist das Produkt/die Dienstleistung?
- Wer braucht dein Produkt/die Dienstleistung und warum?
- Was ist dein USP? Was bietet niemand sonst?
- Was sind die Ziele und wie sollen diese erreicht werden?
- Welche weiteren Erfolgsfaktoren bringt dein Unternehmen mit?

Erkläre hier deine Geschäftsidee in einem Satz:

Wo clevere Köpfe mutige **IDEEN** entwickeln,

da ist die Volksbank
im Bergischen Land.

In unserer Region haben Erfinder
einen eigenen Namen: **Knösterpitter**.

Wo immer Innovationen auf
bergischem Boden entstehen,
ist die Volksbank ein
verlässlicher Begleiter.



Die Gründerperson(en) & Das Unternehmen

Erzähle hier etwas über dein Unternehmen und beantworte dabei die folgenden Fragen:

- Wer sind die Gründerpersonen?
- Welche fachlichen Qualifikationen und kaufmännischen Erfahrungen sind vorhanden?
- Je nach Idee: Welche Zulassungsvoraussetzungen sind notwendig / vorhanden (Konzession, Meisterbrief, etc.)?
- Welche Motivation liegt für die Gründung vor?
- Wie ist das Unternehmen strukturiert?
Wer übernimmt welche Aufgaben?
- Welche Rechtsform soll das Unternehmen erhalten und warum?
- Gibt es weitere Gesellschafter:innen und wichtige Geschäftspartner:innen?

Bei der Wahl der geeigneten Rechtsform spielen Haftungsrisiko, Kosten, Eigenkapital, Besteuerung und Mitspracherechte eine große Rolle. Hierbei steht Dir unser Netzwerk aus Notaren, Rechtsanwälten und Steuerberatern zur Seite. Frag einfach nach und wir suchen für Deinen Fall den passenden Kontakt heraus.

Leistungen & Zielgruppe

Schreibe nun, welche Produkte bzw. Dienstleistungen dein Unternehmen bietet und welche Zielgruppe Du damit bedienst. Versuche dabei die Fragen wieder als Orientierung zu nehmen und diese in deinem Text zu beantworten.

Produkte und Dienstleistungen

- Wie kann man das Produkt / die Dienstleistung kurz beschreiben?
- Welchen besonderen Nutzen bietet das Produkt / die Leistung?
- Wie sehen Konkurrenzprodukte aus?

Zielgruppe

- Wer ist die Zielgruppe für das Produkt?
- Wie groß ist die Zielgruppe?
- Was erwarten die Kunden von so einem Produkt?

Denkst Du daran, die Kaffeeliste auf Seite 43 aktuell zu halten?



Branche & Marketing

Wir machen weiter mit der Branche und dem Markt und gehen dann über zum Marketing. Beantworte in deinem Business Plan die folgenden Fragen und denk daran, immer wieder in dein Business Model Canvas zu schauen.

Branche/Markt

- Wie groß ist die Branche?
- Wie dynamisch ist die Branche?
- Welche externen Einflussgrößen gibt es?
- Wer sind die direkten Konkurrenten?
- Welche Wettbewerbsvorteile gibt es?

Marketing/Vertrieb

- Wie sieht die Markteintrittsstrategie aus?
- Welche Barrieren existieren und wie werden diese überwunden?
- Was passiert nach dem Eintritt?
- Welche Gewinnspanne wird angestrebt?
- Zu welchem Preis soll mein Produkt an den Kunden kommen?

Finanzierung

Einer der wichtigsten Schritte, um eine Geschäftsidee erfolgreich umsetzen zu können, ist die Finanzierung. Es gibt verschiedene Möglichkeiten der Finanzierung:

- Aus eigenen Mitteln
- Mit Unterstützung von Familie & Freunden
- Fördermittel und Gründerstipendien
- Pitches und Wettbewerbe
- Crowdfunding
- oder die klassische Variante bei einer Bank.

Deutsche Bank

MACHEN möglich machen.

Beratung heißt bei uns nicht nur reden, sondern auch machen. Mit individuellen Lösungen für kleine Unternehmen, Mittelständler und echte Macher-Typen. Mit 150 Jahren Erfahrung im Bankgeschäft.

#PositiverBeitrag

Persönlich sind wir hier zu erreichen:
Geschäftskundenbank Remscheid
Blumenstr.33, 42853 Remscheid
Telefon 02191 920-372

www.deutsche-bank.de/die-bank-für-macher

Förderung

Ein vielversprechender Weg, um deine Geschäftsidee zu verwirklichen und dein Unternehmen zu finanzieren, kann die Beantragung von (öffentlichen) Fördermitteln sein. Bund, Länder und EU bieten eine Vielzahl von Förderangeboten für Gründer:innen und bestehende Unternehmen.

Fördermitteldatenbank

Hier erhältst Du einen Überblick zu aktuellen Förderprogrammen des Bundes, der Länder und der Europäischen Union.

www.foerderdatenbank.de

Gründerstipendium NRW

Mit dem Gründerstipendium NRW unterstützt das Land Nordrhein-Westfalen alle, die in die Start-up-Szene einsteigen wollen. Ein Jahr lang erhält man eine Förderung von monatlich 1.000 Euro.

www.bergisches-startercenter.de

Gründerkredite

Ebenfalls als Starthilfe, nicht nur für einzelne Existenzgründer:innen, sondern auch für kleine Unternehmen bis zu drei Jahre nach Aufnahme der Geschäftstätigkeit, fungieren die Gründerkredite der KfW.

Gründungszuschuss der Agentur für Arbeit

Wer vor der Gründung arbeitslos war, sollte sich um einen Startzuschuss für den Schritt in die Selbstständigkeit bewerben.

Finanzplan

Bist Du ein Zahlenmensch?

Dann wird dir der nun folgende Finanzteil große Freude bereiten! Wenn nicht: Hole dir erstmal noch einen Kaffee und trage ihn auf Seite 43 ein.

Bevor Du dich vollends in deinem Excel Finanzplan verlierst, solltest Du an dieser Stelle in deinem Business Plan zunächst textlich die Finanzierung und Geschäftsentwicklung erläutern. Beantworte dazu folgende Fragen:

Kapitalbedarf

- Wie hoch ist der Kapitalbedarf, um die erste Geschäftstätigkeit aufnehmen zu können (Investitionsvolumen)?
- Wie kann dieser Bedarf gedeckt werden?
- Was steht als Eigenkapital zur Verfügung?
- Welche Möglichkeiten zur Fremdfinanzierung bestehen?
- Welche Finanzierungsquellen sind zu bevorzugen?

Finanzplan

Es gibt kein allgemein gültiges Muster für den Finanzplan. Wenn Du im World Wide Web nach Mustern, Beispielen oder Vorlagen für den Finanzplan suchst, findest Du ganz unterschiedliche Gliederungen. Wir empfehlen Dir den folgenden Aufbau für den Finanzplan und einen Zeithorizont von 3-5 Jahren:

- Umsatzplanung
- Umsatzabhängige Kosten (variable Kosten)
- Betriebs- bzw. laufende Kosten inkl. Löhne und Marketingkosten
- Gründungskosten
- Investitionen
- Liquidität & Kapitalbedarf
- Finanzierungsplan
- Rentabilitätsrechnung

Tipp: Du hast die Seite jetzt mehrfach gelesen und bist Dir unsicher, wie Du anfangen sollst? Dann rechne doch einfach mal rückwärts: Welche Einnahmen brauchst Du privat? Welche fixen Kosten sind privat und im Unternehmen vorhanden?

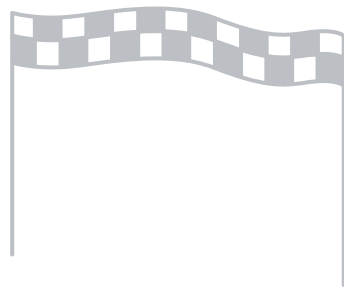
Und schon weißt Du, welche Umsätze Du mind. erzielen musst und kannst daraus einen Verkaufspreis oder Stundensatz ermitteln.

Business Plan Zielgerade

Du hast den Textteil fertig, der Finanzplan steht und nun kannst Du in einem letzten Schritt noch relevante Anhänge beifügen.

Unterlagen, die Du gegebenenfalls noch brauchst:

- Persönliche Daten Gründer:in/Inhaber:in (Lebenslauf)
- Mietvertragsentwürfe für Geschäftsräume
- Bei Bauvorhaben: Bauunterlagen, Grundbuchauszug
- Bei Kauf eines bestehenden Unternehmens:
Entwurf des Kaufvertrages, Bilanzen der letzten drei Jahre, betriebswirtschaftliche Auswertung, Angaben über Veräußerungsmotive des bisherigen Inhabers, Angaben/Unterlagen über Kaufpreisermittlungen, Handelsregistrauszug



Beratungsoase

Alle sind irgendwann mal schüchtern, nur mit einer ersten Idee auf uns zugekommen. Alle haben nach einer ersten Beratung ihre Idee weiterentwickelt, sich innerhalb unseres Gründernetzwerkes die richtigen Ansprechpartner geschnappt und den Mut bewiesen, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Eine Oase zur Beratung

Um Start-Ups komplex und ganzheitlich zu beraten, haben sich bei uns in der Gründerschmiede Expert:innen unterschiedlicher Professionen zusammengeschlossen. Die Steuerberatungsgesellschaft Hübenthal & Partner mbB, ATN Rechtsanwälte, Dr. Roth GmbH sowie die Stadtparkasse Remscheid bündeln hier für Dich ihre Kräfte.

Du willst von der Beratungskompetenz profitieren?
Dann melde dich bei uns!



*Nimm doch Kontakt
zu uns auf!*

Business Plan Check

Du bist Dir unsicher, ob Du im Business Plan an alles gedacht hast?

Dann empfehlen wir Dir das digitale Tool ECHOROTH. Die einfache webbasierte Anwendung bietet einen umfangreichen auf Finanzierungsanforderungen abgestimmten Fragenkatalog und entsprechende Auswertungen werden in dem Tool automatisch generiert.

Das Tool kann individuell gegen Entrichtung einer Kostenpauschale von 250€ über uns gebucht werden.



Elevator Pitch

Bei einem Elevator-Pitch geht es darum in 90 Sekunden, der durchschnittlichen Dauer einer Fahrstuhlfahrt, das Interesse bei deinem Gegenüber zu wecken und – das ist das Geheimnis – nachhaltig im Gedächtnis zu bleiben.

Mit diesen neun Fragen kannst Du deinen Pitch entwickeln:

1. Wie kann ein wirksamer Beginn oder Einstieg klingen?
2. Mit welcher guten Frage oder interessanten Geschichte kannst Du gleich zu Beginn die Neugier Deines Gesprächspartners wecken?
3. Welches Vision steht über allem?
4. Was ist der rote Faden, der sich durch deinen Werdegang zieht?
5. Welche Geschichten, unerwartete Wendungen, wichtigen Stationen und Motive eignen sich besonders, um das Interesse anderer Menschen zu wecken, sodass sie gerne zuhören?
6. Welche drei Dinge sollte dein Gegenüber auf jeden Fall über Dich wissen?

Zusammen erfolgreich!

Wir sind an Ihrer Seite.
Beratung und Unterstützung
für Ihr Unternehmen.

- Strategie- / Geschäftsmodellentwicklung
- Krisenfrüherkennung
- Strategisches Controlling
- Businessplanerstellung
- Integrierte Planungsrechnung
- Liquiditätsplanung
- IDW S6 Gutachten und Krisenbegleitung

www.dr-roth-gmbh.de

7. Welches sind Deine wichtigsten Erfolge?

Jeweils in einem Satz - es geht um die Essenz!

8. Welchen Eindruck möchtest Du hinterlassen?

9. Welchen Eindruck möchtest Du auf gar keinen Fall hinterlassen?



Pitch Deck

Regel Nummer 1 für ein optimales Pitch Deck: In der Kürze liegt die Würze. Dein Pitch Deck sollte 10-12 Seiten umfassen. Achte darauf, dass die Folien nicht zu textlastig sind, Grafiken wirken oft besser.

Folgende Folien/Themen solltest Du in Deiner Präsentation haben:

Folie 1: Einleitung/Vorstellung: Beschreibe Dein Unternehmen/Startup/Gründung, kurz und in einprägsamen Worten. Du kannst auch an der Stelle schon kurz auf den Anlass der Präsentation in wenigen Worten eingehen. (Kapitalbedarf, Unterstützung, Marketing)

Folie 2: Das Team: Diese Folie gehört zu den wichtigsten Elementen im Pitch Deck und wird häufig vergessen. Sie beschreibt die wichtigsten Teammitglieder, deren Erfahrungen und Know-how sowie die Rolle im Unternehmen.

Folie 3: Das Problem: Zu jeder guten Idee gibt es ein Problem (oder ein noch nicht erfülltes Kundenbedürfnis), das gelöst werden soll. Auf dieser Folie im Pitch Deck ist das Problem nachvollziehbar beschrieben. Um zu unterstreichen, dass das erkannte Problem bislang nicht gelöst ist, kannst Du auch Hintergrundmaterial, etwa eine Marktanalyse, einfügen. Das wirkt noch überzeugender.



Folie 4: Lösung: Natürlich hast Du für das vorher beschriebene Problem die optimale Lösung – dein/euer Produkt/Dienstleistung/Angebot!

Folie 5: Produkt/Dienstleistung: Auf dieser Folie kann detaillierter auf die wichtigsten Funktionsweisen des Produkts eingegangen werden. Mach es so transparent wie möglich: Bilder, eine Demo, eine (sehr kurze) Videosequenz, Zutatenliste. So ist es leichter vorstellbar.

Folie 6: Markt: Wer ist die Zielgruppe? Wie groß ist der Markt und ist er womöglich schon gesättigt? Diese Fragen sollte man auf dieser Folie des Pitch Decks glaubwürdig beantwortet können – auch hier am besten mit einer seriösen Marktstudie oder einer eigenen Marktforschung. Falls Du noch nicht so weit bist das Dir diese Daten vorliegen, ist es ausreichend, wenn Du die Zielgruppe und ihre Bedürfnisse etwas genauer beschreibst.

Folie 7: Alleinstellungsmerkmal (USP): Investoren finanzieren ungerne Produktideen, die es in genau derselben Form schon am Markt gibt. Daher sollte ein deutliches Alleinstellungsmerkmal mit dem entsprechenden Mehrwert für den Kunden, die Kundin hervorgehoben werden.

Folie 8: Wettbewerb und/oder Alleinstellungsmerkmal: Was macht euer Produkt unterschiedlich? Wo ist es besser? Was bieten die Produkte des Wettbewerbs, und was nicht? Achte darauf, dass Dein Produkt einen Vorteil bietet, den man möglichst nicht so schnell kopieren kann. Das hilft, Interesse zu wecken. Die Antwort „Wir haben keinen Wettbewerb“, wird

übrigens von keinem Investor/Zuschauer akzeptiert – Du solltest also genau recherchieren und Dir den Markt anschauen.

Folie 9: Proof of Concept (Machbarkeitsnachweis): Wenn Du schon Verkäufe erzielt hast, oder eine Gruppe aktiver Nutzer:innen hast, ist das natürlich vorteilhaft. Es geht vor allem darum zu beweisen, dass das Produkt oder die Dienstleistung sich schon praktisch bewährt hat – und vor allem auch praktisch machbar ist.

Folie 10: Geschäftsmodell: Letztlich muss jedes Start-up/jedes Unternehmen Gründer:in auch sein Geld verdienen. Zeig kurz, wie Du Geld verdienen willst, welche Einkommensströme (Revenue Streams) Du hast. Es sollte nachvollziehbar dargestellt werden, wie und ab wann man Umsätze generiert. Hat man mehrere Ideen für Einnahmequellen, sollte man sich auf die wesentlichen Umsatzträger fokussieren.

Gut das Du schon Dein Business Model Canvas und Deinen Businessplan erstellt hast – schau dir diese Kapitel als Hilfestellung dazu einfach nochmal an.

Folie 11: CTA - Call to action

Ziel des Pitch Deck ist es, z.B. Investoren davon zu überzeugen, dir Geld für Dein Start-up bereitzustellen. Oder Du suchst für einen bestimmten Themenbereich Kooperationspartner:innen, Marketingunterstützung oder Franchisenehmer:innen. Egal was Du benötigst, gib diese Botschaft als Apell am Ende der Präsentation noch mal mit.

Pitches

Dein Pitch-Deck ist fertig und Du willst endlich pitchen und dir Dein Feedback einholen?

Im Bergischen Städtedreieck finden jährlich verschiedene Pitch-Veranstaltungen statt. Zu den größten Startup-Events in der Region gehört zweifelsohne der Berg-Pitch, der abwechselnd in Remscheid, Solingen und Wuppertal stattfindet. Mehr Infos und Termine dazu findest du hier www.berg-pitch.de

Gründerpitch Remscheid

Bei uns in der Gründerschmiede veranstalten wir zudem auch regelmäßig unseren eigenen Gründerpitch. Dazu werden von uns nicht nur innovative Startups aus der Region auf die Bühne gebeten, sondern auch eine hochkarätige Jury, ebenfalls mit Expert:innen aus der Region, küren die Gewinner:innen und geben wertvolles Feedback.

Mehr Infos und Termine dazu findest du auf unserer Webseite www.gruenderschmiede.org



WACHSTUM

Skalieren

Skalieren, Skalieren, Skalieren

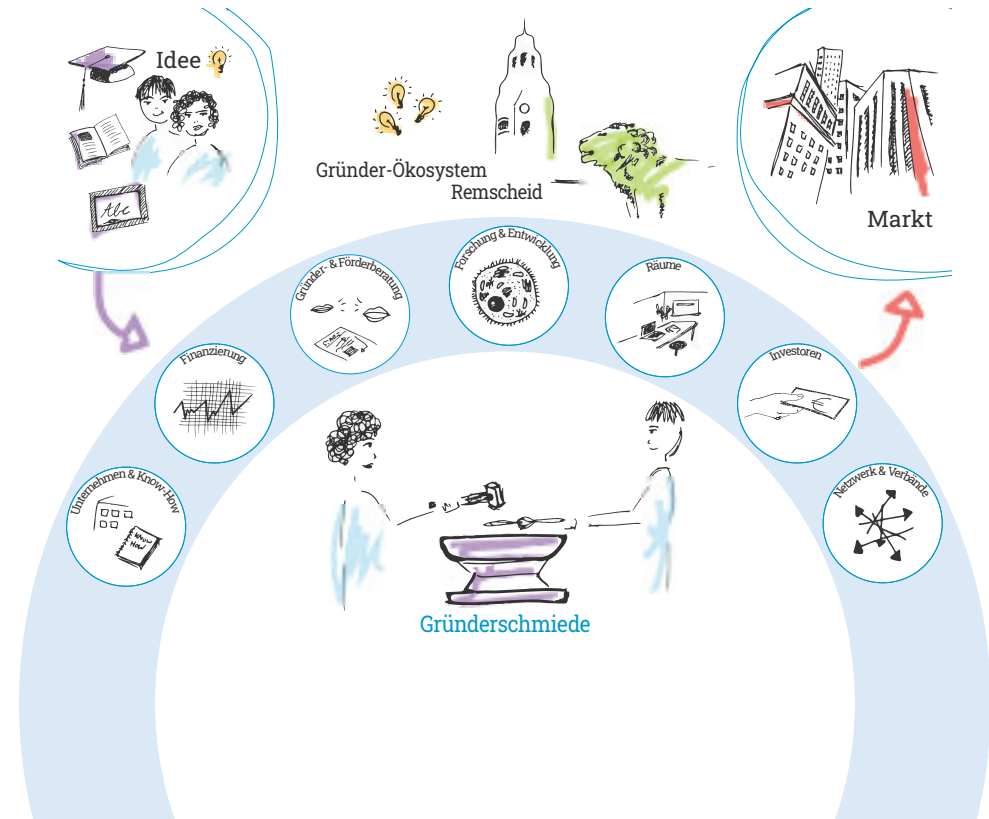
Nun geht es in die Wachstumsphase und Umsatzsteigerung deines Unternehmens sowie die Vermarktung der Produkte oder Dienstleistungen. Auch in diesem Schritt steht Dir dein Gründungsbegleiter weiter treu zur Seite.

In diesem Kapitel erfährst Du:

- Wer wichtige Partner:innen für Dich und dein Unternehmen sind
- Wie Du dir ein Netzwerk aufbaust
- Wie Du dir ein Team aufbaust
- Warum Aus- und Weiterbildung wichtig sind
- Welche Marketingkniffe wir in Petto haben

Wichtige Partner:innen

Die Gründerschmiede hat ausgehend von Remscheid mittlerweile ein Netzwerk mit über 250 Expert:innen, Innovatoren und Innovatorinnen, Unternehmen und Institutionen gespannt. In diesem Ökosystem können wir Gründer:innen für nahezu jede Frage einen Ansprechpartner:in bieten. Im Folgenden stellen wir Dir die aus unserer Erfahrungen wichtigsten Ansprechpartner:innen für dein Unternehmen vor.



Steuerberatung

Du denkst, das bisschen Buchhaltung bekommst Du schon alleine hin? Grundsätzlich ist es natürlich möglich, im Rahmen der Unternehmensgründung die Buchhaltung und Steuererklärung selbst zu verfassen. Doch möchtest Du deine wertvolle Arbeitszeit wirklich damit verbringen, dich in die Software einzuarbeiten, dich ständig über neue gesetzliche Regelungen zu informieren und die Unsicherheit haben, ob so auch wirklich alles richtig ist?

Wir empfehlen spätestens mit der Gründung eine Steuerberatung in Anspruch zu nehmen und die Zeit, die Dir zur Verfügung steht, in das Wachstum zu investieren.

Brauchst Du einen Steuerberater, eine Steuerberaterin?

Schnappe dir einen Kugelschreiber und kreise alle Leistungen einer Steuerkanzlei ein, die Du denkst, selbst für Dich erledigen zu können:

Betriebsprüfung Gewinnausschüttung
Lohnbuchhaltung **Projektabrechnung**
Jahressteuererklärung Steuerstreit
Steuerrecht **Steuerberechnung** Umstrukturierung
Umsatzsteuer
Steuerstrategie E-Bilanz Steuererklärung
Steuerdeklaration **Gestaltungsberatung**
Finanzbuchhaltung Durchsetzungsberatung
Steuerbescheid Gemeinnützigkeit

Sind es weniger als 15? Dann würden wir in jedem Fall empfehlen einen Steuerberater hinzuzuziehen.



Rechtliche Beratung

Rechtliche Beratung ist in allen Phasen deiner Unternehmung unerlässlich. Schon bei der Frage nach der passenden Rechtsform, macht es Sinn, sich eine anwaltliche Einschätzung einzuholen und einen rechtlich geprüften und sicheren Gesellschaftsvertrag als Fundament für deine Start-Up Idee erstellen zu lassen. Ist dein Unternehmen gegründet tauchen viele weitere Rechtsfragen auf:

Wie gestalte ich Verträge?

Was muss ich bei dem Abschluss von Verträgen beachten? Benötige ich ABGs und wie werden diese gestaltet?

Wie erfülle ich Vorgaben des Datenschutzes?

Lasse dich beraten zur pragmatischen und rechtssicheren Implementierung sämtlicher Anforderungen der DSGVO in alle Geschäftsprozesse.

Mitarbeiter:innen am Erfolg deines Unternehmens beteiligen?

Dann findest Du bei einem Anwalt, einer Anwältin entsprechende Modelle zur Umsetzung solcher Beteiligungsmodelle.

Du möchtest wachsen oder das Unternehmen verkaufen?

Sowohl bei Finanzierungsrunden mit Investoren:innen als auch dem Verkauf deines Start-Ups solltest Du Unterstützung von einem Anwalt, einer Anwältin in Anspruch nehmen.

Kennst Du dich mit Rechtsformen aus?

Schnappe dir einen Kugelschreiber und kreise alle Begriffe ein, die Du einordnen kannst.

Kleingewerbe OHG
Einzelkaufmann GmbH
Komplementär
BGB Juristische Person Firma
Satzung Einzelunternehmen
Gründung Stammkapital Kapital
ESTG Gesellschaft GbR
Kommanditist haftungsbeschränkt Vertretung
EKfm Unternehmensführung Sitz
Handelsregister Freiberufler
KGaA Wirtschaftsfachwirt
Natürliche Person HGB
Handelsfachwirt
Rechtsform

Sind es weniger als 15? Dann würden wir in jedem Fall empfehlen einen Anwalt, eine Anwältin hinzuzuziehen.

Versicherung

Als Start-Up hast Du zu Beginn der Gründungsphase meist wenig Geld. Daher gilt es genauestens abzuwägen, welche Versicherungen notwendig sind. Je nach Unternehmen braucht es finanzielle Absicherungen in den verschiedensten Bereichen. Es lohnt sich aus unserer Erfahrung sehr, einen Versicherungspartner:in an deiner Seite zu haben, der einen vertrauensvoll berät und unterstützt.

Folgende Versicherungen solltet ihr dabei durchsprechen:

- Betriebshaftpflichtversicherung
- Berufshaftpflichtversicherung

STARKER PARTNER AN DEINER SEITE

Existenzgründer sind zu Beginn Ihrer Selbstständigkeit meist voller Tatendrang und hoch motiviert. Dabei vergessen viele, dass es nicht reicht, gut in dem zu sein, was man tut oder gelernt hat. Nutze meine über 20-jährige Erfahrung. Schreib mir!



Arndt Köhler e.K.

Allianz Generalvertretung

Königstr. 61 a

42853 Remscheid

info@koehler-allianz.de

www.koehler-allianz.de/existenzgruendung

WhatsApp 0 21 91.2 09 32 90



- Inhaltsversicherung
- Gewerberechtsschutzversicherung
- Cyberversicherung
- Ablebensversicherung
- D&O-Versicherung

Kranken- und Rentenversicherung

Der Sozialversicherungspflicht untersteht in Deutschland fast jeder - so auch Du als Gründer:in. Der Vorteil als Selbstständiger/Selbständige ist jedoch, dass man von gewissen Sozialversicherungspflichten befreit wird. So entfällt die Sozialversicherungspflicht für die Renten-, Arbeitslosen- und Unfallversicherung.

Bei der Kranken- und Pflegeversicherung besteht eine Beitragspflicht, jedoch hast Du hier die Wahl zwischen der gesetzlichen und der privaten Krankenversicherung.

Beginnt die Selbstständigkeit, so endet automatisch die Versicherungspflicht für das Rentensystem, sodass man als Gründer:in mit Beginn der Selbstständigkeit die Möglichkeit hat, freiwillig in die gesetzliche Rentenversicherung einzuzahlen.

Ob dies Sinn macht, hängt von mehreren Faktoren ab, unter anderem wie lange die Selbstständigkeit bestehen soll und in welchem Alter der Schritt getätigt wird. Am besten hilft hier ein Beratungsgespräch mit einem Experten/einer Expertin, der/die Dich über die verschiedenen und besten Möglichkeiten aufklärt.

Bank

Mit der Wahl der Hausbank entscheidest Du dich für einen wichtigen Partner an deiner Seite – gerade zum Start und wenn es mal nicht so gut läuft. Neben dem Geschäftskonto bietet eine Hausbank auch weitere Dienstleistungen an, wie z.B. ein Kontokorrentkredit oder ein Darlehen. Wichtig ist auch die Frage, ob Du ein Filialnetz benötigst oder ob ggf. eine Onlinebank eine interessante Alternative sein kann.

Hausbank oder Onlinebank?

Für die Gründung der Gesellschaft benötigst Du ein Geschäftskonto und ggf. auch ein Darlehen. Dies ist im persönlichen Gespräch wesentlich leichter zu besprechen als mit einer Kundenhotline.



COMMERZBANK

Die Adresse für Unternehmer in Remscheid

Commerzbank AG Unternehmerkunden

Konrad-Adenauer-Straße 1 · 42853 Remscheid · Stephan Benninghoven
Telefon +49 2191 433122 · stephan.benninghoven@commerzbank.com

Mehr Informationen unter www.commerzbank.de/unternehmerkunden

Die Bank an Ihrer Seite

Netzwerk

Als Gründerschmiede bieten wir Dir nicht nur eine besondere Gründerberatung an, sondern auch ein sehr vielfältiges und großes Netzwerk. Regelmäßiges Netzwerken trägt zu Deinem unternehmerischen Erfolg bei - dabei gibt es ein paar „goldene Regeln“ des Netzwerkens zu beachten:

1. Für erfolgreiches und nachhaltiges Networking gilt: Give, give, give - than ask! Frage Dich erst was kann ich für mein Gegenüber tun, wie kann ich nützlich und hilfreich sein? Bevor Du darüber nachdenkst, welchen Umsatz Du mit Deinem Gegenüber machen kannst.

2. Bevor Du auf eine Netzwerkveranstaltung gehst, solltest Du Dich zuerst informieren, worum es in diesem Netzwerk oder auf der Veranstaltung geht. Denn ohne Ahnung erfüllt netzwerken keinen Sinn und Du findest keine gemeinsamen Themen, die Dir dabei helfen neue Kontakte zu knüpfen.

3. Netzwerken ist Einstellung! Ergebnisoffenheit führt zu besseren Kontakten. Wenn Du mit der Einstellung zu Netzwerkveranstaltungen gehst Deine Produkte oder Dienstleistungen verkaufen bzw. anpreisen zu wollen, wird Dein Gegenüber Dich sehr schnell entlarven. Du verpasst dadurch die Möglichkeit einen guten und nachhaltigen Kontakt zu knüpfen. Viel besser punkten kannst Du mit ehrlichem Interesse an Deinem Gesprächspartner:in.

4. Mach den ersten Schritt - wenn Du einen neuen Kontakt kennengelernt hast, solltest Du dich innerhalb der nächsten 3 bis 7 Tage melden, solange die Erinnerung noch frisch ist.

5. Notiere Dir nach dem Netzwerktreffen über interessante Kontakte alle Informationen die wichtig sein könnten. Das können geschäftliche und/oder persönliche Informationen sein. Damit findest Du garantiert beim nächsten Treffen ein gutes Gesprächsthema oder einen optimalen Gesprächsanlass



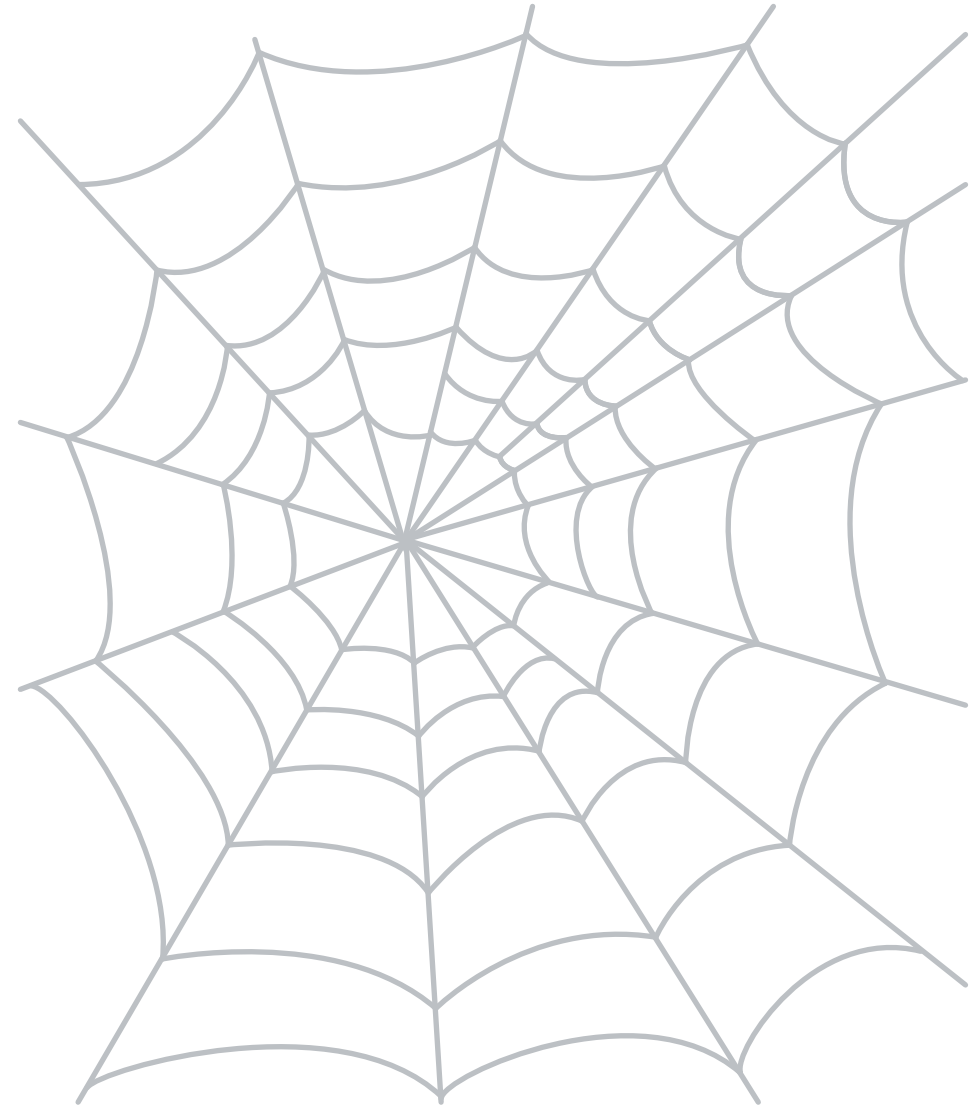
Junge Wirtschaft



Austauschen - Netzwerken - Engagieren
Lerne uns kennen unter www.wjremscheid.de

NETZwerk

Male Dich als Spinne im Netz



Stammtisch

Du möchtest dich regelmäßig mit dem Netzwerk der Gründerschmiede austauschen? Dann schau doch einfach bei unseren Veranstaltungen vorbei oder besuche unseren Netzwerk-Stammtisch, der jeden zweiten Dienstag im Monat, im Gründerquartier, stattfindet.

Aktuelle Veranstaltungstermine findest du auf unserer Homepage oder unseren Social Media Kanälen



Hier gehts
zu unserer Website

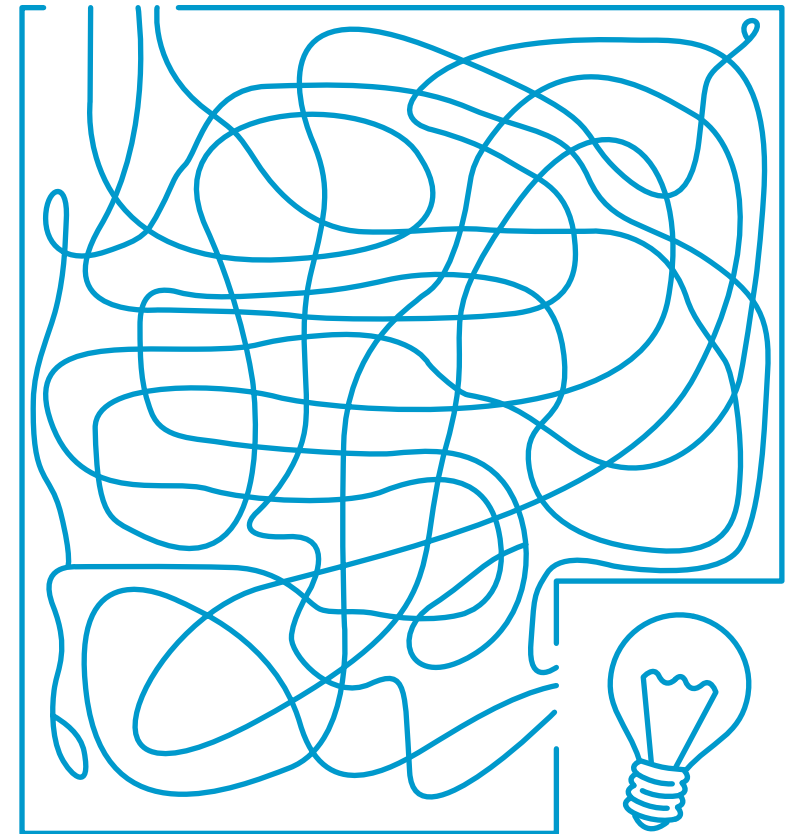
Und hier findest
Du unseren
Instagram Kanal



Netzwerkpartner:in



**Level up! Finde den nächsten
Netzwerkpartner der Dich
weiterbringt**



Team aufbauen

Egal ob von Anfang an geplant oder durch Deinen Erfolg notwendig geworden – dein Team wächst. Bei vielen Start-ups passiert dieses Wachstum gerade in der „heißen“ Anfangsphase sehr schnell.

Schnelles Wachstum ist toll – kann aber auch „gefährlich“ werden, denn einige Dinge werden dabei häufig vergessen, wie z.B. eine Wissensdatenbank anzulegen – auch wenn du Solo-Unternehmer:in bleibst.

Dokumentiere wichtige strategische Entscheidungen, Entwicklungsphasen eines Produktes oder Reaktionen von (Test-) Kund:innen Regeln, Abläufe, Strukturen und ganz wichtig Deine bzw. Eure Vision.

Was hat das alles mit Team-Aufbau zu tun? Gerade in den ersten Jahren geben die Team-Mitglieder in einem Startup Team alles. Es kommen neue Mitarbeitende hinzu, die direkt „Vollgas“ geben müssen und es bleibt wenig Zeit für ein gutes Onboarding. Wenn dann die neuen Kolleg:innen auf einen Wissensschatz zurückgreifen können, dann entsteht mehr Sicherheit und Produktivität.

Als Gründer oder Gründerin bist du auch dafür verantwortlich wie Du und Dein Team zusammen arbeiten wollt: flache Hierarchien, Leitbild, agiles Arbeiten, Holacracy – lass dieses Thema gerade auch in der stressigen Anfangszeit nicht einfach untergehen.

Ein glückliches Team



Zeichne hier deine Vision von einem zufriedenen Team.

New Work

Gerade in schnell wachsenden Startups steht das Team vor der Herausforderung komplexe und dynamische Problemlösungen zu finden, geprägt von vielen Überraschungen von Innen oder Außen. Das erfordert einen engen und schnellen Austausch im Team.

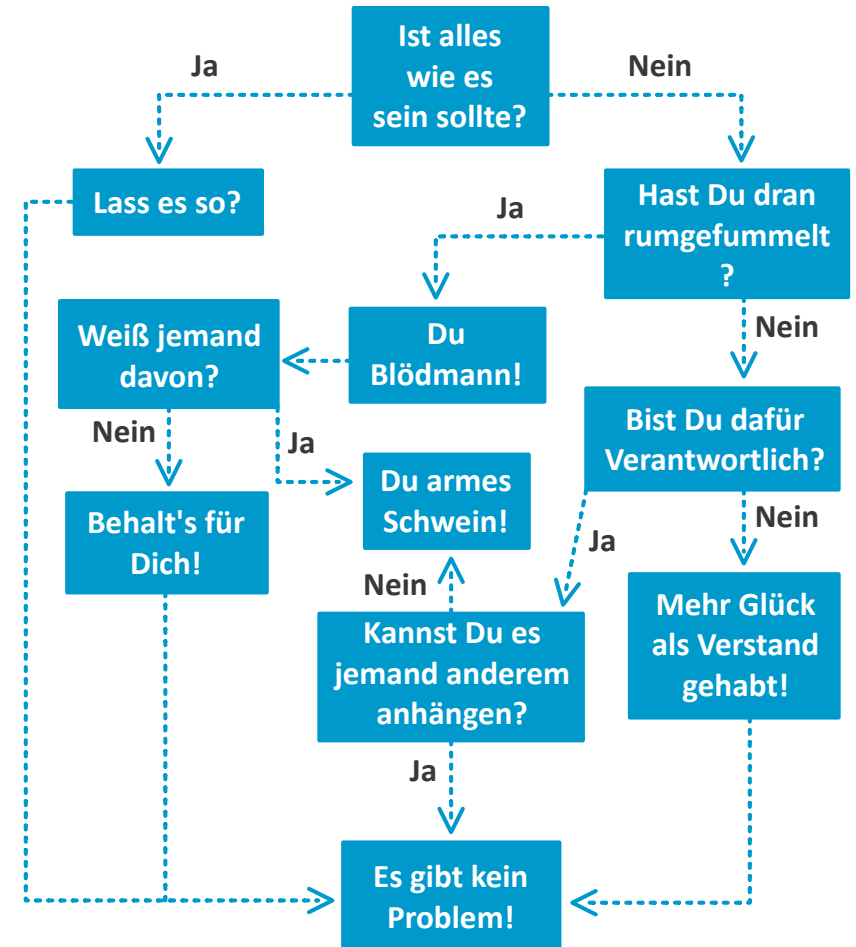
Vielleicht hast Du aber noch kein eigenes Büro für Dich und dein Team oder dein Team und/oder Freelancer:innen die Dir beim Unternehmensaufbau zur Seite stehen sind räumlich weit verstreut – dabei können Strukturen und Tools aus der agilen Arbeitswelt und eine „New Work“ Grundhaltung sehr hilfreich sein. Egal ob remote arbeiten, Bottom-Up Organisation, Co-Kreation oder eigenverantwortliches Arbeiten. Das Thema „New Work“ und die damit verbundenen Möglichkeiten sollen Dich dazu herausfordern unternehmerisch nicht nur in bekannten Mustern zu denken sondern auch mal einen Blick über den Tellerrand hinaus zu werfen.

Als Gründerschmiede beraten wir nicht nur etablierte Unternehmen zum Thema New Work, sondern helfen auch Gründer:innen und Startups dabei das Thema in den Unternehmensaufbau zu integrieren.

Lerne unsere Angebote für Unternehmen kennen



Problemlösung



Wie kann ich zum Ausbildungsbetrieb werden?

Grundsätzlich gilt, dass nur ausbilden darf, wer persönlich und fachlich dazu geeignet ist. Auszubildende dürfen also nur eingestellt und ausgebildet werden, wenn die Ausbildungsstätte geeignet und anerkannt ist. Alle Informationen hierzu erhältst Du bei der Industrie- und Handelskammer bzw. Handwerkskammer.

Welche Weiterbildungen sollten Unternehmer:innen nutzen?

Die Leitung und Entwicklung eines Unternehmens bringen tagtägliche neue Herausforderungen mit sich. Und darüber hinaus ändern sich regelmäßig gesetzliche Vorgaben. Insofern raten wir dringend dazu, regelmäßig regionale oder digitale Informationsveranstaltungen und Schulungen zu besuchen.

Organisationen entwickeln Führungs- kompetenz aufbauen

Die PRAXISFELD GmbH unterstützt als systemische Organisationsberatung seit 30 Jahren Unternehmen aller Größenordnungen bei komplexen Herausforderungen. Ein Schwerpunkt bildet das Coaching der Geschäftsleitung.

Unsere Akademie bildet Führungskräfte im Bereich systemische Organisationsentwicklung (auf Wunsch mit TÜV-Zertifikat) sowie „Strategy to go“ und OKR aus.

Mit eigenem Seminarzentrum am Lenneper Bahnhof.



Kontakt: www.praxisfeld.de

PRAXISFELD
Systemische
Organisationsberatung

Marketing

Für deinen wirtschaftlichen Erfolg ist es gerade in der Startphase unerlässlich, durch Marketing auf Dich aufmerksam zu machen und deine Zielgruppe zu erreichen. Nur so wird Dir Wachstum gelingen.

Doch wie kann man eine möglichst große Werbewirkung mit geringem Budget erreichen? Dazu wollen wir Dir im Folgenden ein paar Tipps und Ansätze an die Hand geben.

Kleiner Vokabeltest

Marketing = Das Konzept einer ganzheitlichen, marktorientierten Unternehmensführung zur Befriedigung der Bedürfnisse von Kunden und weiteren Interessengruppen.

Marketing-Strategie = Das langfristig ausgerichtete, planvolle Vorgehen zur Realisierung der Marketing-Ziele im Rahmen eines Marketing-Plans.

Marketing-Mix = Die einfachste und wirksamste Kombination von Werkzeugen zur praktischen Umsetzung eines Marketingplans.

Herausforderungen im Marketing

Informationsüberlastung

Bedenke bei jeder Maßnahme, dass die Welt überladen ist von Werbeflächen und -Botschaften. Wie kannst Du mit deiner Botschaft herausstechen und in Erinnerung bleiben?

Gesättigte Märkte

Viele Produkte, die wir tagtäglich konsumieren, sind im Überfluss in unzähligen Varianten vorhanden. Wie kannst Du mit deinem Produkt herausstechen in der Werbung? Was ist dein USP?

Wertewandel

Die Zeiten von „Geiz ist geil“ sind (zum Glück) vorbei. Aspekte der Herkunft, Produktionsbedingungen, Qualität und Nachhaltigkeit spielen heute eine große Rolle. Wie kannst Du das für deine Werbung nutzen?

Kopf schlägt Kapital

10 Ansätze für Low Budget Marketing

1. Storytelling

Verstehe dich selbst als „Marke“ und agiere mit deinem Unternehmen im Rahmen einer Geschichte, die Du immer und immer wieder erzählst und so verbreitest. Nach und nach erzeugst Du dir auf diesem Wege in der öffentlichen Wahrnehmung einen Status als Expert/Expertin für „dein Thema“, der dir hilft deine Bekanntheit weiter zu steigern.

2. Öffentlichkeitsarbeit / PR

Egal ob eine Lokalzeitung oder ein Fachzeitschrift über dein Start-Up berichtet, Presseveröffentlichungen steigern auch in der heutigen digitalen Welt noch deine Bekanntheit und sind im Gegensatz zu Printwerbung vollkommen kostenfrei. Versetze dich dabei in die Sicht der Presse: Welche Schlagzeile würde unsere Leser:innen interessieren? Mit welcher Schlagzeile erzielen wir als Zeitung oder Radio Aufmerksamkeit? Versuche mit deinem Expertenstatus eben diese Meldung zu bedienen und mache keine direkte Werbung für dich.

3. Kooperation im Marketing

Gemeinsam ist man stärker und erfolgreicher. Suche dir passende Kooperationspartner:innen, mit denen Du gemeinsam in Aktionen oder Kampagnen eure beiden Marken voranbringen kannst. Sofern die Produkte oder Leistungen zusammen passen, befruchten sich diese gegenseitig und es wird eine wesentlich größere Werbewirkung erzielt.

4. Event Marketing

Egal ob Du Produkte oder Dienstleistungen bewerben willst, Events sind dazu eine erfolgsversprechender Ansatz.

Suche eine Location, die deinem Start-Up entspricht, Sorge für das passende Catering und für einen bleibenden Eindruck und Unterhaltung. Lade dann potenzielle Kund:innen oder Kooperationspartner:innen exklusiv zu dieser Veranstaltung ein und verbreite sie über soziale Netzwerke und die Presse. Sei Dir sicher, Du erreichst damit für ein relativ kleines Budget eine große Zielgruppe.

5. Guerilla Marketing

Die Werbekampagnen von Sixt sind vermutlich jedem bekannt. Mit möglichst kreativen Ideen werden die Botschaften des Autovermieters an Flughäfen und Bahnhöfen inszeniert. Nicht nur die Botschaft ist dabei besonders sondern auch die Art der Umsetzung. Selten werden für die Kampagnen klassische Plakatwände oder Stehlen genutzt – sondern vielmehr besondere Orte oder Räume gesucht.

Hierdurch fällt man nicht nur mehr auf, sondern findet unter Umständen auch wesentlich günstigere Werbeflächen.

Diese Art der Werbung nennt man Guerilla Marketing. Guerilla Marketing ist eine innovative Kommunikationsstrategie, die von Überraschungseffekten lebt. Dabei werden kreative Ideen besonders aufmerksamkeitsstark inszeniert und Werbetreibende versuchen, ihre Werbebotschaften durch unkonventionelle Marketingmaßnahmen zu vermitteln. Oftmals kommt beim Guerilla Marketing nur ein überschaubares Budget zum Einsatz, mit dem dennoch eine größtmögliche Wirkung erzielt werden soll.



Werbekampagnen von Sixt am Flughafen Düsseldorf.

6. Content is king!

Der Begriff Content Marketing bezeichnet einen Marketing-beziehungsweise Geschäftsprozess im Rahmen einer Kommunikationsstrategie, bei der relevante und wertvolle Inhalte kreiert werden, die auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet sind. Ziel ist es, potenzielle Kunden und Kundinnen durch diese Inhalte anzuziehen und darüber hinaus profitable Handlungen zu generieren. In der digitalen Welt bieten sich Dir zahlreiche Wege der Erstellung von Content und Erzeugung von Reichweite: Tutorials, Ratgeber, Blogbeiträge / Vlog, Tests, Umfragen/ Studien, E-Books und Podcasts.

7. Website

Wenn wir in der Zeit mal ein paar Jahrzehnte zurückreisen, können wir uns eine ungepflegte Website vorstellen, wie das Schaufenster eines Geschäfts. Sieht ein Kunde, eine Kundin auf den ersten Blick dreckige Scheiben, Staub und veraltete Produkte – wie wird er/sie wohl reagieren? Das Geschäft wird gemieden und zur Konkurrenz gewechselt. Und genau so verhält es sich auch mit Webseiten.

Die Webseite ist dein Schaufenster – mache es hübsch, pflege es und halte es attraktiv. Das wird nicht nur von Kunden und Kundinnen belohnt, sondern auch den Erfolg in Suchmaschinen steigern.

8. Social Media

Linkedin, Xing, Instagram, Facebook, TikTok - Unterschätze nicht die Wirkung von Social Media Marketing. Suche anhand deiner Zielgruppe die für Dich passende Plattform mit der Du dich gut fühlst und lege los. Social Media kostet zwar Zeit, aber spart gleichzeitig Geld. Vergesse nur nicht, dass es in den Netzwerken immer um Inhalte geht und "reine Werbebotschaften" nicht gefragt sind.

9. E-Mail Marketing

E-Mail Marketing steht in dem Ruf, von allen digitalen Marketing-Maßnahmen, den höchsten Werbeeffect vorzuweisen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Man baut eine persönliche Beziehung auf, es ist kostengünstig und der Erfolg ist bis in das letzte Detail messbar.

Dennoch kennt jeder Newsletter, die sofort gelöscht oder abbestellt werden, da sie keinerlei nützliche Informationen enthalten. Daher ist es wichtig beim E-Mail Marketing zunächst eine Strategie zu entwickeln und Inhalte zu entwickeln, welche die Zielgruppe ansprechen und Mehrwerte bieten.

10. Influencer & Empfehlungs-Marketing

Zufriedene Käufer:innen sind für jedes Unternehmen die beste Werbung. Was früher als sogenannte „Mund-zu-Mund Propaganda“ bekannt war, nennt sich heute Empfehlungsmarketing. Also ein Instrument, das beispielsweise zur Neukundengewinnung eingesetzt wird und auf Bewertungen und Referenzen von Käufer:innen basiert.

Viele Unternehmen setzen kleine Geschenke oder Rabatte ein, um Käufer:innen gezielt zu Empfehlungen zu motivieren.

Influencer Marketing

Das Finden von Meinungsführern in Gruppen gab es schon damals auf dem Schulhof. Im digitalen Marketing nennen sich diese Meinungsführer:innen heutzutage Influencer. Also Personen, die aus eigenem Antrieb Inhalte (Text, Bild, Audio, Video) zu einem Themengebiet in hoher und regelmäßiger Frequenz veröffentlichen und damit eine soziale Interaktion initiieren.

Suche zu deinem Start-Up passende Influencer und mache diese zu deinen Meinungsführer:innen. Sie können dein Produkt testen, deine Leistungen empfehlen oder deine Markenbotschaft in die gewünschte Zielgruppe transportieren.

In eigener Sache

Roboter für Schulklassen, die Vergabe von Gründerstipendien, ein Tüftelgarten für das Gründerquartier und nicht zuletzt die Umsetzung dieses Gründungsbegleiters – all diese großartigen Angebote wären der Gründerschmiede als gemeinnützigem Verein nicht möglich ohne die Sponsoren und Unterstützer – denen wir an dieser Stelle ganz herzlich danken möchten!

Möchtest Du gemeinsam mit uns die Start-Up-Kultur weiter befeuern? Die Umsetzung neuer Projekte und noch mehr Unterstützung für unsere Gründerinnen und Gründer ermöglichen? Dann freuen wir uns über Deine – steuerlich abzugsfähige - Spende an:

Empfänger: Gründerschmiede Remscheid e.V.

IBAN: DE62 3405 0000 0012 1563 03

BIC: WELADEDXXX

Oder einfach über
 **PayPal**



Exit - Der Notfallplan

Warum sollte man den Exit von Anfang an mitdenken?

Klassische „selbst und ständige“ Unternehmer:innen wurden abgelöst von prozessverliebten Innovator:innen, die ihre Rolle eher in der Arbeit an ihrem Unternehmen als in ihrem Unternehmen wahrnehmen. Sie lieben es neue Unternehmen aufzubauen und sprudeln nur so vor Ideen. Sie wollen flexibel sein und schnell vorankommen.

Der Ausstieg ist somit nicht das „Ende des Unternehmens“, sondern ganz im Gegenteil, das eigentliche Ziel des Handelns.

„ In jedem Ende liegt ein neuer
Anfang und hinter jedem Anfang
wartet ein neues Abenteuer “

Miguel de Unamuno, spanischer Philosoph

Seriengründer

Das kann es noch nicht gewesen sein?

Du hast eine weitere Idee? Möchtest nun das nächste Unternehmen gründen oder übernehmen? Dann hole Dir einen neuen Gründungsbegleiter ab und fange einfach auf Seite 11 von vorne an!

Quellen

S.63: Sinowenka Photographie / Leon Sinowenka
S.88: Wistula

Herausgeber

Gründerschmiede Remscheid e.V.
Hindenburgstraße 6a-10a
42853 Remscheid

Telefon: 02191/4640900
Web: <http://gruenderschmiede.org>
E-Mail: info@gruenderschmiede.org

Registergericht: Amtsgericht Wuppertal
Registernummer: VR30757

Stand: Januar 2023

Redaktion

Christoph Imber-Böker
Nicole Haas

Grafische Gestaltung

Kilian-Felix Henkels



D'AVOINE TEUBLER NEU
RECHTSANWÄLTE

Auf dem Weg nach oben ...

... brauchen Sie einen Partner, der Sie absichert.

Wenn Sie eine neue Geschäftsidee verfolgen, stehen Sie vor vielen Herausforderungen. Mit einer professionellen juristischen Beratung haben Sie von Anfang an die richtigen rechtlichen Instrumente in der Hand und vermeiden so Rechtsstreitigkeiten und Haftungsfallen. Und genau dabei können wir Sie unterstützen.

ATN – zuverlässig, engagiert, kompetent.



Alle Infos und Kontaktmöglichkeiten unter:
atn-ra.de



ERFOLGREICH GRÜNDEN

Wer ein Unternehmen gründet, durchläuft verschiedene Phasen und muss auf seinem Weg zahlreiche bürokratische Hürden nehmen.

Dieser interaktive Wegweiser begleitet Dich von der Ausarbeitung deiner Idee über die Entwicklung eines Buisness Plans bis zu einem möglichen Exit und regt an, Methoden auszuprobieren und mit Ideen zu spielen.

Der Gründungsbegleiter ist entstanden aus den Erfahrungen aus hunderten Gründerberatungen und fasst die wichtigsten Anlaufstellen zur Unternehmensgründung zusammen.

