

Gründerregion

nieder rhein

Existenzgründung

Ihr Ratgeber zur Unterstützung
einer erfolgreichen Selbstständigkeit



START-UP

STARTERCENTER  NRW.
Mittlerer Niederrhein

Gründerregion

niederrhein

BESTE VERBINDUNGEN
Krefeld Kreis Viersen Mönchengladbach Rhein-Kreis Neuss

Die Partner der Gründerregion Niederrhein



EXISTENZGRÜNDUNG

Informationen und Orientierungshilfen für den erfolgreichen Unternehmensaufbau

Herausgeber:

Gründerregion Niederrhein

Verantwortlich für den Inhalt:

Bert Mangels

IHK Mittlerer Niederrhein

Adressen und Ansprechpartner

siehe Seite 65

Schriftenreihe Ausgabe Nr. 41
7. Auflage Oktober 2014

Vorwort

Sie haben sich für den Schritt in die Selbstständigkeit entschieden?

Wir, die Gründerregion Niederrhein, sind ein Zusammenschluss von über 22 Beratungsinstitutionen im Wirtschaftsraum Niederrhein. Wir bieten mit der Gründerregion Niederrhein ein leistungsfähiges Netzwerk für Gründungswillige und machen es so noch transparenter, damit schnellstmöglich der geeignete Gründungsberater für das individuelle Vorhaben gefunden wird. Die Träger der Initiative "Gründerregion Niederrhein" möchten eine Aufbruchstimmung erzeugen, in der das selbständige unternehmerische Handeln unterstützt wird und nicht nur wirtschaftlich, sondern auch gesellschaftlich einen positiven Stellenwert einnimmt.

Existenzgründungen sind vor allem dann erfolgreich, wenn sie wohl überlegt und sorgfältig geplant sind. Mit der vorliegenden Broschüre möchte Ihnen die Gründerregion Niederrhein einen knappen und verständlichen Überblick über alle wichtigen Belange und Fragen geben, die Sie auf dem Weg in die Selbstständigkeit unbedingt berücksichtigen sollten. Aber eines ist sicher: Eine gründliche Beratung kann und will dieser Ratgeber natürlich nicht ersetzen.

Die Beratungsinstitutionen der Gründerregion Niederrhein finden Sie auf Seite 65. Im Internet erreichen Sie uns unter **www.gruenderregion-niederrhein.de**.

Inhaltsverzeichnis

		▪ Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations	17
		5.7 Die Projektbeschreibung	17
		6. Technologieorientierte Unternehmensgründungen	18
		7.1 Geschäftsübernahme - betriebswirtschaftliche Aspekte	19
		Prüfung des Unternehmens	19
		Bewertung des Unternehmens	20
		Ertragswertverfahren	20
		Substanzwertverfahren	21
		7.2 Geschäftsübernahme - rechtliche Aspekte	21
		Spielarten der Betriebsübernahme	21
		▪ Unternehmenskauf	21
		▪ Pachtvertrag	22
		▪ Eintritt in Einzelunternehmen, -firma/Erwerb einer Beteiligung	22
		Haftungsrisiken bei Betriebsübernahme/Beteiligung	22
		Namenswahl - Recht auf Firmenfortführung	23
		Gewährleistung beim Unternehmenskauf	23
		Abwicklung der Kaufpreiszahlung	24
		8. Franchising	24
		9. Planungsrechnungen	25
		9.1 Kapitalbedarfsplan	25
		9.2 Umsatz- und Rentabilitätsvorschau	26
		Voraussichtliche Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)	26
		Vom gewünschten Gewinn zum erforderlichen Umsatz	26
		9.3 Liquiditätsplanung	28
		Maßnahmen bei drohender Unterdeckung	29
		Überlegungen bei Überdeckung	29
		10. Finanzierung	30
		▪ Eigenkapital	30
		▪ Beteiligung	30
		▪ Investitionskredite der Geldinstitute	30
		▪ Finanzierungsgrundsätze	30
		▪ Das Kreditgespräch	31
		▪ Kreditunterlagen	31
		▪ Die Kreditprüfung durch das Kreditinstitut	31
		▪ Sicherheiten	32
		▪ Rating	32
		11. Öffentliche Förderung	33
		12. Gewerbeanmeldung	33
		▪ Ausländische Existenzgründer	34
		▪ Freiberufler	34
		13. Gewerberechtliche Genehmigungen/Sach- und Fachkunde	35
		▪ Reisegewerbe	35
		▪ Handwerk	35
Vorwort	2		
Inhaltsverzeichnis	3		
1. Chancen und Risiken einer selbständigen Existenz	5		
2. Die Person des Gründers	5		
Motive für die Selbständigkeit	5		
Persönliche Einflussfaktoren	5		
▪ Rechtliche Voraussetzungen	6		
▪ Kaufmännische Qualifikation	6		
▪ Fachliche Voraussetzungen/ Branchenkenntnisse	6		
▪ Persönliche Eignung	6		
3. Gründungs- und Produktidee	7		
Möglichkeiten einer Existenzgründung	7		
4. Marktforschung	7		
Analyse des Bedarfes, des Absatzmarktes, der Wettbewerber	7		
5. Das Gründungsprojekt	8		
5.1 Das Produktprogramm/Warenangebot	8		
Was bieten Sie an?	9		
▪ Lebenszyklus der Produkte	9		
▪ Die Preisgestaltung Ihres Produktes/Dienstleistung	9		
5.2 Die Zielgruppe	9		
Wer gehört zu Ihren Kunden/ Abnehmern?	9		
5.3 Der Einkauf	10		
Wer sind Ihre Lieferanten?	10		
5.4 Die Konkurrenzsituation	10		
Wer sind Ihre Wettbewerber?	10		
Wettbewerbsituation in den neuen Märkten	11		
5.5 Der Standort	11		
Wo gründen Sie Ihr Unternehmen?	11		
Wo befindet sich Ihr Absatzgebiet?	11		
▪ Einflussfaktoren der Beschaffungsmärkte	12		
▪ Einflussgrößen der Absatzmärkte	12		
▪ Einflussgrößen staatlicher Rahmenbedingungen	12		
▪ Private Überlegungen	12		
▪ Staatliche Vorschriften	12		
▪ Standortfaktoren	13		
• Absatzorientierung	13		
• Verkehrsorientierung	14		
• Raumorientierung	14		
5.6 Die Absatzmaßnahmen	15		
Wie möchten Sie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung bekannt machen?	15		
Maßnahmen zur Erreichung des Zieles	15		
▪ Absatzsysteme	15		
▪ Absatzkampagnen/Werbe- maßnahmen	16		

▪ Güterkraftverkehr	36	▪ Lebensversicherung	57
▪ Personenbeförderung	36	Der betriebliche Versicherungsschutz	57
▪ Gaststätten/Beherbergungsgewerbe	36	▪ Haftpflichtversicherung	57
▪ Versicherungsvermittler und -berater	36	▪ Produkthaftpflichtversicherung	57
▪ Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater	37	▪ Geschäftsführerversicherung	58
▪ Weitere erlaubnispflichtige Tätigkeiten	37	▪ Feuerversicherung	58
▪ Gewerbeuntersagung		▪ Betriebsunterbrechungsversicherung	58
		▪ Einbruchdiebstahlversicherung	58
		▪ Firmenrechtsschutzversicherung	58
		▪ Kreditversicherung	58
		▪ Übersicht	59
14. Rechtsformen	37	19. Scheinselbständigkeit	59
Namen	37	20. Mitarbeiter	60
Wie und wann ins Handelsregister?	37	Personalsuche	60
▪ Einzelunternehmen/Einzelfirma	38	▪ Vorstellungsgespräch	61
▪ GbR und OHG	38	▪ Die Arbeitgeberpflichten	61
▪ KG und GmbH & Co.	39	▪ Einstellungsunterlagen	61
▪ GmbH	39	Auszubildende	61
▪ Unternehmergesellschaft	40	Gesetzliche Regelungen/Tarifverträge	61
▪ Betriebsaufspaltung	40	Lohnsteuer	62
		Arbeitsgesetze	62
		Mini-Jobs	62
15. Steuern und Sozialabgaben	41	21. Betriebsorganisation	63
Steuern	41	22. Endlich: Die Eröffnung	63
▪ Umsatzsteuer	42	23. Die Anlaufphase	63
▪ Einkommensteuer	42	24. Ansprechpartner	64
▪ Kirchensteuer	42		
▪ Körperschaftsteuer	42		
▪ Lohnsteuer	42		
▪ Gewerbesteuer	42		
▪ Sonstige Steuern	42		
▪ Jahressteuererklärungen	42		
Sozialabgaben	42		
Steuerliche Überlegungen zur Rechtsformwahl	43		
▪ Einzelunternehmen	43		
▪ Personengesellschaften (GbR, OHG, KG)	43		
▪ GmbH	43		
▪ Betriebsaufspaltung	43		
16. Buchführung/Gewinnermittlung	44		
Buchführung	44		
▪ Buchführung des Kleinbetriebes	44		
▪ Vollkaufmännische Buchführung	45		
▪ Aufbewahrungsfristen	45		
Gewinnermittlung			
▪ Gewinnermittlung durch Betriebsvermögen	45		
▪ Gewinnermittlung durch Einnahmeüberschussrechnung	46		
17. Weitere rechtliche Aspekte	46		
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb	46		
Verordnung zur Regelung von Preisangaben	50		
Ladenöffnungszeiten in NRW	50		
Bürgerliches Gesetzbuch	53		
▪ Verjährungsfristen	53		
▪ Allgemeine Geschäftsbedingungen	54		
Markenrechtreformgesetz	54		
18. Versicherungen	54		
Der persönliche Schutz	55		
▪ Krankenversicherung	55		
▪ Private Krankenversicherung (PKV)	55		
▪ Pflegeversicherung	55		
▪ Rentenversicherung	55		
▪ Unfallversicherung	56		
▪ Arbeitslosenversicherung	56		
	57		

Chancen und Risiken einer eigenständigen Existenz

Unternehmer werden ist nicht schwer - dies zu bleiben jedoch sehr.

Dieser scherzhafte Ausspruch erhält angesichts einer hohen Fluktuationsrate einen bitteren Nachgeschmack. Leider beherzigen allzu viele Gründer nur den ersten Halbsatz. Aber bereits in der Planungsphase sollten die Weichen für ein leistungsfähiges Unternehmen gestellt werden.

Zutreffend ist die Auffassung vieler Existenzgründer, dass ein Unternehmer "etwas riskieren muss". Richtig ist aber auch das Prinzip der "kaufmännischen Vorsicht". Denn jeder Chance steht ein Risiko gegenüber. Eine Risikoübernahme setzt also ebenso eine Gewinnchance voraus, die in einem angemessenen Verhältnis zum möglichen Schadenseintritt steht. In einem Entscheidungsprozeß ist nach Ermittlung der Risikoauslösfaktoren (Marktverhältnisse, Produktpalette, Betriebsmittel, Menschen) die Frage zu beantworten, ob eine tragfähige Existenz oder ein Schadensereignis (Insolvenz, langjährige Schulden etc.) möglich ist.

Gut vorbereitete Existenzgründungen verfügen jedoch über bessere Erfolgsaussichten. So hat eine Untersuchung der KfW-Mittelstandsbank im Zusammenhang mit öffentlich geförderten Existenzgründungen ergeben, dass von den geförderten Gründungen nach fünf Jahren nur rund 7% insolvent geworden sind.

Nach dieser Untersuchung und unseren Beobachtungen können folgende Bewilligungskriterien als Positivkatalog für eine erfolgversprechende Existenzgründung angesehen werden:

- Fachliche und kaufmännische Kenntnisse
- Schlüssiges Unternehmenskonzept
- Realistische Umsatz- und Rentabilitätsvorausrechnungen
- Gesicherte Finanzierung zu günstigen Konditionen

Demgegenüber sind bei gescheiterten Unternehmensgründungen immer wieder

- zu geringe Kapitaldecken, Finanzierungsprobleme, Fehleinschätzungen des Kapitalbedarfs
- nicht ausreichende kaufmännische Kenntnisse, geringe Branchenerfahrung

- Informationsdefizite und Planungsmängel festzustellen.

Die Marktchancen einer Neugründung sind vorsichtig zu bewerten. An den Erfolg durch einen Verdrängungswettbewerb zu glauben, kann deshalb schwerwiegende Folgen haben. Weit- aus größere Erfolgchancen liegen folgendem Konzept zugrunde:

- Neues wagen - Altes anders machen
- Nach Alternativen zu bestehenden Möglichkeiten des Wirtschaftslebens suchen
- Diese - nach intensiven Prüfungen - durchsetzen

Das bedeutet, Sie müssen Ihre Chancen erkennen, untersuchen, abwägen und nutzen.

2. Die Person des Gründers

Motive für die Selbständigkeit

In zahlreichen Beratungsgesprächen nannten uns potentielle Gründer folgende Motive:

- Wunsch nach Unabhängigkeit und Selbstverwirklichung
- eigene Ideen durchsetzen
- höheres Ansehen in der Öffentlichkeit, Prestigegewinn
- höheres und leistungsgerechteres Einkommen erreichen
- Ärger im derzeitigen Beschäftigungsverhältnis, Kündigungsrisiko umgehen, Weg aus der Arbeitslosigkeit.

So bedeutungsvoll diese Motive sein mögen, sie sollten nicht den Blick auf die Nachteile einer Selbständigkeit versperren:

- kein sicherer Arbeitsplatz, grundsätzlich keine Versicherung gegen Arbeitslosigkeit
- kein gesichertes Einkommen
- keine geregelte Arbeitszeit, weniger Freizeit und Urlaub

Persönliche Einflussfaktoren

Aus gewerberechtllicher Sicht ist – von wenigen Ausnahmen abgesehen – zur Gründung und Führung eines Unternehmens keine bestimmte Qualifikation vorgeschrieben. Die wenigen Wirtschaftszweige, für die eine Sach- und Fachkunde etc. aufgrund spezieller Gesetze erforderlich sind, stellen wir Ihnen im Kapitel 13 Gewerberechtlliche Genehmigungen/Sach- und Fachkunde vor.

Für die Gewährung öffentlicher Existenzgründungsmittel ist in den Förderrichtlinien eine Qualifikation vorgeschrieben. Zweifelsfrei

besitzt der Unternehmer die Richtlinienkompetenz innerhalb seines Betriebes. Deshalb benötigt er neben kaufmännischem Wissen, fachlichen Kenntnissen und Branchenerfahrungen auch persönliche Stärken und Lebenserfahrungen.

Ein wichtiger Schritt in die Selbständigkeit ist die Selbstprüfung. Anhand folgender Auflistung sollten Sie kritisch prüfen, ob Sie diese Voraussetzungen erfüllen.

Rechtliche Voraussetzungen

Sofern Konzessionen/Genehmigungen vorgeschrieben sind, erfüllen Sie die jeweiligen Bedingungen (Prüfungen etc.)?

Welche Voraussetzungen zu erfüllen sind, entnehmen Sie bitte dem Thema "Gewerberechtliche Genehmigungen/Sach- und Fachkunde".

Kaufmännische Qualifikation

Bedenken Sie, dass Sie mit folgenden betriebswirtschaftlichen Bereichen konfrontiert werden:

- Beschaffungsmarkt: Betriebsmittel, Waren und Werkstoffe
- Lagerhaltung: Wareneingang, Lagerung
- Leistungserstellung (Produzierendes Gewerbe): Arbeitsbedingungen, Arbeitsentgelt, Kapazität u. Ausnutzung, Werkstoffe, Ablauforganisation
- Absatz/Marketing: Produkt-, Preis-, Vertriebs- und Werbepolitik; sind Sie ein Verkaufstalent?
- Finanzierung: Planung, Kapitalbeschaffung, Eigenfinanzierung, Außenfinanzierung, Fremdfinanzierung, Kapitaldienstermittlung
- Personal: Personalplanung, Mitarbeiterführung, Entlohnung, betriebliche Sozialpolitik
- Transportwesen: Frachtvertrag, Arten des Versandes
- Zahlungsverkehr: Zahlungsarten
- Rechtliche Grundlagen des wirtschaftlichen Handelns: Kaufvertrag, Störungen bei der Erfüllung des Kaufvertrages, gerichtliches Mahnverfahren, unlauterer Wettbewerb
- Steuern: Steuerarten, Veranlagungsverfahren, Abzugsverfahren

- Rechnungswesen/Buchführung: Einrichten der Buchführung, laufende Buchführung, vorbereitende Abschlussarbeiten, Bilanzierungsgrundsätze
- Versicherungen: betriebliche und persönliche Versicherungsmöglichkeiten

Fehlendes Wissen in diesen Bereichen kann durch Lehrgänge und Beratungen kompensiert werden.

Fachliche Voraussetzungen/Branchenkenntnisse

Überlegen Sie zu folgenden Stichworten, ob Ihre Kenntnisse ausreichen:

- Marktentwicklung, Branchengepflogenheiten
- Preisgestaltung, Rabattgewährung, Handelsspanne, Kostenhöhe, Kennzahlen
- Einkaufsquellen, Messen, Einkaufsgemeinschaften etc., Fachzeitschriften
- Wettbewerbssituation, Standortanalyse, Marktanteile
- Vertriebsarten
- Personalsituation, Tarifverträge, Vergütungssysteme
- Zielgruppenverhalten, Zusammenstellung des Sortimentes
- Sind die handwerksrechtlichen Voraussetzungen erfüllt (z. B. Meister)?

Persönliche Eignung

Der Unternehmer muss etwas unternehmen!

- Sind Sie unter dem Gesichtspunkt der kaufmännischen Vorsicht risikobereit?
- Sind Sie gegenüber neuen Ideen aufgeschlossen?
- Verfügen Sie über Energie- und Leistungskraft (körperlich und geistig)?
- Sind Sie mutig und entscheidungsfähig; können Sie Rückschläge verkraften?
- Wie ist Ihr Verhalten gegenüber anderen Menschen (Kontaktfreudigkeit und -fähigkeit, Überzeugungskraft)?

- Können Sie Mitarbeiter und Partner motivieren; Kritik (von Kunden etc.) hinnehmen?
- Steht Ihre Familie hinter der Geschäftsidee; trägt sie Rückschläge und Nachteile, ggf. auch finanzielle Einbußen mit?
- Wie können Sie Privatvermögen einbringen, ggf. schützen?
- Ist ein Ehevertrag erforderlich? Haben Sie eine Erbregelung getroffen?

Der ideale Gründer wird nach unserer Beobachtung durch den Berufstyp verkörpert, der auf der Höhe seiner Laufbahn steht, zahlreiche Bewährungsproben bestanden sowie Erfahrungen in mehreren Unternehmen gesammelt hat und sich nunmehr sein eigenes Arbeitsfeld gemäß seiner Veranlagung und seiner Fähigkeiten aufbauen will. Fortgeschrittenes Alter dürfte nach unserer Einschätzung kein Hinderungsgrund sein. Sehr wichtig ist für die spätere Unternehmensführung, die Fähigkeit zu fachübergreifendem Denken.

3. Gründungs- oder Produktidee

Zu Beginn steht eine Idee. Sie muss vorhanden sein, bevor Sie weitere Schritte unternehmen. Ob Sie durch gezieltes Suchen oder zufällig entstanden ist, dürfte weniger ausschlaggebend sein.

Möglichkeiten einer Existenzgründung

- Neugründung, Errichtung eines Unternehmens
- Übernahme eines bestehenden Betriebes
- Beteiligung an einem Unternehmen
- Selbständigkeit im Rahmen des Franchising

Sie können

- neue Produkte, neue Verfahren entwickeln
- neue Märkte, neue Bezugsquellen erschließen
- in neuen Organisationsformen etc. arbeiten

Nach unseren Beobachtungen spielen bei erfolgreichen Gründungen klare Vorstellungen eine ausschlaggebende Rolle.

4. Marktforschung

Originelle und innovative Ideen sowie Erzeugnisse oder Dienstleistungen reichen alleine nicht aus. Sie können zum Flop werden, wenn die Nachfrage nicht ausreichend ist. Häufig gehen Gründer von eigenen Bedürfnissen aus, sie empfinden persönlich einen

Mangel im derzeitigen Angebot. Ein Mangel macht jedoch noch keine Marktlücke aus. Neben dem Mangel muss der Abnehmer auch den Wunsch verspüren, ihn durch ein konkretes Angebot Ihrerseits zu beseitigen. Es muss also auch ein Bedarf für Ihr Erzeugnis oder Ihre Dienstleistung bestehen.

Ein wichtiges Bindeglied zwischen der Gründungsidee und der Realisierung Ihres Wunsches nach selbständiger Tätigkeit ist die Marktforschung. Durch sie werden drei wichtige Analysen vorgenommen:

- Analyse des Bedarfes
- Analyse des Absatzmarktes
- Analyse der Wettbewerber

Diese Analysen, auch Marktforschung genannt, können Sie als Primär- oder Sekundärforschung betreiben. Primär bedeutet, Sie untersuchen selber in Form von persönlichen Gesprächen, Interviews, Befragungen, Beobachtungen etc. Auch sollten Sie Ihre eigenen Erfahrungen und Ihre bisherigen Beziehungen zu Geschäftspartnern und Kunden systematisch und konkret im Hinblick auf Umsatzmöglichkeiten analysieren, am besten in schriftlicher Form. Bei der Sekundärforschung bedienen Sie sich zahlreicher Quellen. Als externe Datenquellen kommen in Frage: amtliche Statistiken; Informationsmaterial des Statistischen Bundesamtes, der Statistischen Landesämter, der Statistischen Ämter der Gemeinden; Informationen der Wirtschaftsverbände etc.; Fachliteratur, allgemeine Wirtschaftspresse, Adressenverlage, Kreditinstitute. Betriebsvergleiche werden durch Fachverbände und Kammern zur Verfügung gestellt.

Auch wenn Sie bei Ihrer Marktforschung sehr gründlich vorgehen, können Sie ggf. später in der Praxis Abweichungen feststellen. Deshalb sollten Sie solche Aktionen, besonders wenn hohe Investitionen anstehen, von Fachleuten (Unternehmensberatern etc.) durchführen lassen.

Beispiele einiger Analysefragen

Analyse des Bedarfes

- Welchen Grad der Marktreife besitzt das Produkt (verfrühte Markteinführung)?
- Besitzt das Produkt/Dienstleistung Vorteile für die Kunden, weshalb sollten sie kaufen?
- Weshalb haben nicht schon andere Unternehmen diese Idee gehabt und realisiert? Hatten sie schon ihr "Waterloo" hinter sich?

- Besteht ein regelmäßiger oder sporadischer Absatz (Saison)?
- Ist ein langfristiger Bedarf nach diesem Produkt/Dienstleistung vorhanden?
- Kann das Produkt/Dienstleistung durch vergleichbare Erzeugnisse ersetzt werden?

Analyse des Absatzmarktes

- Welcher Umsatzanteil ist für Sie möglich, Größe des Absatzgebietes, ggf. Kaufkraft, Marktdaten?
- Welches Preisniveau besteht auf dem Absatzmarkt?
- Was kostet Ihre Ware (Dienstleistung) im Verhältnis zu anderen angebotenen Erzeugnissen?
- Besteht eine Abhängigkeit zu Großkunden?

Existieren bereits Kontakte zu Abnehmern?

Analyse der Wettbewerber

- Gegen welche Wettbewerber bzw. Wettbewerbsprodukte treten Sie an?
- Wie viele Wettbewerber sind im Einzugsgebiet vorhanden?
- Welche Konkurrenten treten möglicherweise demnächst auf (Nachahmungseffekt)?
- Wer ist Marktführer (Stärken, Schwächen, altbackene oder zeitgemäße Unternehmensführung)?
- Welche Gefahr geht von Großfilialisten, Marktführern etc. aus (Expansion/Preispolitik)?

5. Das Gründungsprojekt

Sie hatten bisher mehr oder weniger klare Vorstellungen von Ihrer Gründungsidee. Durch die Überprüfung dieser Idee – Ihre Marktforschung – konnten Sie die Erfolgsfaktoren durchleuchten. Definieren Sie nun Ihre Zielsetzung, ermitteln Sie Ihre Stärken und Ihre Schwächen. Dies können Sie mit Hilfe der bekannten Fragewörter

- Was möchten Sie anbieten/produzieren? Beschreiben Sie Ihr Produktprogramm/Dienstleistung/Sortiment.

- Wer sind Ihre Kunden, Ihre Lieferanten, Ihre Wettbewerber? Definieren und analysieren Sie konkret diese Gruppen.
- Wo befindet sich Ihr Geschäft, Ihr Absatzgebiet? Bestimmen Sie Ihren Standort und Ihr Kundeneinzugsgebiet.
- Wie wollen Sie in den Markt einsteigen? Zeigen Sie Ihre Marketing- und Absatzmaßnahmen auf.

5.1 Das Produkt- und Dienstleistungsprogramm/Warenangebot – Was bieten Sie an?

An der Entwicklung vieler Unternehmen ist zu erkennen, wie marktgerechte Produkte und Dienstleistungen in entscheidendem Maße positiv ihr Schicksal beeinflussen. Dies gilt ebenso für die immer mehr an Bedeutung gewinnenden Dienstleistungen.

Überprüfen Sie den Neuheitswert/Reifegrad Ihres Angebotes (Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung):

- Erkennt der Verbraucher den Nutzen des Angebotes?
- Traut er dem Produkt eine für ihn erkennbare Leistung zu?
- Ist das Angebot der Zeit voraus oder schon überholt?

Legen Sie Ihr Angebot zielgruppenorientiert fest, fassen Sie es zu einer Produkt- bzw. Leistungslinie zusammen:

- Bieten Sie ein breites Angebot? Zahlreiche Artikelgruppen (Röcke, Hosen, Blusen, Hemden, Mäntel, Anzüge, Hüte, Strickwaren) werden in begrenzter Auswahl geführt.
- Bieten Sie ein tiefes Sortiment? Wenige Artikelgruppen (Hosen, Sakkos, Strickwaren für den Herrn) werden in zahlreichen Passformen und Spezialgrößen angeboten.

Sind Sie Generalist oder Spezialist?

Auch sollten Sie über das eigentliche Angebot hinaus Ihrem Kunden einen Zusatznutzen gegenüber Wettbewerbern anbieten. Dies können Serviceangebote, Kundendienstnetze ebenso sein wie eine entsprechende Aufmachung (Farbe, Design, Verpackung) oder der Umweltschutz als Marketinginstrument.

Lebenszyklus der Produkte

Jedes Produkt, ob Auto, Lebensmittel oder Maschine durchläuft eine eigene Lebenskurve, die aus verschiedenen Phasen besteht. Dieser Zyklus wird bestimmt durch Nachfrage, Konkurrenzsituation sowie Umsatz- und Gewinnentwicklung. Die Lebenskurve beginnt bei der Einführungsphase, steigt an zur Wachstumsphase, stagniert bei der Reifephase und nimmt ab in der Umsatzrückgangsphase. Auch für den Existenzgründer ist es gut zu wissen, in welcher Phase sich das Produkt befindet.

In der Einführungsphase müssen unter Umständen größere Marktwiderstände überwunden werden, weil ggf. nur wenige aufgeschlossene und risikofreudige Käufer dieses neue und unbekanntes Produkt kaufen. Kleine Stückzahlen, niedriger Umsatz und oftmals hohe Preise sind Ausdruck dieser Phase.

Stürmische Nachfragen kennzeichnen häufig die Wachstumsphase. Ein wahrer Umsatzboom setzt ein. Entwicklungs-, Einführungskosten etc. sind bereits bezahlt, zufriedenstellende Gewinne werden erwirtschaftet. Dies lockt Konkurrenten an, das Urprodukt wird nachgebaut bzw. vergleichbare Geschäfte werden errichtet.

Das Produkt ist bekannt, auch zurückhaltende Käufer können in der Reifephase gewonnen werden. Ein Anstieg des Umsatzes ist noch zu verzeichnen; der Wendepunkt ist jedoch absehbar. Die Preise können wegen der starken Konkurrenz verfallen, Gewinneinbußen sind möglich.

Wegen zahlreicher vergleichbarer Produkte und Wettbewerber beginnt die Sättigung des Marktes. Nachfrage sowie Umsatz und Gewinn sind rückläufig. In manchen Fällen sind nur noch Verluste zu verzeichnen. Auch der Wettbewerb zieht sich mehr und mehr zurück.

Die Preisgestaltung Ihres Produktes/Dienstleistung

Ihre Angebotspalette steht in einem direkten Zusammenhang mit Ihrer Preispolitik. Sie besitzt eine empfindliche Schlüsselstellung für den Geschäftserfolg. Wird an der Preisschraube unvorsichtig gedreht, können Preiskämpfe mit existenzbedrohenden Folgen entstehen.

Existenzgründer vertreten häufig die Auffassung, dass die Preise der Wettbewerber sowie die branchenüblichen Handelsspannen überhöht seien. So wird versucht, mittels einer Niedrigpreispolitik eine gefestigte Marktposition zu erhalten, anstatt sich mit unternehmerischer

Leistung und geeigneter Maßnahmen zu behaupten. Bedenken Sie: Letztlich wird es immer einen Wettbewerber geben, der preiswerter ist als Sie.

Dies schließt gelegentliche Preiszugeständnisse nicht aus. Auch wenn Sie anhand Ihrer Kalkulation feststellen, dass Ihr Preis unter dem Marktpreis liegt, da unter Umständen Kosten für Geschäftsräume und Personal noch nicht anfallen, sollten Sie überprüfen, ob diese Kosten zumindest kalkulatorisch in den Verkaufspreis einzuarbeiten sind. Vermutlich sind höhere Preise beim Kunden später nur schwer durchzusetzen.

Folgende Überlegungen sollten Sie u. a. bei Ihrer Preispolitik durchführen:

- Welche Preisstrategie ist für Ihr Unternehmen sinnvoll? Obere, mittlere, untere Preisausrichtung?
- Wie sind in Ihrer Branche die Preisvorstellungen der Großkunden (Handelsketten/einflussreiche Produktionsbetriebe)?
- Sind besondere Lieferungs- und Zahlungsbedingungen der Abnehmer zu akzeptieren?
- Wird Ihre eigene Preisgestaltung durch die unverbindliche Preisempfehlung der Hersteller eingeengt?

Zu einer betrieblichen Preispolitik gehört auch die Entscheidung, ob Sie anlässlich bestimmter Ereignisse besonders günstige Angebote unterbreiten. Beachten Sie dazu jedoch die Ausführungen im Kapitel 17 Weitere rechtliche Aspekte, Unlauterer Wettbewerb.

5.2 Die Zielgruppe – Wer gehört zu Ihren Kunden/Abnehmern?

Welcher Zielgruppe/Interessengruppe möchten Sie Ihre Produkte/Dienstleistungen anbieten?

Sie haben Ihr Angebot bisher konkret festgelegt. In einer Zielgruppenanalyse ermitteln Sie nun Ihre potentiellen Kunden. Bedenken Sie aber, dass der Kunde nicht immer identisch mit dem Verbraucher/dem Nutzer ist.

Kunde ist oftmals derjenige, der die Kaufentscheidung trifft.

Beispiele:

Welche Ware in einem größeren Einzelhandelsunternehmen eingekauft wird, entscheidet in zunehmendem Maße der Verkäufer, der den

Absatzmarkt besser kennt, und nicht der Einkäufer, der jedoch für den Einkauf unterzeichnet.

Nach Erkenntnissen der Parfümeriebranche trifft die Ehefrau oftmals die Kaufentscheidung für das Parfüm ihres Mannes.

Ihre potentiellen Kunden, wie auch die Kaufentscheider, sollten Sie klar definieren und abgrenzen. So kennt die Damenoberbekleidungsbranche zahlreiche Zielgruppen, die von der anspruchsvollen Markenkundin über die selbstbewusste Nonkonformistin bis zur desorientierten antimodischen Frau reicht.

Bei der Errichtung eines Hotels können folgende Zielgruppen angesprochen werden: Urlauber, Seminarveranstalter bzw. deren Teilnehmer, Geschäftsreisende mit hohem Übernachtungssatz bzw. Messebesucher oder Monteure mit geringem Spesensatz.

So untersuchen Sie in der Zielgruppenanalyse:

- Welche Zielgruppe wird angesprochen, wer gehört zur Zielgruppe (Alter/Einkommen/Lebensstil)?
- Wie entwickelt sie sich?

5.3 Der Einkauf – Wer sind Ihre Lieferanten?

Im Einkauf liegt der (halbe) Gewinn.

Dieser im Handel bekannte Slogan hat aber nicht nur dort seine Berechtigung. Auch in anderen Branchen ist durch die Auswahl des richtigen Zulieferers ein beachtlicher Gewinn möglich. Deshalb sollten Sie Ihre Einkaufstätigkeiten nicht zum Bestellschein ausfüllen degradieren.

Besonders für kleine Unternehmen ist es wichtig, veränderte Marktgegebenheiten schneller als der Mitbewerber zu erkennen und sich ihnen anzupassen. Aus diesem Grund sollten Sie nicht auf Dauer beim selben Lieferanten kaufen und die periodischen Preiserhöhungen herunterhandeln. Vielmehr ist es erforderlich, ständig neue und günstige Einkaufsquellen aufzuspüren. Bei Materialeinsatzquoten von durchschnittlich 40% im Handel und 25% im produzierenden Gewerbe kann ein um 1%-Punkt günstigerer Einkaufspreis das Betriebsergebnis wesentlich verbessern.

Günstige Einkaufsquellen sichern Sie sich durch den Beitritt zu einem der mehr als 350 verschiedenen Einkaufsverbände und -genossenschaften. Neben günstigen Preisen bieten

diese auch Beratungen in betriebswirtschaftlichen und absatzfördernden Maßnahmen. Dies ist gerade für den Jungunternehmer wichtig.

Weitere Bezugsquellen für Ihren Einkauf sind Messen, Messekataloge, Branchenbücher und Lieferantenverzeichnisse. So z. B.:

- Wer liefert was?,
Wer liefert was?-Verlag, Hamburg
- ABC der deutschen Wirtschaft
ABC-Verlag, Darmstadt

Durch das Internet stehen schnellere Bestellmöglichkeiten zur Verfügung. Auch wird es hierdurch einfacher, zusätzliche Lieferantquellen zu erschließen.

Sagt Ihnen ein Lieferant zu, sollten Sie bei Verhandlungen über die Vergabe eines Auftrages die Punkte Preis, Qualität, Lieferbedingungen, Zahlungsweise, Service und dergleichen ansprechen.

Auch durch Zahlungskonditionen - Skonti oder Naturalrabatte - können verbesserte Einkaufspreise erzielt werden. Insbesondere bei Skontoausnutzung können Sie Geld verdienen.

5.4 Die Konkurrenzsituation – Wer sind Ihre Wettbewerber?

Häufig lösen die Begriffe Konkurrenz und Wettbewerb bei Existenzgründern Unsicherheit, Unbehagen, ja sogar Bedrohung aus. In der bisherigen Angestelltentätigkeit fehlte nämlich oftmals die Auseinandersetzung mit Wettbewerbsunternehmen. Vielleicht umgehen deshalb zahlreiche angehende Unternehmer dieses Thema.

Der Wettbewerber ist aufgrund seiner gefestigten Marktstellung häufig in der Lage, Ihnen Probleme zu bereiten. Machen Sie sich deshalb mit der Wettbewerbssituation vertraut. Gehen Sie in Ihrer Projektdarstellung darauf ein. Beschreiben Sie Ihre Konkurrenten.

Aber bitte: Führen Sie keine Kollegenschelte durch. Sie ist leider häufiger in Exposés nachzulesen. Nach allen Erfahrungen dürften auch Existenzgründer nur mit Wasser kochen. In diesem Zusammenhang könnten Spitzen z. B. von Geldinstituten, Bewilligungsstellen öffentlicher Fördermittel auch negativ für den Jungunternehmer ausgelegt werden. Eine sachliche Beschreibung der Mitbewerber ist von einem Händler mit örtlichem Kundeneinzugsgebiet ebenso durchzuführen wie von einem Pionierunternehmen, das auf innovative Leistungen und auf einen Leistungsvorsprung baut.

Mit Hilfe folgender Stichworte sollten Sie Ihre Mitbewerber untersuchen und beschreiben:

- Anzahl, Bezeichnung und Standort der Konkurrenten
- Die Marktstellung der Wettbewerber (Konzerneinbindung, Kette, Einzelkämpfer)
- Die finanzielle Leistungskraft
- Angebotspalette, Qualität, Zielgruppe
- Mögliche Reaktionen (Werbung, Sortimentsveränderung, Preisgestaltung)
- Einflussnahme auf Lieferanten, Verwaltung, Politik (Lobby)
- Auftreten gegenüber Abnehmern, Lieferanten, Personal

Für Gründer, die über geringe oder keine Branchenkenntnisse verfügen, ist es schwierig, Informationen zu erhalten. Hilfreich können sein:

- Veröffentlichungen in der Presse (Wirtschafts- und Fachzeitschriften, Verbandsnachrichten)
- Branchenverzeichnisse (auch Gelbe Seiten)
- eigene Recherchen: Messebesuche, Testkäufe, Betriebsbesichtigungen, Gespräche mit Lieferanten, Kunden, Analyse der Produktpalette, Auswerten der Kataloge, Lieferungs- und Zahlungsbedingungen etc.

Kunden sind nicht unbedingt treu. Auch sie beobachten die anbietenden Unternehmen und kaufen heute hier und morgen dort, je nach Vorteil oder Laune.

Die im Markt vorhandenen Unternehmen dürften ihre gewonnene Stellung nur widerwillig aufgeben. Die Wettbewerber werden vermutlich mit Mitteln der Marktwirtschaft versuchen, Ihren Marktzugang zu erschweren und Ihre Marktfestigung einzuschränken.

Gegebenenfalls kann aber auch Konkurrenz Ihr Geschäft beleben. Dies müssen Sie jedoch Ihren Kunden verdeutlichen. Unter Umständen tragen Sie in Gemeinschaft mit anderen branchengleichen Unternehmen dazu bei, dass durch die Vielfalt des Sortiments- und Leistungsangebots Ihre Stadt, Ihr Stadtteil attraktiver wird. Auch die Agglomeration von Ingenieurbüros in einem Ortsteil oder in einem Büro- und Geschäftszentrum kann eine

Anziehungskraft auf die dortigen Büros ausüben.

Durch Kooperation gerade in handwerksnahen Dienstleistungsbereichen können verschiedene Gewerbe zusammenarbeiten und dem Kunden einen größeren Gesamtnutzen bieten. Sie können sich auf Ihre eigenen Stärken konzentrieren und von den Stärken der Partner profitieren. So können Sie in Ihrem Bereich alles aus einer Hand anbieten.

Wettbewerbssituation in neuen Märkten

Pionierunternehmer mit innovativen Ideen, oftmals im Hightech-Markt, nehmen häufig eine Monopolstellung ein, die durch die Vermarktung des neuen Produktes erworben wird. Sobald andere Unternehmen (Großunternehmen oder wissenschaftliche Kollegen) das Produkt imitieren, wird die Monopolstellung abgebaut.

Soweit der Markt nicht groß genug ist, müsste der erworbene Leistungsvorsprung solange vorhalten, bis durch erwirtschaftete Pioniergewinne neue Produkte marktreif vorgestellt werden können.

Auf der einen Seite verfügen Großunternehmen über ein hohes Forschungs- und Entwicklungspotential, über eine hohe Finanzkraft sowie über patentrechtliche und juristische Experten, auf der anderen Seite unterliegen sie häufig langwierigen Entscheidungsprozessen wegen der dort vorhandenen Hierarchiestrukturen.

Innovative Gründer sollten deshalb überlegen:

- aus welcher Ecke Nachahmer kommen könnten,
- ob die Finanzkraft hoch genug ist,
- ob zeitliche Wettbewerbsvorteile eine ausreichend hohe Rendite ermöglichen.

5.5 Der Standort – Wo gründen Sie Ihr Unternehmen? Wo befindet sich ihr Absatzgebiet?

Den Standortfaktoren kommt in der Industrie, im Handel, Handwerk oder in Dienstleistungsbetrieben unterschiedliche Bedeutung zu. Je nach Wirtschaftszweig besitzen Sie eine höhere oder geringere Gewichtung.

Die Anforderungen an den Standort sind auch von Gründung zu Gründung individuell zu sehen.

Die Wahl des betrieblichen Standortes hat einen hohen Stellenwert, da sich dadurch ein Unternehmen im Regelfall längerfristig bindet. Eine Entscheidung für den ungünstigen Standort ist insbesondere bei anlageintensiven Betrieben nur schwer korrigierbar. Auch bei kleineren Unternehmen (Handelsgeschäfte, Lohnbetriebe etc.) kann der falsche Standort die Ursache für das Scheitern einer hoffnungsvollen Gründung sein. Deshalb sollten Sie in einem Anforderungsprofil Ihre Standortfaktoren festlegen, bevor die Suche nach der geeigneten Niederlassung beginnt. Ein Unternehmen des produzierenden Gewerbes sucht mehr die Nähe zu Rohstoffen und Lieferanten, ein Einzelhandelsgeschäft dagegen mehr die direkte Nähe zu Kunden. Für einen Handwerksbetrieb können die Werkstattbedingungen und die Nähe zum Endverbraucher entscheidend sein. Neben diesen betriebswirtschaftlichen Überlegungen berücksichtigt der Unternehmer auch staatliche Rahmenbedingungen.

Bei Neugründungen ist auch zu beobachten, dass der Standort oftmals durch den Wohnort des Existenzgründers bestimmt wird. Das ererbte Haus, das günstig anzumietende Ladenlokal in der Nachbarschaft, die neue Einkaufspassage im Stadtteil des Jungunternehmers oder auch die eigene Wohnung des Freiberuflers spielen häufig die entscheidende Rolle. Ob die Entscheidung für oder gegen die einmalige Gelegenheit ausfällt, sollte zudem von alternativen Standortüberlegungen und tiefergehenden Untersuchungen abhängig sein. Der Entschluss für den Wohnort des Existenzgründers als künftiger Geschäftsstandort ist nicht in jedem Fall mit Nachteilen verbunden. Kennt der Jungunternehmer wegen seines persönlichen Bekanntheitsgrades bereits zahlreiche Kunden und bestehen eingefahrene Kontakte zu einer Bank oder zu den Behörden, ist dies sicherlich positiv zu werten. Diese Kontakte müssen an einem neuen Standort erst aufgebaut werden.

Vor der Entscheidung für Ihren Standort sollten Sie jedoch prüfen, ob folgende Einflussfaktoren wirklich günstig oder erfolgshemmend sind:

Einflussfaktoren der Beschaffungsmärkte

- Grundstück, Gebäude (Höhe des Kaufpreises oder der Miete, bauliche Substanz, Erweiterungsmöglichkeiten)
- Markt für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe bzw. Handelsware (Lieferantennähe)
- Arbeitsmarkt (Mitarbeiterpotential, Eignungs- und Ausbildungsstand, Entgelt-niveau)

- Kapitalmarkt (Zinsniveau u. a.)
- Energiemarkt etc. (Versorgung, Entsorgung)
- Verkehrsanbindung (Straße/Flughafen/Bahn) und Transportkosten

Einflussgrößen der Absatzmärkte

- Absatzpotential (Einzugsgebiet, Abnehmerstruktur, Bevölkerungsdichte, Bedarf, Kaufkraft, Wettbewerber)
- Absatztransport, Infrastruktur (Kosten und Zeit)
- Absatzkontakte (Verbindungen zu Absatzmittlern)

Einflussgrößen staatlicher Rahmenbedingungen

- Abgaben (Steuern, Gebühren, Beiträge, Zölle)
- Auflagen und Beschränkungen (Gewerbeaufsichtsvorschriften, Umweltschutzvorschriften)
- Staatliche Förderung, Subventionen (Zuschüsse, Zulagen, zinsgünstige Kredite)
- Rechts- und Wirtschaftsordnung (Ausgestaltung der Unternehmensverfassung, Eigentümerrechte, Mitbestimmung)
- Umweltbedingungen (Qualität und Verfügbarkeit des Wassers, Klima etc.)

Private Überlegungen

Bei der Gleichwertigkeit verschiedener Standorte können – wie bereits genannt – auch private Überlegungen entscheidungsrelevant sein: persönlicher Bekanntheitsgrad, Ausbildungsstätten für die Kinder, Kultur- und Sporteinrichtungen, familiäre Bindungen, Wohneigentum etc.

Die Entscheidung für den richtigen Standort ist jedoch nicht nur nach betriebswirtschaftlichen Überlegungen umzusetzen. Auch baurechtliche Fragen und kommunalpolitische Willensbildungsprozesse sind von Bedeutung.

Staatliche Vorschriften

Im Interesse der Allgemeinheit sind bei der Wahl des Standortes bestimmte Regeln einzuhalten. Eine wichtige Bestimmung ist die

Baunutzungsverordnung. In ihr werden verschiedene Bebauungsgebiete definiert.

- Kleinsiedlungsgebiete
- verschiedene Arten von Wohngebieten
- Dorfgebiete
- Mischgebiete
- Kerngebiete
- aber auch Gewerbegebiete, Industriegebiete und
- Sondergebiete

In Kleinsiedlungsgebieten und Wohngebieten sind nur nicht störende und der Versorgung des Gebietes dienende Betriebe zulässig. Dazu zählen Läden, die der gebietlichen Versorgung dienen, Bäckereien, Fleischereien, Friseurbetriebe, Schank- und Speisewirtschaften etc.

In Misch- und Kerngebieten dürfen auch Geschäfts- und Bürobetriebe, Tankstellen etc. angesiedelt werden.

Gewerbegebiete dienen dagegen vorwiegend der Unterbringung von nicht erheblich belästigenden Gewerbebetrieben.

Industriegebiete dienen ausschließlich der Unterbringung von Gewerbebetrieben aller Art, vor allem solchen, die in anderen Baugebieten unzulässig sind.

Für Sondergebiete wird festgelegt, wie diese genutzt werden können: Sie können der Erholung, der Unterbringung von Messen, Ausstellungen oder auch der Unterbringung großflächiger Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 700 qm etc. dienen.

Informieren Sie sich bei der für den geplanten Unternehmenssitz zuständigen Gemeinde- oder Stadtverwaltung, ob Ihr Unternehmen in dem ausgewählten Gebiet errichtet und geführt werden darf. Ob vorher, vielleicht auch in denselben Geschäftsräumen, ein Unternehmen gleicher Art vorhanden war, ist nicht unbedingt entscheidend. Unter Umständen genoss dieser Betrieb "Bestandsschutz" oder musste wegen der nicht vorhandenen Genehmigung den Standort verlassen. Wenn am geplanten Standort vorher ein anderes Gewerbe tätig war, müssen Sie beim Bauordnungsamt – durch einen Nutzungsänderungsantrag – klären, ob Sie Ihr Gewerbe dort ausüben können. Das Einverständnis des Vermieters reicht nicht.

Auch das Bundesimmissionsschutzgesetz mit seinen zahlreichen Durchführungsverordnungen hat einen wesentlichen Einfluss auf die Standortwahl. Durch dieses Gesetz sollen Menschen, Tiere, Pflanzen und Sachen vor schädlichen Umwelteinwirkungen geschützt

werden. Dieses Gesetz unterscheidet zwischen genehmigungsbedürftigen und nicht genehmigungsbedürftigen Anlagen. Die gesetzlichen Bestimmungen haben für das produzierende Gewerbe weitaus größere Bedeutung als für den Handel. Das Risiko eines evtl. Verbotes ist in der Industrie sicherlich größer, weil es sich um kapitalintensive Anlagen handelt. Um eine Gewerbeuntersagung des Betriebes am gewählten Standort zu vermeiden, sollten Sie rechtzeitig Erkundigungen beim Staatlichen Amt für Arbeitsschutz, Viktoriastr. 52, 41061 Mönchengladbach, einholen.

Standortfaktoren

Auch für den Einzelhandel und für Handwerksbetriebe gilt, wenn die Wahl für einen konkreten Standort sowie eine bestimmte Lage gefallen und das Geschäft eröffnet ist, dass eine Veränderung oftmals gar nicht oder mittelfristig nur unter Inkaufnahme hoher Aufwendungen durchgeführt werden kann. Bei der Standortüberlegung für den Einzelhandel kommen vor allem folgende Standortfaktoren – auch Standortorientierungen genannt – in Betracht:

- Absatzorientierung nach Abnehmer und Konkurrenz
- Verkehrsorientierung
- Raumorientierung

Absatzorientierung

Die Orientierung nach Absatzgesichtspunkten ist für den Einzelhandel und für endverbrauchende Handwerksbetriebe vorrangig. Geschäfte, die Güter des täglichen Bedarfs anbieten, benötigen im Regelfall eine Alleinstellung. Bei derartigen Gütern (Lebensmittelstandardsortiment, frische Lebensmittel, Zeitungen und Tabakwaren u. a.) dürfte ein Konkurrenzunternehmen weitgehend störend wirken, da es keine zusätzliche Kaufkraft bindet. Etwas anderes ist es, wenn etwa aufgrund von Produkt- und Sortimentsspezialisierung unterschiedliche Kundengruppen angesprochen werden können. Der verfügbare Umsatz des Kundeneinzugsgebietes verteilt sich auf alle Wettbewerber. Damit werden die einzelnen Stücke des Kuchens kleiner. Hier erstreckt sich die Standortsuche nach dem Prinzip hin zum Kunden, oftmals auf Stadtteile und Wohnsiedlungen.

Einzelhandelsgeschäfte, die Güter geringer Einkaufshäufigkeit (Güter des aperiodischen Bedarfes) führen, suchen dagegen die Nähe der Mitwettbewerber und zentrale Geschäftslagen. Denn bei dieser Ware gilt, dass der

Kunde beim Kauf z. B. von Bekleidung, Kraftfahrzeugen, Möbeln, Schmuck, Schuhen eine Auswahlmöglichkeit und den Vergleich zwischen verschiedenen Anbietern wünscht, bevor er sich zum Kauf entscheidet. In den zentralen Einkaufslagen der Innenstädte ist festzustellen, dass mehrere gleichartige Geschäfte die Kundenattraktionswirkung verstärken. Auf diese Lagen trifft das Sprichwort Wettbewerb belebt das Geschäft zu.

Wenn mehrere Unternehmen derselben Branche in einer Straße anzutreffen sind, nennt man dies Agglomeration. Sie kann, wie in den Innenstädten oftmals üblich, natürlich wachsen oder durch systematische Planung – wie in künstlichen Einkaufszentren – methodisch entstehen.

Für die Lageentscheidung sollten Sie auch die Bedeutung der Passantenfrequenz richtig einschätzen. Große Vorteile für eine Lage besitzen Kundenmagnete: Kaufhäuser, gastronomische Betriebe, öffentliche Verwaltungen, Ärztehäuser oder Haltestellen des öffentlichen Nahverkehrs u. a.

Einzelhändler und endverbrauchernahe Handwerksbetriebe beurteilen die Geschäftslage nach der Passantenfrequenz und Attraktivität der Straße. Eine von mehreren Klassifizierungsmöglichkeiten in der Praxis ist:

- Erstklassige Einkaufslage in der Innenstadt z. B. Haupteinkaufsstraße; Hauptverkehrslage von Groß- und Mittelstädten
- Zweitklassige Einkaufslage in der Innenstadt z. B. Seitenstraße der Hauptgeschäftsstraße mit Geschäften; mittlere Verkehrslage in Groß- und Mittelstädten
- Erstklassige Geschäftslage im Zentrum von Stadtteilen/Vororten z. B. Hauptverkehrslage in Stadtteilen von Großstädten
- Beste Geschäftslage im Zentrum von Kleinstädten (unter 20.000 Einwohner) z. B. Ortszentrum, Hauptdurchgangsstraße mit vielen Ladenlokalen
- Zweitklassige Lage im Innenbereich von Kleinstädten z. B. Verkehrsstraßen mit vereinzelt Geschäften

Generell gilt für den Einzelhandel und für Handwerksbetriebe, je spezialisierter das Angebot ist, umso mehr Einwohner sollten in der Standortgemeinde wohnen. Zoofachgeschäfte, Buchhandlungen, Feinkostgeschäfte etc. benötigen Brancheninsidern zufolge mehr als 10.000 Personen im Kundeneinzugsgebiet.

Gute Geschäftslagen sind im Regelfall nur durch die Zahlung eines höheren Mietpreises anzumieten.

Deshalb eröffnen Existenzgründer oftmals in Nebenlagen ein Geschäft.

In der Praxis gilt, dass die eingesparte Miete nahezu für Werbemaßnahmen ausgegeben werden muss.

Verkehrsorientierung

Einzelhandelsunternehmen und Handwerksgeschäfte können größtenteils nur unter Beachtung des Prinzips der Verkehrsorientierung zufriedenstellende Umsätze und Gewinne erzielen. Dies gilt für Geschäfte in Stadtteilzentren und Innenstädten ebenso wie für Unternehmen in Stadtrandlagen oder auf der grünen Wiese. Eine Verkaufsstelle sollte eine problemlose Anbindung an den Individualverkehr und den öffentlichen Personennahverkehr besitzen. Während in den Großstädten aufgrund der Städtebauplanung das Parken vor dem Ladenlokal nur in den seltensten Fällen möglich ist und deshalb vom Kunden nicht unbedingt verlangt wird, ist in den Kleinstädten und Einkaufszentren die Parkplatzfrage für Käufer oftmals ein Hauptfaktor.

Raumorientierung

Nach langem Suchen kommen häufig mehrere Betriebsstätten in die engere Wahl. Die Eignung der Räumlichkeiten können Sie nach folgenden Gesichtspunkten überprüfen:

- Bauzustand des Gebäudes und äußeres Erscheinungsbild der Fassade
- Attraktivität des Einganges für Kunden
- Eignung des Lieferanteneinganges und der Laderampe
- Aufteilung und Übersichtlichkeit der Verkaufs-, Lager-, Werkstatt-, Sozialräume und des Verwaltungstraktes sowie der betrieblichen Transportwege
- Zustand der Installationen (Elektrik, Wasser, Abwasser, Heizung)
- Angemessenheit der Miete nach der Geschäftslage und dem baulichen Zustand
- Vertragsgestaltung (Mietdauer, Option, Untervermietung, Außenwerbung)
- Parkmöglichkeiten für Kunden und Mitarbeiter

- Behördliche Auflagen
- entsprechen die Räumlichkeiten der Arbeitsstättenverordnung (Raumabmessung, Raumhöhe, Temperatur, Lüftung, Beleuchtung, Schallpegel etc.)
- eventuell Antrag auf Nutzungsänderung
- Bestandsschutz

Unter Umständen ist es erforderlich, den Miet-/Pachtvertrag von Ihrem Anwalt prüfen zu lassen, z. B. dann, wenn Sie eine Ausschlussklausel für Wettbewerbsunternehmen im selben Gebäude bzw. in der Ladenpassage durchsetzen wollen.

5.6 Absatzmaßnahmen

Wie möchten Sie Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung bekannt machen?

Was nützt das beste Produkt, die beste Dienstleistung, das leistungsfähigste Geschäft, wenn es keiner kennt.

Erst wenn bei einer ausreichend hohen Anzahl potentieller Kunden das neue Produkt, die neue Dienstleistung bekannt ist, bestehen konkrete Erfolgsaussichten. Deshalb versuchen Unternehmen mittels absatzwirksamer Maßnahmen, dass sich aus möglichen Kunden effektive Käufer entwickeln. Dabei ist das Ziel im Auge zu behalten; d. h. sämtliche Maßnahmen sind auf die Marktwirkung auszurichten. Ein Unternehmen bewährt sich zweifellos am Markt. Folglich sollten Sie nicht nur auf die gegebenen Marktverhältnisse reagieren sondern agieren.

Dies verwirklichen Sie durch ein effektives Marketing. Marketing bedeutet mehr als Werbung. Marketing stellt planmäßiges Suchen und frühzeitiges Aufspüren der möglichen Marktchancen dar. Auf einen einfachen Nenner gebracht: Marketing stellt die Verbindung zwischen Angebot und Nachfrage her.

Maßnahmen zur Erreichung des Zieles

Einige Einflussmöglichkeiten sind in dieser Broschüre bereits beschrieben.

- Ihr Produkt bzw. Leistungsprogramm ist entwickelt. Dabei sind Sie nach dem Motto anders als andere vorgegangen.
- Ihr Angebot ist zukunftsorientiert ausgerichtet. Das Augenmerk haben Sie nicht nur auf den Verkauf von Ware, sondern auch auf Lösungen für die Probleme Ihrer Kunden gerichtet (Serviceleistung).

- Als künftiger Unternehmer wissen Sie: Entscheidend für den Erfolg ist nicht der Umsatz, sondern vielmehr der Rohertrag und schließlich der Gewinn.

Absatzsysteme

Nun ist es an der Zeit,

- Absatzwege
- Absatzorgane
- Absatzmethoden und die
- Absatzkampagnen

festzulegen.

Absatzwege können direkt mittels betriebseigener Absatzorgane und indirekt durch betriebsfremde Absatzvermittler beschriftet werden.

Absatzorgane (gemeint sind betriebseigene) legen Sie in betriebsinternen Strategien fest. Diese sind alternativ oder kombinatorisch möglich. In kleinen und mittleren Unternehmen, insbesondere bei neugegründeten Unternehmen, trägt die Geschäftsleitung, also der Existenzgründer, die Hauptlast der Kundenakquisition.

Der Aufbau einer hauseigenen Verkaufsabteilung lohnt sich (für den Produzenten bzw. Großhändler) erst dann, wenn in einem weitreichenden Absatzgebiet unterschiedliche Warengruppen angeboten werden bzw. wenn zahlreiche Kundenkontakte gesucht und gepflegt werden müssen. Dieser Kontakt kann im Unternehmen des Kunden, im eigenen Unternehmen oder an einem dritten Ort (auf Messen) arrangiert werden.

In einigen Branchen besitzt der Außendienst eine starke Bedeutung. In zunehmendem Maße wird jedoch aus Kostengründen auf ihn verzichtet. Telefon, Telefax und ähnliche Medien ersetzen oft den persönlichen Kontakt. Erforderlich ist der Einsatz von Außendienstlern in Wirtschaftszweigen mit stark erklärungsbedürftigen Waren. Während bei einfachen Massengütern kaufmännische Mitarbeiter die Kundenakquisition durchführen, ist bei erklärungsbedürftigen Gütern oftmals eine technische Vorbildung erforderlich. Für hochkomplexe Güter, innovative Produkte und Dienstleistungen etc. ist vielfach eine ingenieurwissenschaftliche Ausbildung unerlässlich. Dort werden Verkaufingenieure eingesetzt. Aber auch Verkaufsteams, bestehend aus Kaufleuten und Ingenieuren, sind in der Praxis anzutreffen.

Bei der Auswahl der **Absatzmethoden** kommen in Betracht

- stationäre Betriebe:
Die Kunden kaufen beim Betrieb: Kundenbedienung, Selbstbedienung, Werkstattbetreuung.

- mobile Betriebe:
Die Kunden werden von Mitarbeitern des Unternehmens aufgesucht: Heimdienste. z. B. Friseurdienstleistungen, Zustell(groß)handel, Produktvorführungen, Kredit- und Versicherungsberatung.

- Distanzgeschäfte:
Die Kunden erhalten die Ware/Dienstleistung über eine weitere Entfernung: Versandhandel, Streckengeschäft, Ferndiagnosen.

Zum abschließenden Überblick führen wir die in Betracht kommenden Absatzsysteme auf:

- werkeigenes Vertriebssystem: Filialen/Verkaufsniederlassungen
- werkgebundenes Vertriebssystem: rechtlich selbständige Unternehmen, die personell, organisatorisch und wirtschaftlich vom Stammhaus abhängig sind
- rechtlich und wirtschaftlich ausgegliederte Vertriebssysteme: ein Verkäufer ist in der Regel für mehrere gleichartige Hersteller tätig, übernimmt die Vertriebsorganisation, die Werbung und die Preispolitik
- betriebsfremde Organe sind der Handelsvertreter, der Kommissionär, der Handelsmakler
- direkter Absatz: der Unternehmer bietet seine Erzeugnisse/Handelsware direkt an (typisch für den Einzelhandel und für das Handwerk)
- indirekter Absatz: zwischen Produzent und Verbraucher treten Dritthändler (Groß- und Einzelhandel)
- Absatzketten bzw. Handelsketten: sie reichen von der einfachen Kette (Erzeuger-Einzelhändler-Verbraucher) bis zu sehr langen Ketten (Erzeuger-Spezialgroßhändler-Sortimentsgroßhändler-Einzelhändler-Verbraucher). Zwischen den einzelnen Kettengliedern können auch noch selbständige Handelsvertreter oder Importeure zwischengeschaltet werden.
- Franchisesysteme (siehe Kapitel 8 Franchising)
- Regalpfleger (können werkgebunden oder freie Großhändler sein)

- Werkstätten

Absatzkampagnen/Werbemaßnahmen

Die obigen Absatzmaßnahmen haben das Ziel, Kunden zu gewinnen und zu erhalten. Durch Werbemaßnahmen, auch Absatzkampagnen genannt, sollen Umsätze konkret erreicht oder gesteigert werden. Weitere Ziele können die Erhöhung des Bekanntheitsgrades, die Einführung eines neuen Produktes und die Imageverbesserung sein.

Um Ziele erreichen zu können, sind sie klar zu definieren. Sie haben deshalb (Kapitel 9.2 Umsatz- und Rentabilitätsvorschau) den Sollumsatz festgelegt, z. B. im ersten Jahr 150 T€, im zweiten 200 T€ usw. oder den Verkauf von fünf "XY"-Maschinen innerhalb eines Quartals angepeilt. Das Oberziel sollte die Maximierung des Gewinns sein, da auch Umsatzmillionäre Insolvenz anmelden können. Es reicht jedenfalls nicht, wenn Sie sagen, ich möchte viele interessante Kunden gewinnen oder soviel Geld verdienen, dass ich mich in zehn Jahren zur Ruhe setzen kann (Zitat mancher Existenzgründer).

Vermutlich können Sie Käufer durch Eröffnungsangebote anlocken. Ob sie zu Stammkunden werden, ist jedoch fraglich. Auch wird die oft zitierte Mund-zu-Mund-Propaganda von erfolgreichen Unternehmen nur in den seltensten Fällen bestätigt. Was ist also zu unternehmen? Schon im ersten Lehrjahr hört der Auszubildende von seinem Ausbilder und seinem Berufsschullehrer: "Wer nicht wirbt, der stirbt!" Sie müssen also mittels Werbung, Verkaufsförderung und Public Relations Ihr neu gegründetes Unternehmen sowie Ihre Produktpalette bei potentiellen Käufern bekannt machen.

Werben Sie aktiv. Beachten Sie dabei jedoch die Bestimmungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Informationen zum UWG entnehmen Sie bitte dem Kapitel 17.

Vor Ihren Werbemaßnahmen sollten Sie folgende Fragen stellen:

- Was soll erreicht werden?
- Welche Zielgruppe soll angesprochen werden?
- Wie ist sie anzusprechen?
- Wie hoch ist der erforderliche Werbeaufwand (in Geld und Zeit)?

Für welche Werbemaßnahme Sie sich auch entscheiden,

- die Werbung muss zu Ihrer Unternehmensphilosophie passen,
- aber trotzdem die Zielgruppe richtig ansprechen sowie
- das Produkt/die Dienstleistung in den Mittelpunkt stellen.

Ihr Unternehmen ist neu, Ihr Produkt ist neu. Deshalb sind die Gesetze der Einführungswerbung zu beachten. In der Einführungswerbung sind der Name des Produktes und die Vorzüge etc. besonders zu betonen.

Eine Einführungswerbung erstreckt sich über drei bis sechs Monate. Wichtig ist, zu ermitteln, welche finanziellen Mittel zur Zielerreichung erforderlich sind. Sagen Sie nicht (!), laut Statistik sind für Werbung 1,5% des Umsatzes erforderlich. Zum einen ist Ihnen die Höhe des effektiven Umsatzes unbekannt, zum anderen reicht dieser genannte Prozentsatz erfahrungsgemäß nicht für die werbewirksame Aktion eines neugegründeten Unternehmens aus. Ermitteln Sie vielmehr, was eine Anzeige, die Katalogerstellung, der Radiospot, der Messestand etc. kostet. Legen Sie dann fest, wie oft Sie derartige Maßnahmen durchführen.

Dann dürften auch Sie wie etablierte Unternehmen, die ein neues Produkt (!) auf den Markt bringen, feststellen, dass das Werbebudget nicht in einem Prozentsatz, sondern in einer Summe ermittelt wird. Diese Kostenhöhe kann in der Anlaufphase (zwei bis vier Jahre) auch fünf und mehr Prozent des jeweiligen Umsatzes betragen.

Werbung ist durch zahlreiche Werbemittel möglich, nachfolgend sind einige aufgeführt:

- Direktwerbung: Werbebrief (Mailing), Wurfsendungen, Kataloge
- Anzeigen in Tageszeitungen, kostenlos verteilten Anzeigenblättern, Zeitschriften, Fachzeitschriften, Publikationsorganen der Verbände etc.
- Außenwerbung: Bushaltestellen, Bandenwerbung, Litfasssäulen etc., Verkehrswerbung an Bussen und Mietwagen.
- Mund-zu-Mund-Propaganda
- Eintrag in Branchenbüchern/Gelben Seiten etc.

- Internet

Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations

Existenzgründer planen diese Art der Information seltener. Aber nicht nur Großunternehmen, auch neu gegründete Unternehmen sollten Interesse für die Produkte und das Unternehmen wecken und ein Vertrauensverhältnis zwischen ihnen und der Öffentlichkeit schaffen.

Durch Presse-, Rundfunk- und ggf. auch Fernsehberichte sowie Betriebsbesichtigungen (Tag der offenen Tür) soll zum einen die Öffentlichkeit einen Einblick in den Gewerbebetrieb erhalten, zum anderen soll auch Vertrauen in die Leistung aufgebaut werden.

Zeitungen und Zeitschriften sind ständig auf der Suche nach interessanten Themen. Wenn Sie ein besonderes Produkt entwickelt haben bzw. herstellen, kann es sich für Sie lohnen, Ihre Lokalzeitung anzusprechen. Mittels mehrerer Fotos, einer professionellen Presseinformation und der Einladung zu einer Betriebsbesichtigung können Sie bei zahlreichen Journalisten Interesse wecken. Nicht nur die Bewohner Ihres Ortes lesen Lokalzeitung, auch Journalisten größerer Regional- und Landeszeitungen studieren sie, um interessanten Stoff aufzuspüren.

Manch ein Jungunternehmer hat sich auf diesem Weg werbewirksam hochgearbeitet.

Für einen größeren Werbefeldzug ist es empfehlenswert, eine Werbeagentur einzuschalten. Auch in diesem Wirtschaftszweig gibt es engagierte Jungunternehmer, die vielleicht für einen Leidensgenossen preiswerter entwerfen, planen und die Kampagne durchführen, um Referenzen zu erhalten.

5.7 Die Projektbeschreibung

Nachdem Sie sich mit den einzelnen Fragekomplexen des Gründungsprojektes tiefergehend auseinandergesetzt haben, wird es erforderlich, Ihr Projekt zu beschreiben.

Damit konkretisieren Sie Ihre Vorstellungen und mögliche Schwachstellen werden sichtbar.

Sie benötigen diese schriftliche Darstellung auch zur Vorlage bei der Bank für Ihre Kreditanträge.

Doch dazu später. Was sollte eine Existenzgründungsbeschreibung enthalten? In ihr sind alle wesentlichen Bereiche der Gründungsvorhaben, der jeweilige Planungsstand und die Erfolgsaussichten zu beschreiben.

Beispiel einer Gliederung:

Persönliche Angaben

- Name, Anschrift, evtl. auch der Mitgesellschafter
- Arbeitsteilung, besondere Stärken, Teamarbeit
- Vorbildung und Qualifikation
- Gründe für die geplante Selbständigkeit

Der Unternehmensgegenstand (Was)

- Allgemeine Marktdaten
- Produktprogramm/Warenangebot-/Dienstleistungsangebot
- Artikelgruppen
- Preisgestaltung und -strategie etc.
- Alleinstellungsmerkmal

Die Lieferanten (Wer)

- Produzenten, Großhändler, Zuliefererbetriebe
- Markenhersteller, preiswertere alternative Quellen
- ausländische Lieferanten
- Vororder, Messen, Großhandelsverkaufszentren
- Lieferfristen

Die Kundenzielgruppe (Wer)

- private Endverbraucher, Gewerbebetriebe, Zwischenhändler, ausländische Abnehmer, gesellschaftliche Abnehmerschichten, Altersgruppe u. a.

Standort (Wo)

- Einflussfaktoren aus den Beschaffungsmärkten
- Einflussgrößen aus dem Absatzmarkt
- staatliche Rahmenbedingungen

Die Konkurrenz (Wer)

- Anzahl, Leistungspalette, nähere Bezeichnung etc.

Absatzgebiet/Kundeneinzugsgebiet (Wo)

- örtlich, überörtlich, regional, überregional, bundesweit, Absatzabnehmer in den benachbarten Staaten, europaweit etc.

Lagebeschreibung (Wo)

- insbesondere beim Einzelhandel, endverbrauchernahen Handwerk: Branchenmix, Kundenfrequenz, Lagebeurteilung

Räumlichkeiten (Wo)

- Bausubstanz der Gebäude, Besonderheiten des Miet-/Pachtvertrages, Ausstattung der Räumlichkeiten

Absatzmaßnahmen (Stichwort "WIE")

- Vertriebsplanung und -wege
- Werbemaßnahmen

Rechtsform

Unternehmensname/Geschäftsbezeichnung, Handelsregistereintrag

Maßnahmenkatalog

- für die Zeit bis zur Eröffnung
- für die etwa folgenden drei bis fünf Jahre

6. Technologieorientierte Unternehmensgründungen

Für Existenzgründer, die sich mit der Entwicklung eines technologisch neuartigen Produktes oder Fertigungsverfahrens selbständig machen wollen, bestehen ganz besondere Startschwierigkeiten.

Typische Merkmale einer innovativen Unternehmensgründung sind:

- längerer Entwicklungszeitraum (meist zwei bis drei Jahre) für das neuartige Produkt oder Verfahren,
- dadurch bedingt kaum Umsatzerlöse in der Anfangsphase,
- sehr hoher Kapitalbedarf (über 500 T€),
- hohes technisches und wirtschaftliches Risiko,
- demgegenüber bei erfolgreicher Produktentwicklung aber auch besondere Erfolgchancen.

Da der hohe Kapitalbedarf und das zunächst schwer einzuschätzende Risiko viele potentielle Unternehmensgründer von der Verwirklichung ihrer innovativen Ideen abhalten, sind für derartige Gründungsprojekte besondere Förderinstrumente geschaffen worden.

Neben attraktiven Zuschussprogrammen und Innovationskreditprogrammen sind auch die für technologieorientierte Unternehmensgründungen eigens errichteten Technologiezentren zu nennen. Im Kammerbezirk Mittlerer Niederrhein

existieren in Kempen und in Korschbroich/Glehn entsprechende Einrichtungen.

Die Vorbereitung und Planung einer innovativen Unternehmensgründung erfordert meist einen deutlich höheren Zeit- und Arbeitsaufwand gegenüber normalen Existenzgründungen. Neben den Finanzplänen, die einen Planungszeitraum von bis zu fünf Jahren umfassen sollten, sind vor allem bei der Projektbeschreibung eine Vielzahl zusätzlicher Aspekte zu beachten.

Zu folgenden Punkten sollte bei der Erstellung eines innovativen Unternehmenskonzeptes möglichst eingegangen werden:

Das innovative Produkt/Verfahren

- Stand der Technik
- Konstruktions- und Verfahrensmerkmale, konkurrierende Produkte oder Verfahren, Eigenschaften und Funktionen
- Stand im Ausland, in Deutschland
- Ziel des Projektes
- Aufgaben- und Problembeschreibung
- Auslösungsgründe
- Dringlichkeit
- bisherige Vorarbeiten
- noch durchzuführende Arbeiten
- technisches Risiko
- Unterschiede zu bestehenden Technologien, neue und veränderte Eigenschaften und Funktionen
- neue Verwendungsbereiche bzw. Anwendungen
- Schutzrechtsituation
- geplante Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten (eigenständig, in Kooperation, Aufträge an Externe)
- Zeitplan für die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten
- Zusammenarbeit mit den Forschungseinrichtungen der Region
- geplantes Angebotsprogramm Produkt-/Dienstleistungsangebot im Überblick
- in einer späteren Phase geplante Erweiterungen des Angebotsprogramms

Gesamtwirtschaftlicher Nutzen

- Schaffung von neuen Dauerarbeitsplätzen
- Sicherung von Dauerarbeitsplätzen
- Verbesserung der Arbeitsbedingungen
- Einsparung von Energie
- Einsparung von Rohstoffen
- sonstige Kosteneinsparungen
- Verbesserung der Marktchancen
- Umweltschutz
- Qualitätssteigerung
- Zusammenfassung von Fertigungsstufen

- Anwendungsmöglichkeiten und Vorteile für potentielle Abnehmer der innovativen Leistungen

Die verschiedenen Beratungsstellen bieten bei der Betreuung innovativer Gründungsprojekte, so auch bei der Konzepterstellung, besondere Hilfestellungen durch die Gründungsberater der Abteilung Technologie und Innovation. Hierzu zählt auch ein umfangreiches Seminar- und Weiterbildungsprogramm für in Gründung befindliche und bestehende Technologieunternehmen.

7. Geschäftsübernahme

7.1 Geschäftsübernahme – betriebswirtschaftliche Aspekte

Um eine selbständige Existenz zu gründen, muss nicht immer ein völlig neues Unternehmen errichtet werden. Auch durch

- den Erwerb eines bestehenden Unternehmens oder
- eine tätige Beteiligung

können Sie sich selbständig machen. Diese Möglichkeiten dürften den Schritt in die Selbständigkeit erleichtern, denn Geschäftsbeziehungen sind schon vorhanden. Die Übernahme eines Unternehmens bietet sich dann an, wenn ein Unternehmer über keinen Nachfolger verfügt. Derartige Unternehmen werden auch in der Gründerregion angeboten.

Prüfung des Unternehmens

Wenn ein Unternehmen keinen Gewinn erwirtschaftet und/oder hohe Schulden hat, kann die Übernahme eines bestehenden Geschäftes auch gefährlich sein. Darum müssen zur Übernahme angebotene Unternehmen unter die Lupe genommen werden. Prüfen Sie z. B.

- die allgemeine bisherige Unternehmensentwicklung (Firmenhistorie)
- das Produkt/den Unternehmensgegenstand: Qualitätsanforderungen, Preis, Wettbewerbsfähigkeit
- künftige Unternehmensentwicklungen: Sortimentsveränderungen, Patente/Lizenzen, laufende Forschung
- wie Lieferanten, Kunden und Wettbewerber auf den Wechsel reagieren könnten
- Abhängigkeiten von Großkunden und/oder Hauptlieferanten
- die Entwicklung des Umsatzes, des Rohertrages bzw. des Deckungsbeitrages, der Kosten und des Gewinnes in den vergangenen fünf (mindestens drei) Jahren

- die Gewinnerwartung aufgrund der geänderten Geschäftspolitik oder der u.U. höheren Kosten (Neuentwicklungen, neue Investitionen etc.)
- welche Vermögenspositionen (Anzahl, Alter, Zustand etc.) zu übernehmen und wie sie zu bewerten sind
- welche zusätzlichen Investitionen bzw. Ersatzbeschaffungen erforderlich werden (auch Modernisierung)
- welches Personal (Anzahl, Positionen, Qualifikationen u. a.) vorhanden ist, ob es "treu bleibt" oder z. B. zum Wettbewerber abwandern könnte
- sämtliche relevanten Verträge

Bewertung des Unternehmens

Für die Ermittlung des Unternehmenswertes gibt es die unterschiedlichsten Methoden, welche die Berücksichtigung

- des Ertragswertes (Bewertung des künftigen Gewinnes bzw. des eingesetzten Eigenkapitals) bzw.
- des Substanzwertes (Wert des Anlagevermögens und des Warenbestandes) oder Mischformen beinhalten.

Inzwischen wird in der Praxis und auch bei den öffentlichen Kreditprogrammen zur Beurteilung der Angemessenheit des Übernahmeprices vornehmlich die Ertragswertmethode herangezogen.

In der Praxis gilt jedoch:

Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis.

Häufig sind Unternehmer, die ihren kleinen oder mittleren Betrieb verkaufen möchten, der Meinung, Gebäude sowie das Unternehmen garantieren eine Altersversorgung. Damit bringen die Verkäufer in die Verhandlungen Vorstellungen hinein, die oftmals überhöht sind. Als Existenzgründer können Sie es sich jedoch im Regelfall nicht leisten, zuviel für ein Unternehmen zu zahlen.

Ertragswertverfahren

Für den Jungunternehmer steht die tragfähige wirtschaftliche Existenz im Vordergrund. Deshalb sollte an erster Stelle der künftige Ertragswert eines Unternehmens ermittelt werden. Er wird in der Literatur jedoch unterschiedlich definiert. Nach zurzeit herrschender Auffassung beruht diese Methode auf eine Kapitalisierung künftiger Gewinne. Hierbei ist jedoch nicht der in einer (voraussichtlichen) Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesene Gewinn maßgebend, sondern

der um außerordentliche Faktoren und den kalkulatorischen Unternehmerlohn bereinigte Gewinn zu ermitteln.

So sind zum einen die künftigen jährlichen Unternehmensgewinne zu veranschlagen und zum anderen das Geschäftsrisiko zu schätzen. Der Risikofaktor wird ermittelt, indem das zu übernehmende Unternehmen mit dem Risiko anderer Investitionstypen verglichen wird. Ist z. B. eine Branche stabil, könnte das Risiko etwa mit Bundesanleihen verglichen werden. Dazu wird häufig in Fachkreisen ein Risikozuschlag angesetzt. Denn je höher ein Risiko, umso niedriger der Kaufpreis. Anders formuliert: Der Ertragswert ist umso höher, je niedriger der Abzinsungsfaktor ist. Gehen Sie in mehreren Schritten vor.

1. Schritt

Ermittlung des durchschnittlichen und gewichteten Gewinnes der vergangenen Jahre (hier: drei Jahre, das letzte Jahr mit der höchsten Gewichtung)

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Jahr: } & 30 \text{ T€} \times 1 = & 30 \text{ T€} \\
 2. \text{ Jahr: } & 60 \text{ T€} \times 2 = & 120 \text{ T€} \\
 3. \text{ Jahr: } & 50 \text{ T€} \times 3 = & 150 \text{ T€} \\
 & & \hline
 & & 300 \text{ T€} : 6 = 50 \text{ T€}
 \end{aligned}$$

	50 T€	durchschnittlicher und gewichteter Gewinn	
./.	30 T€	kalkulatorischer Unternehmerlohn (nur bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften)	
./.	10 T€	Eigenkapitalverzinsung und Risikoprämie	
=	10 T€	Übergewinn	

2. Schritt

	Angenommene Rendite für eine Bundesanleihe	4%	
+	Risikozuschlag	11%	
=		15%	

3. Schritt

Der durchschnittliche Gewinn von 10 T€ p. a. wird abgezinst mit 15%

$$\frac{10 \text{ T€} \times 100}{15} = 71 \text{ T€}$$

Im obigen Beispiel wäre ein Übernahmeprice nach der **Kapitalisierungsmethode** des Ertragswertverfahrens in Höhe von 71 T€ angemessen.

Bei kleineren Unternehmen, so z. B. im Einzelhandel, wird der Übergewinn häufig mit

einem Rechenfaktor multipliziert. Je nach Ruf, Standort, eingeführtem Geschäftsnamen, bewährtem und verbleibendem Mitarbeiterstamm werden Sätze zwischen dem drei- und achtfachen angesetzt. Aus Einzelhandelskreisen war zu erfahren, dass die Leistung des Vorgängers häufig nach drei bis vier Jahren aufgebraucht ist. Bei derartigen Unternehmen wäre der Übergewinn mit dem Faktor drei bzw. vier zu multiplizieren. Nach der Übergewinnrechnung des Ertragswertverfahrens könnte dabei ein Übernahmepreis von $(10 \text{ T€} \times 4 =) 40 \text{ T€}$ angemessen sein.

Substanzwertverfahren

Eine weitere Methode zur Errechnung eines Unternehmenspreises ist die Bewertung der Vermögensbestände (Aktiva). Das Anlagevermögen besteht meistens aus Maschinen, Anlagen, Einrichtungen, dem Lagerbestand etc.

Die Substanzwertberechnung orientiert sich an den Aufwendungen, die erforderlich wären, um ein Unternehmen gleicher Art zu errichten. Es sind also die Wiederbeschaffungskosten für die Vermögensgegenstände anzusetzen. Bekannt ist aber, dass niemand für zwei Unternehmen, die den gleichen Substanzwert haben, aber durch z. B. unterschiedliche Wettbewerbsverhältnisse abweichende Gewinne erzielen, denselben Wert ansetzt.

Beim Vergleich des Ertragswertverfahrens und des Substanzwertverfahrens ist zu berücksichtigen, dass der Verkäufer eines Unternehmens mit negativen Ertragswert wohl kaum bereit sein dürfte, sein Unternehmen unter dem Substanzwert abzugeben.

Abschließend ist allgemein zu sagen, Bewertungsverfahren sind weder richtig noch falsch. Der Unternehmenswert stellt keine feste Größe dar. Auch der häufig vom Verkäufer in Anlehnung an die Wertermittlung des sog. Stuttgarter Verfahrens geforderte Preis bindet die Parteien nicht.

Der hier angesprochene Existenzgründer muss die für ihn wirtschaftlich tragbare Methode finden. Fehleinschätzungen und damit ein zu hoher Übernahmepreis können nämlich die betriebliche und private Existenz bedrohen.

7.2 Geschäftsübernahme rechtliche Aspekte

Die Geschäftsübernahme hat gegenüber der Neugründung in aller Regel den Vorteil geringerer Unsicherheiten und Geschäftsrisiken. Andererseits sind bei ihr Haftungsfragen zu berücksichtigen, wenn der Betriebserwerber kraft Gesetzes neben dem Veräußerer für

Altschulden aufkommen muss. Besonderheiten gelten bei Beteiligung an einem Unternehmen/einer Gesellschaft.

Spielarten der Betriebsübernahme sind:

- Unternehmenskauf
- Pachtvertrag über ein Unternehmen
- Beteiligung an einem Unternehmen

Unternehmenskauf

Der Unternehmenskauf bietet sich an bei dem Erwerb eines Unternehmens "mit allen Aktiva und Passiva", d. h. mit allen Wirtschaftsgütern, Forderungen (laufende Verträge) und Verbindlichkeiten. Er kommt aber ebenso in Betracht bei Erwerb eines Teilbetriebes und von Anteilen an Gesellschaften, wie GmbH, GbR oder KG oder bei Eintritt in eine Einzelfirma (dazu unten mehr).

Damit der Unternehmenskauf wirksam wird, müssen Veräußerer und Erwerber einen Kaufvertrag schließen. Gesetzlich ist hierfür zwar keine Schriftform vorgeschrieben, jedoch empfiehlt sie sich dringend zu Beweis Zwecken und zur Vermeidung von Streitigkeiten. Eine besondere, notarielle Form ist i. d. R. nur bei der Übertragung von Grundstücken und bei dem Erwerb von GmbH-Geschäftsanteilen vorgeschrieben.

Inhalt des Kaufvertrages

Der Kaufvertrag muss eine vollzählige Aufzählung aller Gegenstände enthalten. Geboten ist dazu regelmäßig eine körperliche Bestandsaufnahme (Inventur). Vollzählig aufzuführen sind auch alle am Übertragungstichtag offenen Forderungen und Verbindlichkeiten. Enthalten muss der Kaufvertrag ferner Regelungen etwa zu Patenten, Warenzeichen, sonstigen gewerblichen Schutzrechten und Versicherungen. Ferner sollten Fragen der Gewährleistung/Garantie geregelt werden.

Auch die Mietfrage (bei Ladengeschäften, Büros) muss zunächst mit dem Vermieter geklärt werden. Schließlich ist auch an etwaige Wettbewerbsverbote zu denken, also daran, ob der Verkäufer direkt oder indirekt gleichartige Aktivitäten am Ort oder in der Region neu aufnehmen darf. Verständigen müssen sich die Parteien über die Namensfortführung. Diese ist allerdings nur möglich bei im Handelsregister eingetragenen Firmen.

Wesentlich ist auch die Personalfrage. Sofern der Erwerber Personal nicht mit übernehmen möchte, sollte zuvor der Veräußerer die Angelegenheit regeln. Anderenfalls gehen sämtliche

Arbeitsverhältnisse automatisch mit allen Rechten und Pflichten auf den Erwerber über (§ 613a BGB).

Vom Unternehmenskauf zu unterscheiden ist der Abschluss eines Mietvertrages über die vom Vorinhaber genutzten Geschäftsräume. Hierzu wäre ein Anschlussmietvertrag mit dem Vermieter abzuschließen. Sofern Einrichtungsgegenstände übernommen werden, wären diese gegenüber dem Vorinhaber abzulösen.

Pachtvertrag

Nicht selten wird ein Unternehmen für eine Übergangszeit, vielleicht um den Generationenwechsel vorzubereiten, zunächst nur verpachtet. Im Unterschied zum Kaufvertrag erfolgt keine Übereignung des Unternehmens, insbesondere also nicht des Anlagevermögens, allenfalls des Warenbestandes, sondern der Pächter erhält nur ein Nutzungsrecht.

Typisches Beispiel: Pacht einer eingerichteten Gaststätte. Statt eines Kaufpreises sind deshalb auch nur regelmäßige (monatliche) Pachtzahlungen fällig, allerdings in den verschiedensten Spielarten. Es kommen fixe Beträge, aber auch umsatz- oder gewinnabhängige Zahlungen in Betracht. Auch finden sich häufig Anpassungsklauseln an Lebenshaltungskostenindexe. Der Erfolg und Gewinn aus dem Unternehmen gehört dagegen allein dem Pächter.

Inhalt des Pachtvertrages

In den Pachtvertrag gehört eine genaue Umschreibung von Nutzungsrecht und -dauer, ferner Festlegungen darüber, wer für die Unterhaltung etwa des Gebäudes, der Maschinen oder der Geschäftseinrichtungen aufzukommen hat.

Sofern der Verpächter eine Handelsregisterfirma betreibt (vgl. unten), kann der Pächter den Namen mit Einwilligung des Verpächters unverändert oder mit Nachfolgezusatz (Inhaber ...) weiterführen.

Eintritt in Einzelunternehmensfirma/Erwerb einer Beteiligung

Der Erwerb einer Beteiligung bzw. der Eintritt in ein bestehendes Unternehmen ist nicht selten die Vorstufe für die spätere Gesamtübernahme.

- Bei Eintritt in ein bisher selbständig geführtes Einzelunternehmen wird dies automatisch zu einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR). Hierzu sollte nach Möglichkeit ein schriftlicher Gesellschaftsvertrag abgeschlossen werden. Bei Eintritt in eine im Handelsregister eingetragene

Einzelfirma ändert sich ebenfalls die Rechtsform, und zwar entweder in eine OHG oder KG (vergleiche Kapitel 14 Rechtsformen). Zu einer OHG wird die bisherige Einzelfirma, falls der Eintretende unbeschränkt mit seinem gesamten Privatvermögen haftet; zu einer KG, falls die Haftung auf einen bestimmten Betrag (Kommanditanteil) beschränkt bleiben soll. In beiden Fällen ist die notarielle Anmeldung zum Handelsregister erforderlich. Ansonsten erfolgt der Eintritt in das Einzelunternehmen formlos. Legen Sie aber schriftlich die Konditionen der Übernahme genau fest.

- Hiervon zu unterscheiden ist der Eintritt in eine Personen- bzw. Kapitalgesellschaft, auch Beteiligungserwerb genannt. In der geschäftlichen Praxis von Bedeutung sind der Erwerb einer Beteiligung an einer GbR, einer OHG, einer KG sowie der Erwerb eines GmbH-Geschäftsanteils. Für den Erwerb einer Beteiligung bedarf es der Zustimmung aller Gesellschafter, sofern nicht der Gesellschaftsvertrag etwas anderes vorsieht. Beispielsweise kann er zulassen, dass jeder Gesellschafter frei über seine Geschäftsanteile verfügen, diese also auch frei veräußern kann. Unter diesen Voraussetzungen hätte sich der Existenzgründer nur mit dem jeweiligen Gesellschafter auseinanderzusetzen. Anderenfalls muss die Zustimmung aller Gesellschafter bzw. die im Gesellschaftsvertrag vorgesehenen qualifizierte Mehrheit vorliegen. Ebenso wie beim Eintritt in ein Einzelunternehmen ist es unverzichtbar, den Kaufgegenstand und die Modalitäten schriftlich genau zu fixieren. Der notariellen Beurkundung bedarf im Übrigen nur der Erwerb des GmbH-Geschäftsanteils.

Haftungsrisiken bei Betriebsübernahme/Beteiligung

Bei Eintritt in ein Unternehmen bzw. Erwerb einer Beteiligung können erhebliche Haftungsrisiken, z. B. für Altschulden der Gesellschaft auftreten, die sehr sorgfältig bedacht sein wollen.

- Beim Einzelunternehmen, welches mit dem Neueintritt zu einer BGB-Gesellschaft (GbR) wird, erstreckt sich die Haftung seit einem Urteil des Bundesgerichtshofes (BGH) vom 07.04.2003 auch auf (verdeckte oder offene) Altverbindlichkeiten. Der neue Gesellschafter muss deshalb nicht nur für künftige Verbindlichkeiten gerade stehen.
- Beim Erwerb einer GmbH-Beteiligung trifft den Gesellschafter persönlich zwar keine Haftung, wenn die Stammeinlagen erbracht

worden sind, jedoch bleiben alle Verbindlichkeiten der GmbH selbst bestehen. Gleiches gilt für den Kommanditisten bei der Kommanditgesellschaft, sobald seine Kommanditistenstellung in das Handelsregister eingetragen ist.

- Vorsicht geboten ist bei Erwerb einer im Handelsregister eingetragenen Einzelfirma. Wird die Firma, also der Name des Unternehmens, mit oder ohne Nachfolgezusatz fortgeführt, haftet der neue Inhaber automatisch auch für alle Altschulden. Die Haftung kann nur ausgeschlossen werden durch Bekanntmachung gegenüber den Gläubigern bzw. durch Eintrag ins Handelsregister. Wird dagegen die bestehende Firma nicht fortgeführt, besteht keine Mithaftung, es sei denn, es liegt dafür ein besonderer Verpflichtungsgrund vor, etwa wenn die Übernahme der Verbindlichkeiten vom Erwerber in handelsüblicher Weise bekannt gemacht wurde (Kundenrundschriften unter Ankündigung der Geschäftsübernahme mit allen Aktiva und Passiva).
- Haftungsrisiken ergeben sich auch bei Eintritt in eine Einzelfirma, die dann die Rechtsform einer OHG oder KG annimmt. In diesen Fällen erstreckt sich die Haftung prinzipiell auch auf die Altverbindlichkeiten. Ausnahme: Eine abweichende Vereinbarung wurde im Handelsregister eingetragen oder den Gläubigern mitgeteilt (§ 28 HGB). Bei Eintritt in eine OHG scheidet selbst diese Möglichkeit der Haftungsbeschränkung aus (§ 130 HGB).
- Neben dem Neueintretenden bleibt prinzipiell auch die Haftung des Altinhabers weiterhin bestehen. Sie erlischt allerdings fünf Jahre nach Übergang (sog. Nachhaftungsbegrenzung)
- Unabhängig von den handelsrechtlichen Vorschriften ist auch die steuerliche Seite zu beachten. Für die betrieblichen Steuern (Umsatzsteuer, Gewerbesteuer, betriebliche Grund- und Kfz-Steuer, aber auch Lohnsteuer) haftet der Erwerber kraft Gesetzes unbeschränkt. Voraussetzung ist lediglich, dass die Steuern im Jahr vor der Übereignung entstanden sind und spätestens ein Jahr nach Anmeldung des Betriebes festgesetzt wurden. Keine Mithaftung besteht für Einkommens-, Vermögens-, Erbschafts-, Grunderwerbssteuer und für Zölle.

- Diese Haftung für Steuern kann nicht durch Vertrag mit dem Veräußerer ausgeschlossen werden. Sie beschränkt sich allerdings auf das übernommene Vermögen. Schwierig ist häufig die Feststellung, ob Steuerrückstände bestehen. Das Finanzamt muss sich wegen des Steuergeheimnisses in Schweigen hüllen.

Veranlassen Sie den Veräußerer oder die Firma zu einer Bestätigung des Finanzamtes, dass keine Steuerrückstände bestehen.

Damit die Übernahme und der Eintritt nicht zu einem unkalkulierbaren Risiko werden, ist besondere Sorgfalt auf die genaue Inventarisierung der Schulden und Verbindlichkeiten zu legen. Lassen Sie deshalb durch den Veräußerer eine detaillierte Liste erstellen und verpflichten Sie ihn auf deren Vollständigkeit. Erkundigen Sie sich nach seinen Vermögensverhältnissen. Selbst wenn das Gesetz Ihre Haftung, zum Beispiel im Falle der Firmenfortführung, vorschreibt, können Sie sich zumindest im Innenverhältnis gegenüber dem Veräußerer schadlos halten.

Namenswahl - Recht auf Firmenfortführung

Ein Recht auf Fortführung der bisherigen Firma ist nur den im Handelsregister eingetragenen Firmen gestattet. Der Name ist dabei unverändert fortzuführen. Es bleibt dem Erwerber aber unbenommen, einen das Nachfolgeverhältnis mitteilenden Zusatz beizufügen (Peter Müller Nachf. Franz Schulz). Weist ein Firmenzusatz auf eine Gesellschaft hin (OHG, KG, GmbH oder & Co.), müssen bei Änderung der Rechtsform diese Zusätze abgelegt oder ein klarstellender Hinweis (Inh. Fritz Müller) beigefügt werden. Für die Fortführung benötigen Sie die Zustimmung des Veräußerers.

Ist der Name bisher nicht im Handelsregister eingetragen, kann es zur Rettung des alten Namens zweckmäßig sein, vor Übertragung noch rechtzeitig die Eintragung im Handelsregister zu veranlassen.

Wurde die Eintragung versäumt, darf der neue Inhaber nur unter seinem Vor- und Zunamen ggf. mit einer Geschäftsbezeichnung im Geschäftsverkehr auftreten.

Gewährleistung beim Unternehmenskauf

Die gesetzlichen Regelungen des Bürgerlichen Gesetzbuches sind auch nach der umfassenden Reform zum 1. Januar 2002 nicht auf die komplexen Probleme der Gewährleistung beim Unternehmenskauf zugeschnitten.

Die Haftung des Verkäufers für Sach- und Rechtsmängel am Kaufgegenstand Unternehmen muss vertraglich einwandfrei geregelt werden. Wichtig ist deshalb, dass sich der Erwerber vorab im Rahmen der gebotenen Sorgfalt intensiv über den Zustand des Unternehmens informiert hat.

Der Umfang der möglichen Haftung hängt von der Form der Betriebsübergabe ab. Im gesetzlichen Gewährleistungsrecht wird unterschieden zwischen dem Sachkauf und dem Rechtskauf. Beim Sachkauf hat der Verkäufer für den wirtschaftlichen Wert des Kaufgegenstandes einzustehen. Beim Rechtskauf haftet er regelmäßig für den Bestand, nicht aber für den Wert des Rechts.

Generell haftet der Verkäufer für Mängelfreiheit und für die zugesicherten Eigenschaften. Bloße Angaben über die Bilanz, den Umsatz und den Ertrag sowie die Angabe von Verbindlichkeiten sind im Regelfall nicht als zugesicherte Eigenschaften zu werten, außer wenn sie im Vertrag ausdrücklich als zugesichert gekennzeichnet werden.

Die Verjährung der Gewährleistung tritt beim Sachkauf nach zwei Jahren ein. Einzelvertraglich kann die Frist verlängert werden.

Abwicklung der Kaufpreiszahlung

Die einfachste Variante für den Verkäufer ist die Barzahlung Zug um Zug gegen Übertragung des Geschäfts oder der Beteiligung. Eine Verrentung der Kaufpreiszahlung bietet sich an, wenn der Verkäufer dadurch seine Altersversorgung sicherstellen will. Hierbei entfällt zwar die Einmalzahlung, jedoch sind möglicherweise über einen langen Zeitraum monatliche Rentenzahlungen fällig. Beides muss gegeneinander abgewogen werden. Unter Fremden wird sich die Rentenzahlung normalerweise am Wert des Unternehmens orientieren. Versorgungs- oder Leibrenten sind dagegen unter nahen Angehörigen üblich. Für die Wertberechnung gibt es finanz-mathematische Rententabellen. Meist werden Versorgungsrenten mit sog. Wertsicherungsklauseln versehen, die eine Anpassung an einen Preisindex für Lebenshaltungskosten enthalten. Hierfür ist eine Genehmigung der örtlichen Landeszentralbank erforderlich.

8. Franchising

Als eine Existenzgründung ohne den gefürchteten Sprung ins kalte Wasser kann die Unternehmensgründung des weit verbreiteten Vertriebssystems Franchising gesehen werden.

Namen wie McDonalds, Der Teeladen, Fressnapf, Ihr Platz, OBI etc. sind bekannt und dürften nach derzeitigen Beobachtungen für den Erfolg dieser Absatzmethode stehen.

Unter Franchising ist eine enge geschäftliche Kooperation beim Vertrieb von Waren oder bei Dienstleistungen zu verstehen, die auf freiwilliger Basis beruht. Franchisegeber (FG) und Franchisenehmer (FN) regeln vertraglich die Zusammenarbeit rechtlich und wirtschaftlich selbständiger Unternehmer zum Zwecke der Verbesserung der jeweiligen Leistungsfähigkeit. So nutzt der FN das gesamte Know-how des FG und profitiert vom Bekanntheitsgrad einer namhaften Marke. Der FN erhält die Vorteile einer erfolgreich praktizierten Unternehmensidee ebenso wie die professionellen Dienstleistungen einer großen Zentrale. Damit – so die Grundidee des Franchising – werden Vorteile des Großbetriebes mit denjenigen des durch den Inhaber geführten Unternehmens verbunden.

Bevor Sie in ein Franchisesystem einsteigen und sich vertraglich binden, sollten Sie die Qualität des Konzeptes überprüfen. Sie sollten auf Qualitätsmerkmale achten und diese hinterfragen. Dazu einige Fragebeispiele:

- Seit wann besteht der Franchisegeber?
- Welcher Wettbewerbsvorteil ist effektiv vorhanden?
- Besteht die Eintragung von gewerblichen Schutzrechten?
- Sind Pilotgeschäfte vorhanden?
- Wie viel FN sind dem FG angeschlossen?
- Wie erfolgreich (Kennziffern) arbeiten diese?
- Wie ist die Stellung der FN im System (Beiräte, Erfahrungsaustauschgruppen)?
- Wie umfassend sind die Leistungspakete?
- Welche Aufnahme-, Investitions-, Beratungs- und laufende Kosten entstehen?
- Ist der FG Mitglied des Deutschen Franchiseverbandes e.V., Berlin?
- Was hält Ihr Anwalt von dem Vertrag, Ihr Unternehmensberater bzw. Ihr Steuerberater von dem Konzept?

Den verschiedenen Beratungsstellen können Sie Unterlagen des FG im Rahmen der Kurzberatungen für Existenzgründer vorlegen.

9. Planungsrechnungen

Im Kapitel 5.7 haben Sie die wesentlichen Punkte kennengelernt, die in einer Vorhabensbeschreibung schriftlich zusammengestellt werden sollten. Einen weiteren wichtigen Schritt zur Realisierung Ihrer eigenständigen Existenz vollziehen Sie, indem Sie die Gründungsplanrechnungen erstellen. Mit Ihnen ermitteln Sie Ihre Ziele und den einzuschlagenden Weg.

Etablierte Unternehmen führen ständig Planungsprozesse durch; sie sehen diese als eine lebensentscheidende Frage zur Unternehmenssicherung an. Umso notwendiger muss es für angehende Unternehmer sein, aus groben Vorstellungen ein überschaubares Zahlengerüst zu erstellen. Damit wird das Gründungsvorhaben rechnerisch fassbar. Die schriftlichen Fixierungen der Vorausrechnungen können Sie auch bei Gesprächen mit Kapitalgebern (Geldinstitute, Bewilligungsstellen öffentlicher Fördermittel) verwenden, denn dort müssen Sie detaillierte Gründungskonzepte vorlegen.

Zur Unternehmensgründung sollten Sie folgende Pläne erstellen:

- den Kapitalbedarfs- und Finanzierungsplan
- die Umsatz- und Rentabilitätsvorschau
- die Liquiditätsplanung

Mit diesen Planungen sollten Sie aber nicht nur die Start- und Aufbauphase des Unternehmens erfassen, sondern sie sollten ständig im Rahmen eines Soll-Ist-Vergleichs als Steuerungs- bzw. Controllinginstrument fortgeführt werden.

9.1 Kapitalbedarfsplan

Der Kapitalbedarf zur Unternehmensgründung ist der Betrag, den Sie benötigen, um mit Ihrem Unternehmen zu starten und – was viele vergessen – die erste Aufbauphase finanziell zu überstehen. Den Kapitalbedarf setzen Sie ein für

- Anlagevermögen (Einrichtung, Ausstattung)
- Umlaufvermögen 1 (Warenbestand, Rohstoffe etc.)
- Umlaufvermögen 2 (liquide Mittel)
- Gründungskosten

Zum Anlagevermögen zählen Sachinvestitionen, die dem Unternehmen längerfristig zur Verfügung stehen. Die dafür erforderlichen Anschaffungskosten sind nach dem Vergleich von Angeboten relativ leicht zu beziffern.

Die Ermittlung des Kapitalbedarfs für das Umlaufvermögen ist erheblich schwieriger. Umlaufvermögen wird für die Gründungsplanung unterteilt in

- den ersten Warenbestand oder Materialbestand
- Betriebskosten für die Anlaufphase.

Zu berücksichtigen sind dabei

- täglicher Verbrauch bzw. Aufwand an Materialien
- Löhne und andere laufende Betriebskosten, des weiteren
- die Produktionsdauer, die Lagerdauer und
- der Zahlungsmodus und das Zahlungsverhalten der Kunden

Den Warenbestand können Sie ggf. an branchenüblichen Daten orientieren. Ihre Betriebskosten müssen Sie jedoch konkret ermitteln und mindestens in der Höhe für zwölf Monate ansetzen. Unter den Gründungskosten fassen Sie alle Ausgaben zusammen, die in einem direkten Zusammenhang mit der Gründung stehen (Eintragung in das Handelsregister, Maklercourtage, Einführungswerbung etc.).

Soweit Kosten für die private Lebens- und Haushaltsführung nicht anderweitig sichergestellt sind, sollten Sie auch diese in den Kapitalbedarfsplan einbeziehen. Sicherheitshalber ist auch hier ein Zeitraum von zwölf Monaten zu veranschlagen. Das nachfolgende Muster mag Ihnen dies verdeutlichen.

Kapitalbedarfsplan

Investitionen zur Herstellung der Leistungsbereitschaft

Unternehmenskaufpreis/Firmenwert	€
Grundstück	€
Gebäude	€
Umbaumaßnahmen	€
Maschinen, Geräte	€
Geschäfts- bzw. Ladeneinrichtung	€
Fahrzeuge	€
Reserve für Folgeinvestitionen und Unvorhergesehenes	€
Gesamt	€

Für die Leistungserstellung notwendiger Kapitalbedarf	€
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	€
unfertige Erzeugnisse bzw. Leistungen	€
fertige Erzeugnisse und Waren	€
Reserve für besondere Belastung während der Anlaufphase	€
Vorfinanzierung für Aufträge	€
Gesamt	€
Gründungskosten	€
Beratungen	€
Anmeldungen /Genehmigungen	€
Eintrag ins Handelsregister	€
Notar	€
Gesamt	€
Betriebsmittelbedarf (max. Unterdeckung lt. Liquiditätsplan)	€
Gesamter Kapitalbedarf	€

9.2 Umsatz- und Rentabilitätsvorschau bzw. voraussichtliche Gewinn- und Verlustrechnung (GuV)

Eine selbständige Existenz lohnt sich auf Dauer nur, wenn auch ein ausreichender Gewinn zu erwirtschaften ist. Daher taucht die Frage auf: Welche Gewinnhöhe muss der Jungunternehmer erzielen?

Sicherlich hat jeder Gründer eine andere Vorstellung über die erforderliche Gewinnhöhe. Nach betriebswirtschaftlicher Denkweise sollte der Gewinn eines Einzelunternehmers so hoch sein, dass in ihm

- ein angemessener kalkulatorischer Unternehmerlohn (davon bestreiten Sie die private Haushalts- und Lebensführung)
- die erhöhten sozialen Aufwendungen (Krankheit, Altersvorsorge etc.)
- die Eigenkapitalverzinsung und Risiko-prämie
- die aufzubringende Einkommensteuer
- die Tilgungsleistung für aufgenommene Kredite (Tilgung sind keine Kosten, nur Zinsen werden in der Kostenaufstellung aufgeführt)

enthalten sind.

Generell gibt es zwei unterschiedliche Rechenwege:

- Vom benötigten (oder gewünschten) Gewinn unter Hinzurechnung der vermutlich anfallenden betrieblichen Kosten und des Wareneinsatzes bestimmen Sie den erforderlichen Soll-Umsatz.

- Von einem vorgegebenen Soll-Umsatz errechnen Sie nach Abzug des Wareneinsatzes und der zu ermittelnden Kosten den möglichen Gewinn.

Wir möchten Ihnen anhand der zuerst genannten Methode die Umsatz- und Rentabilitätsvorschau erläutern.

Vom gewünschten Gewinn zum erforderlichen Umsatz

1. Schritt – Planung des Gewinnbedarfes

Ermitteln Sie

- die Kosten Ihrer privaten Lebens- und Haushaltsführung einschließlich der sozialen Aufwendungen
- die Eigenkapitalverzinsung/Risikoprämie
- die aufzubringende Tilgung

Nach Addition der einzelnen Beträge steht eine Planungsgröße – der Gewinn vor Steuern – fest.

2. Schritt – Ermittlung der gewerblichen Kosten

Veranschlagen Sie Ihre betrieblichen Kosten in drei Abschnitte. Ermitteln Sie möglichst genau im ersten Abschnitt die Hauptkostenarten. Dies sind z. B. die Personalkosten, die Miete, bei einem hohen Fremdkapitalanteil auch Zinsen und in der Anlaufphase die Werbekosten. In anderen Wirtschaftszweigen können auch andere Hauptkostenarten bedeutsam sein.

Im zweiten Abschnitt ermitteln Sie die Höhe der weiteren Kostenarten, wie Versicherung, Kfz-Kosten und dergleichen. Hier können Sie teilweise auf statistische Durchschnittswerte und allgemeine Branchendaten zurückgreifen.

Veranschlagen Sie im dritten Abschnitt die kalkulatorischen Kosten. Denken Sie hierbei an die AfA (Absetzung für Abnutzung), die kalkulatorische Miete für Ihre eigengenutzten Räume etc.

Planen Sie insbesondere bei den Sachkosten großzügig unter Anrechnung ausreichender Reserven. Bei Neugründungen wird häufig die Höhe dieser Sachkosten unterschätzt oder es werden wichtige Sachkosten übersehen.

3. und 4. Schritt – Ermittlung des Plan-Rohertrages und der Handelsspanne

Durch die Addition Gewinn plus Kosten errechnen Sie den Rohertrag. Sofern Sie als Dienstleister gründen (also keinen Wareneinsatz benötigen), hätten Sie nun bereits Ihren erforderlichen Planumsatz ermittelt. Bei der Gründung eines Handelsunternehmens versuchen Sie nun, die individuelle Handelsspanne (Prozentsatz) anzusetzen. Für einen Handwerksbetrieb benötigen Sie Informationen über die (prozentuale) Höhe des Waren- und Materialeinsatzes. Neben den Besonderheiten der jeweiligen Branche ist diese Rechengröße von Ihren guten Einkaufsverbindungen, Ihren Rabattgewährungen an Kunden, von Sonderverkaufsaktionen aufgrund zu hoher Lagerbestände, von der Diebstahlsquote und anderen Faktoren abhängig.

Unterscheiden Sie zwischen der Einzelkalkulation und dem Ergebnis der Handelsspanne am Jahresende.

5. Schritt – Berechnung des erforderlichen Umsatzes

Mittels eines Dreisatzes können Sie anhand der oben ermittelten Beträge den benötigten Umsatz errechnen. An einem Beispiel möchten wir Ihnen dies verdeutlichen. (Der Einfachheit halber unterscheiden wir hier nicht zwischen fixen und variablen Kosten.)

1.	Gewinn		30 T€
2.	Kosten		
	Hauptkostenarten	25 T€	
	weitere Kosten	10 T€	
	kalkulatorische Kosten	5 T€	
	Summe		40 T€
3.	Rohertrag		70 T€
	(Gewinn + Kosten)		
4.	Handelsspanne/Waren-, Materialeinsatz, z. B. 40%		
5.	$\frac{\text{Rohertrag} \times 100}{\text{Handelsspanne}} = \frac{70 \times 100}{40} = 175 \text{ T€}$		
6.	Benötigter Umsatz netto		175 T€

Dies bedeutet, um einen vorgegebenen Gewinn von 30 T€ zu erzielen und obige Kosten in Höhe von 40 T€ zu decken, muss bei einer Handelsspanne bzw. bei einem Waren- und Materialeinsatz von 40% (am Ende des Jahres) ein Nettoumsatz von 175 T€ realisiert werden.

6. Schritt – Vom Soll-Umsatz zum Ist-Umsatz

Nun muss die wesentliche Frage beantwortet werden, ob dieser Soll-Umsatz auch realistisch ist. Branchenkenner, so z. B. im Einzelhandel und im Handwerk, können aufgrund der Erfahrungen und der ihnen bekannten Vergleichsdaten diese Frage leichter als weniger kundige Gründer beantworten. Die Größe der Geschäftsräume, die Warenumserschlagshäufigkeit einer Branche, die Wareneinsatzhöhe, Durchschnittsumsätze der Kunden (Einzelkauf) sind ebenso Entscheidungsfaktoren, wie die Ortsgröße, die Verkehrsanbindung, die Geschäftslage, der Branchenmix, die mögliche Über- oder Unterversorgung. Zudem sind der positive Bekanntheitsgrad des Unternehmers und sein hoher persönlicher Einsatz mitentscheidend für die Verwirklichung des angestrebten Umsatzes.

Auch Dienstleister, z. B. beratende Ingenieure etc. sollten, ausgehend vom veranschlagten Honorar (Stundenbasis, Tagewerk oder Pauschalvergütung), ermitteln, ob die erforderlichen Einnahmen beim möglichen Auslastungsgrad der Arbeitszeit realistisch sind. Hierbei möchten wir erwähnen, dass ein Auslastungsgrad von mehr als 70% je Person für die Zeit nach der Anlaufphase kaum auf Dauer möglich sein dürfte. Denn auch der Ingenieur betreibt Akquisition, besucht Tagungen etc., ohne dass diese Arbeiten mit Honorarvergütungen verbunden sind. Nach Auskunft der Branche beträgt die Auslastung ca. 40%.

Gründer fragen häufig nach dem Nutzen dieser Rechnung. Zu bestreiten ist nicht, dass derartige Planungen nicht auf Heller und Pfennig realisiert werden können. Jedoch werden durch das Ermitteln der Kosten etc. Entwicklungen und Probleme rechtzeitig erkannt. Dadurch kann der potentielle Unternehmer auf kritische Erfolgsfaktoren rechtzeitig eingehen und diese somit beseitigen. Auch die Umsatz- und Rentabilitätsvorschau ist eine Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg.

Planen ist besser als Experimentieren und Improvisieren.

Nachdem Sie obige Planungsschritte vollzogen haben, können Sie in Staffelform die bei Banken etc. vorzulegende Umsatz- und Rentabilitätsvorschau aufstellen. Sie sollte sich über die Anlaufphase und den anschließenden Zeitraum erstrecken. Die Anlaufphase ist monatlich (1. Jahr), die Wirtschaftszeiträume zwei und drei können jährlich dargestellt werden.

Umsatz- und Rentabilitätsvorschau

(als Download unter www.gruenderregion-niederrhein.de)

1. Jahr	Jan	Feb	...
Gesamtumsatz			
Veränderungen			
Son. betriebliche Erträge			
Gesamtleistung			
Wareneinsatz			
Fremdleistungen			
Rohgewinn I			
Personalkosten			
Lohnnebenkosten			
Rohgewinn II			
Son. betriebliche Kosten			
Raumkosten (inkl. NK)			
Kautionen			
Bürokosten			
Fuhrpark (Miete, Leasing)			
Fuhrpark (Betriebsmittel)			
Versicherung, Beiträge			
Werbekosten			
Reisekosten			
Kosten der Warenabgabe			
Leasing (ohne Fuhrpark)			
Son. Mieten			
Instandhaltung			
Beratungskosten			
Sonstiges			
Summe Sonstige betrieb. Kosten			
Zinsen			
Abschreibungen			
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit			
Steuern vom Einkommen (ESt, KSt u. GewSt.)			
Ergebnis nach Steuern			
Ergebnis nach Steuern Kumulativ			

Gehen Sie noch einen Schritt weiter. Errechnen Sie im

7. Schritt (= Probe)

ob Sie bei Ihrem gewünschten Lebensstandard die Kredite tilgen können oder, das wäre nach kaufmännischer Denkweise richtiger, wie hoch bei der anfallenden Tilgung Ihre Privatentnahmen sein dürfen.

Dazu folgendes Schema

		Jahr		
		1	2	3
1.	Betriebsausgaben wie oben			
2.	./. Privatentnahme für			
	- Einkommensteuer			
	- Private Vorsorge			
3.	./. Tilgung der Kredite			
4.	= für private Lebensführung			

Liquiditätsplanung

In der Umsatz- und Rentabilitätsvorschau ermittelten Sie, ob die Umsätze realistisch und ausreichend hohe Gewinne zu erwirtschaften sind. Ob Ihr Unternehmen, insbesondere während der Anlaufphase, über genügend flüssige Mittel verfügt, ob es also liquide ist, kann aus der Umsatz- und Rentabilitätsrechnung nicht abgeleitet werden.

Liquide sein bedeutet, die anfallenden Verbindlichkeiten (fristgerecht) bedienen zu können. Zahlungsverpflichtungen nachzukommen, ist nicht nur eine Ehrensache, sondern stellt auch die Existenzfrage dar. Eine Beeinflussung der Liquidität erfolgt aus allen betrieblichen Bereichen: Einkauf, Produktion, Werbung, Vertrieb, Personalpolitik, Investitionsentscheidungen, Finanzamt etc. Jungunternehmer verfügen häufig über eine minimale Eigenkapitalausstattung. Deshalb sind oftmals künstlerische Leistungen zur Sicherstellung der Liquidität zu vollbringen. Einnahmen und Ausgaben sind nicht gleich bleibend über das Geschäftsjahr verteilt. So können zeitpunktbezogen Einnahmen teilweise erheblich unter den Ausgaben liegen. Dazu einige Beispiele:

Ereignisse auf der Einnahmenseite:

- saisonale Schwankungen bei Umsätzen/-Einnahmen (Weihnachtsgeschäft, Sommerloch u. a.)
- Kunden werden längere Zahlungsfristen eingeräumt
- Kunden werden zu säumigen Zahlern (Zahlungszielverschiebung)

Beeinflussung auf der Ausgabenseite:

- Steuertermine zu bestimmten Stichtagen des Jahres
- vierteljährlicher Kapitaldienst (Zinsen und Tilgung)

- erhöhte Werbekosten vor der Saison
- Durchführen von Sachinvestitionen

Wenn zu einem bestimmten Zeitpunkt des Jahres die Ausgabenseite höher ist als die Einnahmenseite, kann aus einem rentabel arbeitenden Betrieb ein zahlungsunfähiger - ein illiquider Betrieb - werden. Deshalb ist folgender Grundsatz unbedingt einzuhalten:

Liquidität geht vor Rentabilität.

Wichtigste Überlegung bei der Erstellung eines Liquiditätsplanes ist, in welchen Monaten aus Umsätzen Einnahmen (also Einzahlungen) und in welcher Höhe werden. Die gleiche Erwägung führen Sie für Ihre Auszahlungen durch. Beim Vergleich der Einzahlungen zu den Auszahlungen wird dann eine Über- oder Unterdeckung erkennbar. Diese übertragen Sie auf den nächsten Monat und führen dort die gleiche Rechnung durch.

Maßnahmen bei drohender Unterdeckung

Einzahlungen beschleunigen:

- Rechnungen schneller schreiben
- Kunden kein zu langes Zahlungsziel einräumen
- durch Skontogewährung zu schnellerer Bezahlung anreizen
- An- oder Teilzahlung vereinbaren und/oder
- eine entsprechende kurzfristige Kreditlinie bei Geldinstituten ausnutzen

Auszahlungen verschieben:

- längere Zahlungsziele mit Lieferanten vereinbaren
- Anschaffungen zurückstellen

Allgemeine Prüfung:

- Zahlungen auf einen späteren Zeitraum verschieben (Vorsicht: Kreditwürdigkeit darf nicht leiden)
- Forderungsfactoring

Überlegungen bei Überdeckung

Lassen Sie sich nicht von einer kurzfristigen Überdeckung zu überhöhten Privatentnahmen bzw. nicht unbedingt notwendigen betrieblichen Anschaffungen verleiten. Aus derartigen Überschüssen können Sie z. B. Kontokorrentkredite zurückzahlen. Aber auch als Reserve für spätere Fehlbeträge, Steuerzahlungen, nicht regelmäßige Zahlungen wie z. B. Versicherungsprämien oder später entstehende Ausgaben (saisonale Schwankung) können sie zurückgestellt werden.

Insbesondere bei der Liquiditätsplanung werden Sie feststellen, mit zunehmender Anwendung und Erfahrung wächst der Grad der Genauigkeit.

Liquiditätsplanung

Liquiditätsplan			
1. Jahr	Jan	Feb	...
Kapitalzufluss (z. B. Darlehen)			
Einzahlungen (inkl. USt.)			
Einzahlungen aus Umsätzen			
Gesamteinnahmen			
Auszahlungen (inkl. USt.)			
Wareneinsatz			
Fremdleistung			
Personalkosten			
Lohnnebenkosten			
Investitionen			
Raumkosten (inkl. Nebenkosten)			
Kautionen			
Bürokosten			
Fuhrpark (Miete, Leasing)			
Fuhrpark			
Versicherung, Beiträge			
Werbekosten			
Reisekosten			
Kosten der Warenabgabe			
Leasing (ohne Fuhrpark)			
Sonstige Mieten			
Instandhaltung			
Beratungskosten			
Sonstiges			
Zinsen			
Tilgung			
Umsatzsteuern			
Steuern vom Einkommen			
Betriebliche Auszahlungen			
Gesamtauszahlungen			
Privatentnahmen			
Liquidität Zwischensumme			
(+) Überdeckung			
(-) Unterdeckung			
Zufluss/Abfluss Kontokorrent(+/-)			
Liquidität			
Liquidität Kumuliert			

(als Download unter www.gruenderregion-niederrhein.de)

2. Die Finanzierung

Nach der Ermittlung des Kapitalbedarfes taucht die Frage auf, wie finanziert wird, woher das Geld kommt?

- zunächst einmal aus der eigenen Tasche, denn ohne Eigenkapital sollten Sie den Sprung in die Selbständigkeit auf keinen Fall wagen
- vielleicht haben Sie auch Verwandte oder Freunde, die Ihnen finanziell helfen wollen
- dann von Ihrer Bank oder Sparkasse (Geldinstitut)
- und schließlich auch vom Staat

Eigenkapital

Sie können Eigenkapital in Form von Ersparnissen etc., Eigenleistungen oder auch als Sacheinlagen einbringen. Sacheinlagen sind neben Gegenständen des Anlagevermögens (Maschinen, Einrichtungen, Fuhrpark etc.) auch immaterielle Güter (Patente oder andere Rechte). Insbesondere in der Gründungspraxis stellt die Bewertung der Sacheinlagen oftmals ein größeres Problem dar. Ggf. ist ein Sachverständiger hinzuzuziehen, der ein Gutachten erstellt, das unter Umständen kostspielig ist (bei GmbH-Gründung). Existenzgründer bewerten Sacheinlagen im Regelfall höher als Geldinstitute, öffentliche Bewilligungsstellen, mögliche Gesellschafter etc. Schließlich können Sie auch Eigenkapital in Form von nachgewiesenen Eigenleistungen (z. B. selbst durchgeführte Renovierungs- und Umbauarbeiten) erbringen. Bei öffentlichen Fördermitteln wird in der Regel eine Eigenkapitalquote von ca. 20% des Kapitalbedarfes erwartet.

Beteiligung

Soweit Ihr Eigenkapital nicht ausreicht, sollten Sie überprüfen, ob sich möglicherweise Verwandte und andere Personen am künftigen Unternehmen mit haftendem Kapital beteiligen bzw. ob diese Teilhaber Ihnen Wagniskapital zur Verfügung stellen.

Auch über Kapitalbeteiligungsgesellschaften ist eine Finanzierung möglich. Derartige Gesellschaften stellen z. B. jungen Betrieben Eigenmittel zur Verfügung. Sie beteiligen sich jedoch nur für eine bestimmte Zeit, in der Regel zehn Jahre, an einem Unternehmen. Während der Laufzeit ist das eingebrachte Kapital entweder nach einem festen Satz zu verzinsen oder es

wird ein Beteiligungsentgelt bzw. eine Beteiligung der Gesellschaft am Gewinn vereinbart. Die jeweiligen Bedingungen müssen Sie vorher jedoch genau überprüfen. Diese Kapitalbeteiligungsgesellschaften werden teilweise von den Geldinstituten, aber auch von privaten Investoren getragen.

Investitionskredite der Geldinstitute

Das Eigenkapital etc. reicht nach unseren Beobachtungen nur in seltensten Fällen aus. Deshalb ist der Kapitalbedarf mittels Fremdkapital aufzustocken. Darlehen der Kreditinstitute dienen der Finanzierung des Anlagevermögens, sie werden mittelfristig (vier Jahre) bis langfristig (20 Jahre) gewährt. Sie sind banküblich abzusichern und können zu festen oder zu variablen Zinssätzen ausbezahlt werden. Gelegentlich können Sie Tilgungsaussetzung, manchmal Tilgungsstreckung vereinbaren. Die Zinssätze banküblicher Finanzierungsprogramme liegen im Regelfall über denen der öffentlichen Fördermittel.

Bei den meisten Existenzgründern wird das notwendige Kapital aus mehreren Quellen zusammengetragen.

Finanzierungsgrundsätze

Für das Verhältnis des Eigenkapitals zum Fremdkapital sind folgende betriebswirtschaftliche Regeln zu beachten:

Goldene Bilanzregel

Das Anlagevermögen sowie das dauernd gebundene Umlaufvermögen (eiserner Bestand) sollten durch Eigenkapital und langfristiges Fremdkapital gedeckt werden.

Das restliche Umlaufvermögen kann mit kurzfristigem Fremdkapital finanziert werden. Dafür ist der Kontokorrentkredit gebräuchlich. Ein Kontokorrentkredit ist verhältnismäßig teuer. Mit ihm sollten auf keinem Fall Anlagengegenstände finanziert werden. Dies ist ein Verstoß gegen die goldene Finanzierungsregel.

Goldene Finanzierungsregel, auch goldene Bankregel genannt.

Die Tilgungsdauer (Fristigkeit) des von einem Unternehmen aufgenommenen Kapitals muss sich mit der Lebensdauer (Fristigkeit) der Kapitalanlage decken.

Das heißt,

- für langfristige Kapitalbindung - langfristiges Geld

- für kurzfristige Kapitalbindung – kurzfristiges Geld

Das Kreditgespräch

Gründungswillige Personen, wie auch andere Kreditnehmer, schränken oftmals die Möglichkeiten einer Kreditgewährung bei Geldinstituten ein, weil sie zuwenig für die eigene Kreditwürdigkeit unternehmen. Folgende wichtige Punkte sollten Sie für Ihre Verhandlungen mit den Geldinstituten beachten:

- Sprechen Sie möglichst früh bei Ihrem Kreditinstitut vor.
- Durch offene Gespräche verschaffen Sie sich Vertrauen.
- Sprechen Sie auch negative Entwicklungen an. Das Geldinstitut stellt diese früher oder später sowieso fest. Dann könnte das Vertrauensverhältnis schon beeinträchtigt sein.

Bereiten Sie sich sorgfältig vor. Gut aufbereitete und aussagefähige Unterlagen dürften Ihnen bei den Verhandlungen Pluspunkte bringen. Damit verkürzen Sie auch die Zeit zwischen dem Kreditantrag und der Kreditbewilligung.

Kreditunterlagen

Für das Finanzierungsgespräch mit der Bank, zur Weiterleitung an Bewilligungsstellen öffentlicher Fördermittel sowie für die zu begutachtenden Stellen (z. B. die Kammern) werden üblicherweise folgende Unterlagen benötigt:

Angaben zur Person des Gründers

- Beschreibung des persönlichen Werdeganges, der kaufmännischen und fachlichen Kenntnisse und Erfahrungen in Form eines Lebenslaufes/beruflichen Werdeganges.

Unternehmensbeschreibung/-konzept (siehe Thema Projektbeschreibung) durch Darstellung

- der Angebots- und Leistungspalette (Stichwort Was)
- der Kundenzielgruppe, herausragenden Lieferanten und der Wettbewerber (Stichwort Wer)
- des Einzugsgebietes, des Standortes und der Geschäftslage (Stichwort Wo)
- der beabsichtigten Absatz- und Markteinführungsmaßnahmen (Stichwort Wie)

Planungsrechnungen/Prognosen (nähere Informationen entnehmen Sie Kapitel 9).

- Kapitalbedarfsplan
- allgemeine Branchenprognosen
- Umsatz- und Rentabilitätsberechnungen
- i. d. R. Liquiditätsplanung
- bei Geschäftsübernahmen Bilanzen der vergangenen drei bis fünf Jahre sowie ein aktueller Status

Vermögensnachweise

- Angabe und Nachweis des privaten und betrieblichen Vermögens an Grundstücken und Gebäuden, Produktionsanlagen und Geschäftsausstattungen

Dazu können Sie einreichen: Grundbuchauszüge, Lagepläne, Einheitswertbescheinigungen, Feuerversicherungsschein und Wertschätzungsunterlagen.

Erstellen Sie diese Unterlagen nach dem kaufmännischen Prinzip wahr und klar, übertreiben Sie nicht!

Vor Abschluss des Kreditvertrages überprüfen Sie auch im eigenen Interesse die Kreditnebenkosten, denn die Kosten eines Kredites bestehen nicht nur aus den Zinsen. Insgesamt vergleichen Sie

- den Zinssatz, den Auszahlungskurs
- die Laufzeit des Darlehens
- die Ratenhäufigkeit, die Ratenfälligkeit (wegen der Liquidität)
- Welche Nebenkosten berechnet die Bank sonst noch?
- Bereitstellungszinsen/Provisionen
- Bearbeitungskosten, Kontoführungskosten, Stornokosten

Die Kreditprüfung durch das Kreditinstitut

Ihre Bank oder Sparkasse prüft unter folgenden Gesichtspunkten:

- Wer ist der Kreditnehmer?
- Welche natürliche Person, welche Firma haftet?
- Was produziert/vertriebt das Unternehmen?
- Wie ist die Kreditwürdigkeit des Kreditnehmers (persönliche und charakterliche Eigenschaften, unternehmerische Qualifikationen)?
- Höhe des Eigenkapitals?
- Benötigter Kredit?
- Bisherige Kontoführung (Geldbewegungen, Zahlungsmoral etc.)?
- Bisherige unternehmerische Entwicklung, Jahresabschlussunterlagen
- Auswertung der Umsatz- und Rentabilitätsvorausberechnungen

Aus eigenem Interesse möchte das Geldinstitut möglichst viel über den Kreditnehmer erfahren. Es hat aber auch einige gesetzliche Auflagen zu erfüllen. Im Kreditwesengesetz, § 18, ist vorgeschrieben, dass von Kreditnehmern, denen Kredite von mehr als 250 T€ gewährt werden, das Kreditinstitut die Offenlegung der wirtschaftlichen Verhältnisse zu verlangen hat.

Sicherheiten

Fremdmittel wie Hausbankdarlehen und öffentliche Fördermittel sind im Regelfall banküblich abzusichern. Dies bedeutet, in der Mehrzahl der Fälle ist das gesamte Privatvermögen als eigene Sicherungsmöglichkeit einzusetzen. Eine Risikobeschränkung gegenüber dem Geldinstitut ist nicht möglich. Existenzgründer vertreten häufig die Auffassung, dass durch die Wahl einer GmbH eine Reduzierung des Risikos erreicht werden könnte, da sich die persönliche Haftung gegenüber der Bank nur auf die Höhe der Einlage beschränke. Solche Haftungsbeschränkungen erkennen Geldinstitute nicht an. Sie verlangen durchweg die vollständige Durchgriffsmöglichkeit auf das private Vermögen des Gründers und des Ehegatten. Kreditinstitute gehen davon aus, dass der Gründer zunächst das notwendige Vertrauen in sein Gründungskonzept einbringt und sich vollauf mit seinem Vermögen einsetzt.

Beachten Sie, dass der Ehegatte im gesetzlichen Zustand der Zugewinnngemeinschaft für das Gründungsvorhaben nicht mithaftet. Erst durch seine Unterschrift begründet er eine eigene vertragliche Beziehung und damit die Mithaftung zum Kreditinstitut.

Was erkennen Kreditinstitute als Sicherheiten an?

Allgemein gesagt, müssen die angebotenen Sicherheiten für den Fall des Falles einen Marktwert besitzen und verfügbar sein. Unter diesen Gesichtspunkten können Sie dem Kreditgeber

- Grundschulden, Wertpapiere, Edelmetalle, private Lebensversicherungen (mit entsprechendem Rückkaufswert), aber auch
- Maschinen, Fahrzeuge und ggf. Warenbestände und Warenforderungen anbieten

Akzeptiert das Kreditinstitut dies nicht bzw. reicht dies nicht aus, dürfte die Mitverpflichtung eines Dritten – also eines Bürgen – erforderlich werden. Hierbei wird unterschieden zwischen der Ausfallbürgschaft und der selbstschuldnerischen Bürgschaft. Bei der ersten Bürgschaftsart muss der Bürge erst dann zahlen, wenn die Bank den Ausfall nachweist; bei der zweiten

Bürgschaftsart verzichtet der Bürge auf das Recht der Einrede der Vorausklage. Bürgen werden wie Kreditnehmer gestellt und müssen nach der ersten Aufforderung der Bank zahlen. Geldinstitute akzeptieren im Regelfall nur die zweite Art der Bürgschaft, sie erhalten so am einfachsten ihr Geld zurück.

Rating

Jedes Kreditinstitut muss derzeit bei der Vergabe eines Kredites einen bestimmten Prozentsatz der risikogewichteten Aktiva mit Eigenkapital unterlegen. Die Höhe dieser Eigenkapitalunterlegung hat der Gesetzgeber in Deutschland im Grundsatz I des Kreditwesengesetzes auf Grundlage der Baseler Eigenkapitalübereinkunft von 1988 (sog. Basel I) festgelegt.

Um den Entwicklungen und Anforderungen der internationalen Finanzmärkte stärker Rechnung zu tragen sowie die Sicherheit und Solidität des Finanzsektors zu fördern, hat der Ausschuss für Bankenaufsicht der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich (BIZ) mit Sitz in Basel Vorschläge zur Reform der Eigenkapitalunterlegung verabschiedet (kurz Basel III).

Zukünftig müssen die Banken Kreditfinanzierungen je nach Risikogehalt/Rating differenziert mit Eigenkapital (= Risikopuffer) unterlegen. Die Spannweite der gesetzlichen Unterlegung kann dabei zwischen ca. 1% und 50% liegen.

Basel III strebt somit an, die Anforderung an die Eigenkapitalunterlegung künftig risikogerechter zu gestalten. D.h., die Eigenkapitalunterlegung für einen Kredit hängt dann wesentlich stärker von der Bonität des Kreditnehmers ab.

Die Bonität eines Kreditnehmers wird von der Bank selbst (bei der Risikoeinstufung ihrer Kunden können die Banken – bankaufsichtlich zertifizierte – interne Ratingverfahren heranziehen) oder einer sog. Ratingagentur in einem Ratingverfahren ermittelt und durch eine Ratingnote abgebildet.

Rating versteht sich also im Wesentlichen als Beurteilung der wirtschaftlichen Fähigkeiten eines Kreditnehmers, in Zukunft seinen Zahlungsverpflichtungen termingerecht nachzukommen.

Viele deutsche Kreditinstitute arbeiten bereits jetzt nach den Regelungen, die die Basel III Kommission vorgeschlagen hat und seit 2013 in Deutschland umgesetzt werden.

Auch wenn die Ratingsysteme und -verfahren von Bank zu Bank unterschiedlich sind, ist die

Aussagekraft der mit jeder Ratingkategorie verbundenen Ausfallwahrscheinlichkeit durchaus vergleichbar. In der Regel ist ein Rating prospektiv auf einen Ein-Jahres-Horizont ausgerichtet und berücksichtigt sowohl Geschäfts- als auch Finanzrisiken.

Wichtige Kriterien für eine gute Ratingnote sind dabei u. a. (mit unterschiedlicher Gewichtung):

Qualität des Jahresabschlusses, nachvollziehbare Planungsunterlagen, Eigenkapitalquote über dem Branchenschnitt, gutes Betriebsergebnis, Liquidität, langfristige Unternehmensstrategie, effektives Risikomanagement, Unternehmensnachfolgeregelung, Qualität und Qualifikation von Management und Mitarbeitern, Marktstellung, Kundenstruktur, Bankbeziehung, Qualität des Finanz- und Rechnungswesens, (Produkt-)Haftungsrisiken und vieles mehr.

11. Öffentliche Förderung

Kleine und mittlere Unternehmen leisten einen entscheidenden Beitrag zur wirtschaftlichen und strukturpolitischen Entwicklung. Sie reagieren schnell auf neue technische und wirtschaftliche Veränderungen. Gerade in konjunkturschwachen Zeiten erweist sich der Mittelstand mit seiner Vielzahl kleiner und mittlerer Betriebe auf dem Arbeitsmarkt immer wieder als stabilisierender Faktor. Der Staat unterstützt deshalb die Gründung kleinerer und mittlerer Unternehmen durch die Bereitstellung von Finanzierungshilfen.

Die Existenzgründungsförderung ist in erster Linie eine personenbezogene Förderung. Der Existenzgründer soll durch die staatliche Hilfe in die Lage versetzt werden, eine tragfähige Existenz zu gründen. Mittels langfristiger zinsgünstiger Festzinsdarlehen und durch die auf die Anfangsjahre befristete Tilgungsaussetzung werden dem Gründer die Planung für die Anlaufphase erleichtert, die Liquidität erhöht und damit die unternehmerischen Lebenschancen erhöht.

Öffentliche Gründerkredite werden vom Land NRW sowie vom Bund bereitgestellt. Sie können grundsätzlich miteinander kombiniert werden. Für die Bewilligung dieser Mittel sind jedoch einige Voraussetzungen zu erfüllen.

Die wichtigsten Bestimmungen

- der Existenzgründer muss über die entsprechende Qualifikation verfügen
- mit der Durchführung des Vorhabens darf vor der Antragstellung noch nicht begonnen sein

- in angemessenem Umfang muss sich der Antragsteller mit Eigenmitteln an der Finanzierung beteiligen
- die Gesamtfinanzierung des Projektes muss gesichert sein
- die öffentlichen Mittel dürfen nur für den festgelegten Zweck verwendet werden
- die Anträge sind auf bestimmten Formvordrucken bei der Hausbank zu stellen
- das Vorhaben muss auf Dauer eine tragfähige Vollexistenz erwarten lassen

Diese Kredite sind im Regelfall banküblich abzusichern. Soweit Sicherheiten nicht im erforderlichen Umfang vorhanden sind, kann die Übernahme einer Ausfallbürgschaft bei der Bürgschaftsbank – Kreditgarantiegemeinschaft – des Landes NRW beantragt werden. Ein Rechtsanspruch auf die Gewährung öffentlicher Finanzierungshilfen besteht jedoch nicht.

Neben der personenbezogenen Existenzgründungsförderung gibt es eine Vielzahl weiterer öffentlicher Förderprogramme, die zusätzlich – falls eine Kumulierung nicht ausgeschlossen ist – oder alternativ beantragt werden können.

Hierbei spielen weitere Kriterien für eine Förderungsfähigkeit des Vorhabens eine Rolle, wie z. B.

- Standort des Betriebes (Regionalförderung in strukturschwachen Gebieten),
- Branchenzugehörigkeit,
- Höhe der Investitionen,
- Gründungsprojekt (z. B. Entwicklung neuer Produkte oder Verfahren),
- Schaffung von Arbeitsplätzen u. ä.

Neben der Förderung durch öffentliche Bankdarlehen bietet die Agentur für Arbeit für Existenzgründer (i. d. R. Neugründungen) u. a. eine Förderung mit dem Gründungszuschuss an. Auch sind für Kleinunternehmen Personalkostenzuschüsse bei der Einstellung von arbeitslosen Mitarbeitern möglich. Die Bezieher von Arbeitslosengeld II können bei einer Neugründung das Einstiegsgeld beim zuständigen Jobcenter beantragen.

12. Gewerbeanmeldung

In Deutschland besteht Gewerbefreiheit. Grundsätzlich kann jedermann eine gewerbliche Tätigkeit aufnehmen, verändern oder beenden ohne Rücksicht auf Alter, Herkunft oder Ausbildung. Nur für bestimmte Gewerbebezüge

ist eine staatliche Erlaubnis mit oder ohne Sachkundenachweis vorgeschrieben (vergleiche Kapitel 13 Gewerberechtliche Genehmigungen/Sach- und Fachkunde).

Das Gegenstück zur Gewerbefreiheit ist gewissermaßen die Verpflichtung zur Gewerbeanzeige. Die Gewerbeanzeige nach § 14 Gewerbeordnung, das heißt die Beantragung des sog. Gewerbescheins, verfolgt den Zweck, die Behörde über Zahl und Art der in ihrem Bezirk ansässigen Gewerbebetriebe in Kenntnis zu setzen. Gleichzeitig soll dadurch eine wirksame Überwachung gewährleistet werden. Die Gewerbeanzeige erfolgt am Sitz des Unternehmens bei der zuständigen Stadt- und Gemeindeverwaltung (Gewerbeamt). Als *Zeitpunkt* gilt das Datum, an dem Sie tatsächlich mit Ihrem Gewerbe beginnen, zum Beispiel Ihr Geschäft eröffnen oder mit Akquisitionen in den Markt treten. Wirtschaftliche Vorbereitungsmaßnahmen, wie die Suche nach einem geeigneten Geschäftslokal oder Liefer- und Kundenverbindungen, sind noch nicht anzeigespflichtig.

Anzuzeigen ist nach § 14 Gewerbeordnung der stehende Gewerbebetrieb. Darunter zu verstehen ist der Betrieb von einer festen Geschäftseinrichtung aus im Unterschied zum Reisegewerbe. Ebenfalls anzuzeigen ist die

- Verlegung des Betriebes,
- die Erweiterung des Geschäftsgegenstandes,
- die Übernahme bzw. der Eintritt in eine Personengesellschaft (nicht GmbH's) und
- die Aufgabe des Betriebes.

Wie ein stehender Gewerbebetrieb anzeigespflichtig ist, ist es auch

- der Betrieb einer Zweigniederlassung oder
- einer unselbständigen Zweigstelle sowie
- die Aufstellung von Automaten (beim jeweiligen Aufstellungsort).

Über die Gewerbeanzeige werden folgende Behörden informiert:

- Finanzamt
- Berufsgenossenschaft
- Statistisches Landesamt
- Industrie- und Handelskammer und/oder Handwerkskammer
- Handelsregistergericht.

Sollte das Finanzamt oder die Berufsgenossenschaft nach vier bis sechs Wochen nichts von sich hören lassen, ist es dringend geboten, mit diesen Behörden selbst den Kontakt aufzunehmen, um auftauchende Fragen schon im

Vorfeld klären zu können. Z. B. benötigen Sie eine Steuernummer des Finanzamtes, die Bestandteil Ihrer Rechnung sein muss.

Zur Gewerbeanzeige bringen Sie bitte Ihren Personalausweis bzw. Pass mit und, sofern erforderlich, besondere Erlaubnisurkunden (zum Beispiel Handwerkskarte). Gegebenenfalls ist ein Unternehmen auch in das Handelsregister einzutragen. Nähere Informationen entnehmen Sie dem Kapitel 14 Rechtsformen – Wann und wie ins Handelsregister?.

Ausländische Existenzgründer

Staatsangehörige eines EU-Mitgliedsstaates sind deutschen Staatsangehörigen gleichgestellt (Freizügigkeit). Sie genießen also Niederlassungsfreiheit und können unter gleichen Voraussetzungen ein Gewerbe ausüben. Alle anderen Ausländer (einschließlich ausländischen Arbeitnehmern und deren Kinder) bedürfen zur Aufnahme eines Gewerbes einer gültigen und unbeschränkten Aufenthaltserlaubnis. Bisweilen wird die Aufenthaltserlaubnis nur auf ein bestimmtes Gewerbe (zum Beispiel Betrieb einer Gaststätte) beschränkt. Zuständig hierfür sind die Ausländerämter.

Freiberufler

Beim Gewerbeamt müssen nicht angemeldet werden:

- Land- und Forstwirtschaftsbetriebe (sofern kein Zukauf von Handelsware)
- selbständige Tätigkeiten der freien Berufe

Die Berufsgruppe der Freiberufler übt qua Definition kein Gewerbe aus. Für sie erübrigt sich die Gewerbeanmeldung. Sie sind jedoch verpflichtet, dem Finanzamt die Aufnahme der selbständigen Tätigkeit formlos mitzuteilen.

Bei der Beschäftigung von Mitarbeitern ist auch die Kontaktaufnahme zur Berufsgenossenschaft erforderlich.

Freiberufler werden im § 18 des Einkommensteuergesetzes definiert. Die dortige Aufzählung gliedert sich in drei Gruppen:

- wissenschaftliche, künstlerische, schriftstellerische und unterrichtende Tätigkeiten
- die sog. Katalogberufe: Ärzte, Anwälte, Steuerberater, Dolmetscher, beratende Betriebs- und Volkswirte, Ingenieure und andere
- die ähnlichen Berufe

Die Ähnlichkeit liegt nach Meinung der Finanzverwaltung (diese trifft bei Abgrenzungs-

fragen die Entscheidung) oftmals vor, wenn entsprechende tiefere Fachkenntnisse auf andere Weise (als durch Studium) erworben wurden. Aber auch bei einigen Katalogberufen, so z. B. beim Ingenieur, können Abgrenzungsprobleme zum Gewerbebetrieb auftauchen. Die eigentliche Ingenieurstätigkeit (Entwicklung, Berechnung, Konstruktion, Beratung) ist freiberuflich. Wenn der Ingenieur jedoch Handel betreibt (Verkaufsingenieur), Ware produziert oder als Generalunternehmer (Bau-träger) fungiert, ist er gewerblich tätig und muss sein Gewerbe anmelden. Sind freiberufliche und gewerbliche Tätigkeiten nicht leicht und klar zu trennen, wird ein Gewerbebetrieb vermutet. Bei Abgrenzungsfragen sollten Sie auch Ihren Steuerberater konsultieren.

13. Gewerberechtliche Genehmigungen/ Sach- und Fachkunde

Trotz Gewerbefreiheit bestehen für verschiedene Gewerbebezüge besondere Genehmigungs-pflichten:

Reisegewerbe

Für die Ausübung eines Reisegewerbes ist eine besondere Erlaubnis (Reisegewerbekarte) beim Gewerbeamt einzuholen. Örtlich zuständig ist die Stadt- oder Gemeindeverwaltung des gewöhnlichen Aufenthaltes des Gewerbetreibenden, in der Regel also des Wohnsitzes. Zu beantragen und mitzuführen ist die Reisegewerbekarte vom Unternehmer, bzw. in beglaubigter Kopie auch von seinen Angestellten. Sie wird erteilt, wenn der Antragsteller in geordneten Vermögensverhältnissen lebt und strafrechtlich nicht in Erscheinung getreten ist. Ein Reisegewerbe betreibt, wer gewerbsmäßig ohne vorherige Bestellung außerhalb seiner gewerblichen Niederlassung oder ohne eine solche zu haben Waren oder Leistungen anbietet oder als Schausteller tätig ist (§ 55 Gewerbeordnung). Reisegewerbekartefreie Tätigkeiten sind unter anderem:

- die gelegentliche Veranstaltung von Messen oder Ausstellungen,
- der Verkauf von Druckschriften,
- die Vermittlung von Versicherungs- oder Bausparverträgen,
- der Verkauf eigener landwirtschaftlicher Erzeugnisse.

Im Reisegewerbe verboten ist unter anderem der Vertrieb von Giften und Pflanzenschutzmitteln, elektromedizinischen Geräten, Wertpapieren, Edelmetallen und Edelsteinen.

Besondere Voraussetzungen gelten bei Ausübung eines Wanderlagers. Wer von jeweils

wechselnden Geschäftslokalen aus Ware veräußert, muss dies 14 Tage vorher bei der jeweiligen Gemeinde mit Durchschrift an die IHK anmelden.

Handwerk

In Deutschland gibt es 151 verschiedene Handwerksberufe, deren Ausübung gesetzlich durch die Handwerksordnung (HWO) geregelt wird. Dabei werden die folgenden drei Gruppen unterschieden: zulassungspflichtige Handwerke, zulassungsfreie Handwerke und handwerksähnliche Gewerbe. Die jeweils zugehörigen Gewerbe sind in drei Anlagen der HWO namentlich aufgelistet.

Es gibt gemäß Anlage A der HWO 41 zulassungspflichtige Handwerke, die nur dann ausgeübt werden dürfen, wenn sie nach Erbringung eines Qualifikationsnachweises in die Handwerksrolle der zuständigen Handwerkskammer eingetragen worden sind. Die Erbringung des Qualifikationsnachweises muss entweder durch den Inhaber oder einen angestellten Mitarbeiter als fachlich-technischem Betriebsleiter erfolgen. Als Qualifikationsnachweis gilt i. d. R. die Meisterprüfung; jedoch sind auch andere Qualifikationsnachweise, z. B. durch die sog. Altgesellenregelung möglich. Sonderregeln gelten für Anlern-tätigkeiten, die innerhalb von drei Monaten erlernbar sind.

Bietet man im Rahmen eines nicht-handwerklichen Hauptbetriebes (z. B. Kfz-Handel) zulassungspflichtige handwerkliche Leistungen an Dritte an, die in einem fachlich-technischen Zusammenhang mit dem Hauptbetrieb stehen (z. B. Kfz-Reparaturwerkstatt), so muss dieser sog. handwerkliche Nebenbetrieb bei der Handwerkskammer eingetragen werden, sobald die sog. Unerheblichkeitsgrenze überschritten wird.

Die Gruppe des zulassungsfreien Handwerks besteht aus 53 Gewerben, die in der Anlage B Abschnitt 1 der HWO namentlich aufgelistet sind. Sie sind ebenfalls bei der Handwerkskammer eintragungspflichtig. Bei diesen Gewerben ist kein Qualifikationsnachweis als Voraussetzung für die Selbständigkeit erforderlich. Die Ablegung der Meisterprüfung ist jedoch auf freiwilliger Basis möglich.

Als dritte Gruppe gibt es 57 handwerksähnliche Gewerbe, die in der Anlage B Abschnitt 2 der HWO namentlich aufgelistet sind. Auch diese Gewerbe sind bei der Handwerkskammer eintragungspflichtig, jedoch ist kein Qualifikationsnachweis erforderlich.

Die angeführten Eintragungsvorschriften sind auch dann zu beachten, wenn das handwerkliche Gewerbe nur nebenberuflich ausgeübt wird.

Die Ausbildungsmöglichkeiten in den einzelnen Gewerben sind in Abhängigkeit von den jeweiligen Qualifikationserfordernissen geregelt.

Es wird dringend empfohlen, sich zwecks Klärung von Einzelfragen an die Abteilung Handwerksrolle der Handwerkskammer zu wenden (Tel. 0211 8795-530).

Gewerblicher Güterkraftverkehr

Zu unterscheiden ist zwischen dem nationalen und dem grenzüberschreitenden Güterkraftverkehr. Voraussetzung für die Erteilung der entsprechenden Erlaubnis ist der Nachweis der

- Fachliche Eignung (Eignungsprüfung bei der IHK)
- Persönliche Zuverlässigkeit
- Finanzielle Leistungsfähigkeit

Genehmigungen werden auf Antrag von den jeweiligen Straßenverkehrsämtern erteilt.

Wollen Sie im Rahmen Ihrer selbständigen gewerblichen Tätigkeit Werkverkehr betreiben, also Transporte für Ihr eigenes Unternehmen und einem anderen als Abnehmer, so benötigen Sie hierfür keine Genehmigung. Hier hat nur eine Anzeige gegenüber dem Bundesamt für Güterverkehr (BAG) in Münster zu erfolgen.

Weitere Auskünfte erteilt die Abteilung Standortpolitik Ihrer IHK.

Personenbeförderung

Auch für Existenzgründer im Bereich Personenbeförderung mit Omnibussen, Mietwagen und Taxis gilt Genehmigungspflicht. Genehmigungsbehörden für den Taxi- und Mietwagenverkehr sind hier auch die Straßenverkehrsämter. Die Genehmigung wird unter folgenden Voraussetzungen erteilt:

- Fachliche Eignung (Prüfung bei der IHK erforderlich)
- Persönliche Zuverlässigkeit
- Finanzielle Leistungsfähigkeit

Zuständig für den Kraftomnibusverkehr – Linienverkehr, dessen Sonderformen sowie Gelegenheitsverkehr (Ausflugsfahrten, Ferienzeleureisen und Mietomnibusse) – ist die Bezirksregierung.

Für den Bezirk Mittlerer Niederrhein ist die Bezirksregierung Düsseldorf zuständig. Auch hierfür gelten die drei Berufszugangsvoraussetzungen:

- Fachliche Eignung (Prüfung bei der IHK erforderlich)
- Persönliche Zuverlässigkeit
- Finanzielle Leistungsfähigkeit

Gaststätten - Beherbergungsgewerbe

Nach dem Gaststättengesetz ist für den Betrieb einer Gaststätte oder eines Beherbergungsbetriebes eine Erlaubnis im Sinne des Gaststättengesetzes (Gaststättenkonzession) erforderlich, wenn Alkohol ausgeschenkt werden soll. Zu den Gaststätten gehören auch Trinkhallen und Imbissstuben, auch hier ist eine Erlaubnis notwendig, wenn Alkohol ausgeschenkt wird. Das Verabreichen von alkoholfreien Getränken und Speisen zum Verzehr an Ort und Stelle oder das Verabreichen als eine unentgeltliche Kostprobe sind demgegenüber erlaubnisfrei. Die Konzession kann erst erteilt werden, wenn der Antragsteller an einem Unterrichtsverfahren über lebensmittel- und hygienerechtliche Vorschriften bei der Industrie- und Handelskammer (Gaststättenunterricht) teilgenommen hat. Die Erlaubnis ist personen-, betriebsart- und raumbezogen und nicht übertragbar.

Versicherungsvermittler und -berater

Versicherungsvermittler und -berater benötigen eine Erlaubnis nach § 34d/e Gewerbeordnung. Die Erlaubnis wird von der Industrie- und Handelskammer erteilt, wenn die Antragsteller

- die persönliche Zuverlässigkeit besitzt,
- in geordneten Vermögensverhältnissen lebt,
- eine Berufshaftpflichtversicherung abgeschlossen hat und
- sachkundig ist.

Von der Erlaubnispflicht befreit sind sog. gebundene Vertreter, die nur für ein Versicherungsunternehmen tätig sind bzw. keine in Konkurrenz stehenden Produkte mehrerer Versicherungsunternehmen vermitteln und ein Versicherungsunternehmen die Haftung übernimmt.

Alle Versicherungsvermittler und -berater müssen sich zudem im Vermittlerregister eintragen lassen. Das Register wird von der Industrie- und Handelskammer geführt.

Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlageberater

Auch Vermittler und Berater von Finanzanlagen benötigen eine Erlaubnis nach § 34 f bzw. § 34 h der Gewerbeordnung und müssen sich in das Vermittlerregister eintragen lassen. Die Erlaubnis und Registrierung vergibt die IHK. Auch in diesen Verfahren müssen

- die erforderliche Zuverlässigkeit
- geordnete Vermögensverhältnisse
- eine Berufshaftpflichtversicherung sowie
- ausreichende Sachkunde

nachgewiesen werden.

Lediglich solche Finanzanlagenvermittler, die als vertraglich gebundene Vermittler unter dem Haftungsdach eines Finanzdienstleistungsinstitutes tätig werden, benötigen keine Erlaubnis.

Weitere erlaubnispflichtige Tätigkeiten:

- Handel mit Milch und Milcherzeugnissen etc. (Milch- und Margarinegesetz)
- Waffenhandel
- Pfandleihgewerbe
- Bewachungsgewerbe
- Versteigerergewerbe
- Wohn-/Grundstücksmakler, Baubetreuer und Finanzierungsvermittler (§ 34c Gewerbeordnung)
- Aufstellung von Spielgeräten
- Betrieb von privaten Krankenanstalten
- Gewerbliche Arbeitnehmerüberlassung und -vermittlung
- Finanzanlagenvermittler (§ 34f Gewerbeordnung)

Gewerbeuntersagung

Das Gegenstück zur prinzipiellen Gewerbe-freiheit in Deutschland ist die Gewerbe-untersagung wegen erwiesener Unzuverlässigkeit. § 35 Gewerbeordnung sieht vor, dass bei nachhaltiger finanzieller oder persönlicher Unzuverlässigkeit die Gewerbeausübung ganz oder teilweise untersagt werden kann. Zuständig hierfür sind die Kreise bzw. kreisfreien Städte. In den meisten Fällen geht die Gewerbeuntersagung vom Finanzamt aus, sei es, dass Steuererklärungen über einen längeren Zeitraum nicht oder nicht rechtzeitig abgegeben wurden, oder dass Zahlungs-säumigkeit vorliegt. Da die Gewerbeuntersagung einen schweren persönlichen Eingriff darstellt, werden zuvor die gewerblichen Berufskammern gehört.

14. Rechtsformen

Namen

Sie haben bereits erfahren, dass in Deutschland zwar Gewerbefreiheit besteht, Sie Ihre selbständige gewerbliche Tätigkeit aber beim Gewerbeamt Ihrer Stadt oder Gemeinde anzumelden haben. Anzugeben ist in der Gewerbebeanmeldung der Vor- und Zuname des Gewerbetreibenden, im Falle einer Handelsregisterfirma der Name der Firma. Ein nicht im Handelsregister eingetragenes Unternehmen darf eine Branchen- und Geschäftsbezeichnung (Gaststätte "Zum Hirsch" oder "Textil-einzelhandel") führen. In der Werbung ist auch eine verkürzte Unternehmensbezeichnung zulässig, nicht dagegen auf dem Briefbogen oder Rechnungen. Dort ist stets der Vor- und Zuname zu führen bzw. der Firmenname (unverkürzt und unverfälscht) so, wie er im Handelsregister eingetragen ist.

Wann und wie ins Handelsregister?

Bei den Amtsgerichten werden alle Firmen ins Handelsregister eingetragen. Die Firma ist der Name des Einzelkaufmanns bzw. der Gesellschaft (OHG, KG oder GmbH). Nicht jeder Gewerbetreibende wird aber vom Start weg in das Handelsregister eingetragen. Das Handelsgesetz unterscheidet zwischen Istkaufmann und Kannkaufmann. Solange man keinen „in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb“ führt, braucht man auch nicht ins Handelsregister eingetragen werden. Dies kann jedoch auf Antrag geschehen (Kann-kaufmann).

Ist jedoch „ein in kaufmännischer Weise eingerichtete Geschäftsbetrieb“ vorhanden, dann ist das Unternehmen als Kaufmann anzusehen, unabhängig davon, ob es auch im Handelsregister eingetragen ist (Istkaufmann).

Das Kriterium ein in kaufmännischer Weise eingerichteter Geschäftsbetrieb ist immer im Einzelfall zu prüfen. Beispielsweise kann es erfüllt sein, wenn mehr als 250.000 € Umsatz erzielt werden, mehrere Mitarbeiter beschäftigt sind, eine Filiale vorhanden ist, komplizierte Kalkulations- und Abrechnungsarbeiten erforderlich sind. Auf einen Istkaufmann und eingetragenen Kannkaufmann finden alle Vorschriften des Handelsgesetzbuches Anwendung. Wenn die vorhin beschriebene Größenordnung erreicht ist, besteht die Pflicht, sich eintragen zu lassen.

Konsequenz: Sie müssen über einen Notar Ihre Firma zur Eintragung im Handelsregister

anmelden. Unabhängig von der Größenordnung gilt dies stets für die GmbH.

Rechtsformen (Kurzcharakteristika)

Einzelunternehmer/Einzelfirma

Sie sind alleiniger Herr im Haus und bestimmen, was gemacht wird. Dafür tragen Sie aber auch allein das Risiko. Sie haften folglich nicht nur mit dem gewerblichen, sondern mit dem gesamten Privatvermögen.

Pro:

- eigener Herr im Haus
- keine bestimmte Kapitalausstattung nötig
- unbürokratischer Start
- leichte Kreditaufnahme aufgrund persönlicher Haftung
- hohes Ansehen im Geschäftsverkehr

Kontra:

- volle persönliche Haftung
- Finanzierung muss allein aufgebracht werden

Ein häufiges Missverständnis: Die nicht am Unternehmen beteiligte Ehefrau haftet nicht für Ihr unternehmerisches Engagement, und zwar unabhängig davon, ob der gesetzliche Güterstand (Zugewinnngemeinschaft) oder Gütertrennung vereinbart ist. Sind die Ehepartner beispielsweise gemeinsam Eigentümer eines Einfamilienhauses, hätten die Gläubiger nur Zugriff auf den Eigentumsanteil des Vertragspartners, das heißt auf 50% des Immobilienwertes.

Name:

Beim Kleingewerbetreibenden (nur Gewerbeanmeldung) ist der ausgeschriebene Vor- und Zuname erforderlich, ggf. ergänzt um eine Tätigkeits-/Geschäftsbezeichnung. Der im Handelsregister eingetragene Einzelunternehmer kann zwischen Personen-, Sach-, Phantasiefirma bzw. Mischungen wählen; zwingend erforderlich ist der Rechtsformzusatz „e. K.“, „e. kfm.“ oder „e. Kfr.“ oder „eingetragener Kaufmann/-frau. Stimmen Sie den Namen vorher mit der IHK ab!

Angaben auf Geschäftspapieren beim e. K.:

Firma, Rechtsformzusatz, Ort der Niederlassung, Registergericht, Handelsregisternummer

Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) und offene Handelsgesellschaft (OHG)

Erfolgt die Unternehmensgründung durch mehrere, mindestens zwei Aktive, entsteht kraft Gesetzes entweder eine GbR oder eine OHG. Die GbR wird automatisch zu einer OHG mit

(freiwilliger) Eintragung im Handelsregister oder ab einer bestimmten Geschäftsgröße. Sie ist dann in das Handelsregister einzutragen (vergl. oben). Für beide Gesellschaften bestehen zwar gesetzlich keine besonderen Formvorschriften, doch empfiehlt sich dringend der Abschluss eines schriftlichen Gesellschaftsvertrages.

Er sollte folgende Eckpunkte enthalten:

- genaue Beschreibung des Geschäftsgegenstandes;
- Dauer und Kündigungsfristen (nicht zu kurz bemessen, Mindestvertragsdauer vorsehen);
- Höhe der Einlage jedes Gesellschafters;
- Fixierung der persönlichen Mitarbeit und Vergütungsregelung;
- Gewinn- und Verlustbeteiligung;
- Beschlussfassungsregelung;
- Regelung für den Krankheitsfall;
- Auseinandersetzungsregelung im Anschluss an Kündigung;
- Möglichkeit der Fortführung durch verbleibenden Gesellschafter;
- Abfindungsregelung (nach Buch- oder Zeitwerten).

Name der GbR:

Vor- und Zuname aller Gesellschafter, ggf. ergänzt um eine Tätigkeits-/Geschäftsbezeichnung

Name der OHG:

Personen-, Sach-, Phantasiefirma bzw. Mischung daraus möglich; zwingend erforderlich ist der Rechtsformzusatz „OHG“ oder „offene Handelsgesellschaft“. Stimmen Sie den Namen vorher mit der IHK ab!

Angaben auf Geschäftspapieren:

Firma, Rechtsformzusatz, Ort der Niederlassung, Registergericht, Handelsregisternummer. Ist kein Gesellschafter eine natürliche Person, sind auf den Geschäftsbriefen ferner die Firmen der Gesellschafter anzugeben sowie die für diese Gesellschaften vorgeschriebenen Angaben

Pro:

- hohes Ansehen im Geschäftsverkehr
- leichte Kreditaufnahme aufgrund persönlicher Haftung
- Vertragsgestaltung sehr variabel
- keine größeren Formalitäten, OHG allerdings eintragungspflichtig

Kontra:

- volle persönliche Haftung
- hohes gegenseitiges Vertrauen der Gesellschafter erforderlich

Kommanditgesellschaft (KG), GmbH & Co.

Die Kommanditgesellschaft ist eine Sonderform der OHG. Sie besteht aus mindestens zwei Gesellschaftern, wobei mindestens ein Gesellschafter (Komplementär) unbeschränkt mit seinem gesamten Vermögen, wie der Gesellschafter der OHG, haftet. Der andere Teil (Kommanditist) haftet dagegen nur im Umfang seiner (in der Höhe beliebig festzulegenden) Kommanditeinlage. Aufgrund seiner beschränkten Haftung ist er auch nur mit einer festen Rate oder einer Kombination aus Festzins und Erfolgsbeteiligung am Gewinn und Verlust beteiligt.

Die GmbH & Co. KG ist eine besondere Rechtsform der Kommanditgesellschaft. Bei ihr übernimmt die Rolle des persönlich haftenden Gesellschafters eine GmbH. Damit entsteht letztendlich eine beschränkt haftende Kommanditgesellschaft.

Name

Personen-, Sach-, Phantasiefirma bzw. Mischung daraus möglich; zwingend erforderlich ist der Rechtsformzusatz KG oder „Kommanditgesellschaft“. Bei der GmbH & Co. KG muss auf die Haftungsbeschränkung hingewiesen werden, z. B. durch die Angabe den gängigen Rechtsformzusatz „GmbH & Co. KG“.

Angaben auf Geschäftspapieren

Firma, Rechtsformzusatz, Ort der Niederlassung, Registergericht, Handelsregisternummer. Sofern keine natürliche Person persönlich haftet, sind auf den Geschäftsbriefen ferner die Firmen der Komplementäre anzugeben sowie die für diese Gesellschaften vorgeschriebenen Angaben.

Pro:

- wie OHG
- besonders geeignet, um Unternehmensnachfolge vorzubereiten
- Kapitalbeschaffung auch ohne Bankkredit möglich (Kommanditistenkapital)
- familienfreundlich (Familienbetrieb)

Kontra:

- wie OHG
- GmbH & Co.: hoher Gründungsaufwand, zwei selbständige Firmen und Jahresabschlüsse erforderlich für GmbH und KG

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Die GmbH ist eine Kapitalgesellschaft mit eigener Rechtspersönlichkeit (juristische Person im Unterschied zu natürlichen

Personen). Die Gesellschafter haften nur mit ihrer Kapitaleinlage. Das Mindeststammkapital beträgt 25.000 Euro, wobei zur Gründung nur die Hälfte eingezahlt werden muss. Anstelle von Barkapital können auch Sachwerte eingebracht werden. Sie sind in einem Sachgründungsbericht genau zu definieren und deren Werthaltigkeit durch ein Sachverständigengutachten zu belegen. Als Sachwerte eingebracht werden können auch bestehende andere Unternehmen. Deren Werthaltigkeit ist durch einen aktuellen Jahresabschluss zu belegen.

Der Gesellschaftsvertrag der GmbH sowie alle Änderungen bedürfen stets der notariellen Beurkundung. Dies gilt auch für die Bestellung und Abberufung des Geschäftsführers. Die Gründung und sämtliche Änderungen sind dem Handelsregister anzuzeigen und im elektronischen Bundesanzeiger zu veröffentlichen. Der Geschäftsführervertrag selbst ist allerdings ein normaler Arbeitsvertrag. Zum Inhalt des Gesellschaftsvertrages vergleiche oben GbR.

Name

Personen-, Sach-, Phantasiefirma bzw. Mischung daraus möglich; zwingend ist der Rechtsformzusatz „GmbH“ oder „Gesellschaft mit beschränkter Haftung“. Stimmen Sie den Namen vorher mit Ihrer IHK ab.

Angaben auf Geschäftspapieren

Firma, Rechtsformzusatz, Ort der Niederlassung, Registergericht, Handelsregisternummer, alle Geschäftsführer (Vor- und Zuname) und Aufsichtsratsvorsitzender (Vor- und Zuname), sofern ein Aufsichtsrat gebildet ist und dieser einen Vorsitzenden hat.

Publizität

Alle GmbH's sind verpflichtet, ihren Jahresabschluss im elektronischen Bundesanzeiger zu veröffentlichen. Kleine GmbH's (müssen mindestens zwei der folgenden Kriterien erfüllen: Bilanzsumme $\leq 4,840$ Mio € (abzüglich negativem Eigenkapital), Jahresumsatz $\leq 9,680$ Mio. €, weniger als 50 Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt) brauchen nur eine verkürzte Bilanz vorzulegen. Bei Kleinstkapitalgesellschaften (Bilanzsumme ≤ 350.000 €, Jahresumsatz ≤ 700.000 €, Mitarbeiter ≤ 10) muss der Jahresabschluss nicht veröffentlicht werden. Es genügt die Hinterlegung der Bilanz, die dann durch Dritte nur auf kostenpflichtigen Antrag eingesehen werden kann.

Pro:

- beschränkte Haftung
- straffe Unternehmensleitung auch durch externen Geschäftsführer
- Unternehmensnachfolge kann problemlos geregelt werden

Kontra:

- hoher Gründungsaufwand (Mindestkosten 750 €)
- strikte rechtliche Trennung zwischen Gesellschafter- und Gesellschaftsphäre
- alle Änderungen bedürfen der notariellen Beurkundung
- Publizitätspflicht der GmbH
- meist: teurere Buchführung und Steuerberatung

Die Unternehmergeellschaft (UG)

Die Unternehmergeellschaft ist keine eigenständige Rechtsform, sondern eine Sonderform der GmbH. Umgangssprachlich wird sie daher auch Mini-GmbH genannt. Als GmbH-Form ist auch die UG eine juristische Person (Kapitalgesellschaft) und hat damit eine eigenständige Rechtspersönlichkeit. Sie besitzt einen eigenen Namen (Firma) und wird durch ihre(n) Geschäftsführer vertreten.

Die UG zeichnet sich insbesondere dadurch aus, dass eine Gründung schon mit einem Stammkapital von 1,00 € möglich ist. Der zu wählende Betrag muss auf volle Euro lauten und sollte sich nach dem zu erwartendem Finanzbedarf richten, um eine von Anfang an insolvenzbedrohte Gesellschaft zu vermeiden. Eine Sacheinlage (z.B. Maschinen, Forderungen, Geschäftsbetriebe) ist bei der UG jedoch ausgeschlossen. Die UG ist als Einstiegsvariante in die GmbH konzipiert. Es besteht daher die Pflicht, Kapital anzusparen. Die UG darf nicht den kompletten Jahresgewinn an ihre Gesellschafter ausschütten, sondern muss ein Viertel des Jahresüberschusses in eine Rücklage einstellen, welche nur zum Verlustausgleich vorangegangener Jahre oder für Stammkapitalerhöhungen verwandt werden darf. Für Verbindlichkeiten der UG steht den Gläubigern als Haftungsmasse nur das Gesellschaftsvermögen zur Verfügung.

Der Gesellschaftsvertrag kann wie bei der GmbH individuell ausgehandelt werden. Bei der UG besteht aber auch die Möglichkeit, auf ein als Anlage zum GmbH-Gesetz verfügbares so genanntes Musterprotokoll eines Gesellschaftsvertrages zurückzugreifen. Voraussetzung für die Verwendung ist, dass die UG maximal drei Gesellschafter und nur einen Geschäftsführer hat. Die Verwendung des Musterprotokolls führt zur Einsparung von Notarkosten, jedoch können keine vom Gesetz abweichenden Bestimmungen getroffen werden.

Name

Personen-, Sach-, Phantasiefirma bzw. Mischung daraus möglich; zwingend ist der Rechtsformzusatz „Unternehmergeellschaft

(haftungsbeschränkt)“ oder „UG (haftungsbeschränkt)“. Stimmen Sie den Namen vorher mit der IHK ab!

Angaben auf Geschäftspapieren: vgl. GmbH

Pro:

- wie GmbH
- niedriger Gründungsaufwand

Kontra:

- wie GmbH

Betriebsaufspaltung

Sofern Sie bei Gründung oder später nicht nur Waren, Rohstoffe oder den Maschinenpark zu finanzieren haben, sondern zum Beispiel eine eigene Betriebsimmobilie errichten, gewinnen Überlegungen zur sog. Betriebsaufspaltung an Bedeutung. Markenzeichen der Betriebsaufspaltung ist die Teilung des Anlagevermögens und Übertragung auf zwei rechtlich selbständige Unternehmen: Das Besitzunternehmen (auch als GbR möglich) und das Betriebsunternehmen (meist GmbH). Das Besitzunternehmen verwaltet das wesentliche Anlagevermögen (Betriebsimmobilie oder wertvolle Maschinen) und verpachtet dieses an die Betriebsgesellschaft. Stößt nun der Betriebs-GmbH etwas zu, muss sie beispielsweise Insolvenz anmelden, haftet nicht das Gesamtvermögen, sondern nur dasjenige der GmbH. Im Prinzip ist auf diese Weise auch bei außerordentlichen Schadensfällen nicht das Gesamtvermögen gefährdet. Allerdings verlangen Kreditgeber häufig eine Mithaftung auch des Besitzunternehmens

Steuerlich wird zwischen echter und unechter Betriebsaufspaltung unterschieden. Bei der echten Betriebsaufspaltung wird ein bisher einheitlicher Gewerbebetrieb in der Weise aufgeteilt, dass ein Teil des Betriebsvermögens (z. B. das bewegliche Anlage- und/oder Umlaufvermögen) auf eine Betriebs-GmbH übertragen wird, und mindestens eine wesentliche Betriebsgrundlage (i. d. R. Betriebsimmobilie) beim Besitzunternehmen verbleibt. Weitere Voraussetzung ist Personenidentität zwischen Besitz- und Betriebsunternehmen, zumindest müssen die Mehrheitsverhältnisse so gestaltet sein, dass auf beiden Seiten dieselben Personen den beherrschenden Einfluss ausüben. Unter diesen Bedingungen wird die haftungsrechtliche Trennung des Vermögens auch steuerlich anerkannt mit der Folge, dass die Vorteile eines Personenunternehmens mit denjenigen einer Kapitalgesellschaft kombiniert werden können. Allerdings bleibt auch das Vermögen des Besitzunternehmens steuerlich verhaftet, so dass im Falle der Veräußerung

oder Betriebsaufgabe die stillen Reserven zu versteuern sind.

Bei der unechten Betriebsaufspaltung erfolgt die Aufspaltung schon zu Beginn der Unternehmertätigkeit oder aus Anlass einer größeren Investition.

Noch einen Schritt weiter als die Betriebsaufspaltung gehen Aufspaltungsmodelle, die die personelle Verflechtung zwischen Besitz- und Betriebsunternehmen vermeiden. Typischer Fall: Ehefrau ist Eigentümer der Betriebsimmobilie, Ehemann alleiniger Gesellschafter der Betriebs-GmbH. Auf diese Weise werden zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen: Man kann die Vorteile der Betriebsaufspaltung nutzen, behält aber dennoch das Besitzvermögen im Privatbesitz und zahlt keine Gewerbesteuer. Es sind also auch keine stillen Reserven bei Veräußerung oder Betriebsaufgabe aufzudecken.

Die Betriebsaufspaltung erfordert im Hinblick auf die personelle und sachliche Verzahnung umfangreiche Regelwerke und deshalb eine besonders versierte Vorbereitung und Beratung. In Betracht kommt sie nur bei hohen Investitionen, zum Beispiel in Immobilien.

Pro:

- optimale Haftungsregelung
- steuerliche Vorteile
- ansonsten wie GmbH

Kontra

- bei Gesellschaftswechsel Steuerfalle (Aufdeckung stiller Reserven).

15. Steuern und Sozialabgaben

In diesem Kapitel lernen Sie in Grundzügen die wichtigsten Steuern und Sozialabgaben kennen. Ferner erfahren Sie, welche steuerlichen Folgen die Rechtsformwahl (zum Beispiel Einzel firma oder GmbH) hat. Weitere Auskünfte erteilt Ihr Steuerberater.

Steuern

Umsatzsteuer

Steuersystematisch bezweckt die Umsatzsteuer nur die Belastung des Endverbrauchers (Konsum).

Die Regelsteuersätze betragen 19% und – für einige Güter des täglichen Bedarfs – 7%. Jeder Unternehmer ist verpflichtet, seine Lieferungen oder Leistungen mit Mehrwertsteuer zu berechnen.

Auf den Nettobetrag sind also jeweils 19% bzw. 7% aufzuschlagen.

Der Unternehmer ist berechtigt, die ihm belastete Mehrwertsteuer als Forderung gegen das Finanzamt geltend zu machen (Vorsteuer).

Erst der Saldo aus Mehrwertsteuer und Vorsteuer ergibt die Zahllast an das Finanzamt oder einen Erstattungsbetrag vom Finanzamt an den Unternehmer.

Bei hohen Vorsteueransprüchen (oft im Gründungsstadium) kann sich sogar ein Guthaben ergeben, welches auf Antrag erstattet wird (Liquidität).

Bis zum 10. des Folgemonats ist jeweils eine Umsatzsteuervoranmeldung beim Finanzamt einzureichen. Die Anmeldung muss elektronisch über das ELSTER-Portal erfolgen. Gleichzeitig ist die entsprechende Zahlung fällig. Grundsätzlich richtet sich die Erfassung der Steuerbeträge nach der Rechnungsstellung, also nicht nach dem Zahlungseingang. Dies gilt auch für Teilleistungen, bei denen das Gesamtentgelt auf einzelne Raten aufgeteilt wurde.

Eine zusammenfassende Meldung ist bis zum 25. Tag des Folgemonats dem Bundeszentralamt für Steuern elektronisch zu übermitteln. In ihr sind alle Lieferungen innerhalb der Europäischen Union (EU) aufzuführen.

Der Zweck dieser zusammenfassenden Meldung besteht darin, innergemeinschaftliche Exportumsätze zu erfassen, da seit 1993 keine Grenzkontrollen mehr zur Überprüfung des Exports existieren. Wichtig bei innergemeinschaftlichen Lieferungen:

Beantragen Sie eine Umsatzsteuer-Identnummer beim Bundeszentralamt für Steuern.

Erleichterungen für Kleinunternehmer

Beträgt die Steuer für das vorangegangene Kalenderjahr nicht mehr als 7.500 €, ist Voranmeldungszeitraum das Kalendervierteljahr. Beträgt die Steuer nicht mehr als 1.000 €, kann das Finanzamt den Unternehmer von Voranmeldungen und Vorauszahlungen befreien. Bei Neugründungen müssen die Voranmeldungen im ersten und zweiten Geschäftsjahr grundsätzlich monatlich erfolgen. Frei von Umsatzsteuer sind solche Unternehmen, deren Vorjahresumsatz nicht mehr als 17.500 € betrug und im laufenden Kalenderjahr voraussichtlich (Prognose zu Beginn des Jahres) 50.000 € nicht übersteigen wird. Bei

Neugründungen bezieht sich die Umsatzprognose auf den erstgenannten Wert. Auf diese Befreiung kann aber verzichtet werden (Option für die Umsatzsteuer). Dies ist sinnvoll, falls in der Anlaufphase größere Investitionen getätigt werden (Vorsteuererstattung).

Bagatellregelung für die zusammenfassende Meldung: Belieft sich der Gesamtumsatz im Vorjahr (netto) auf nicht mehr als 200.000 € und wird er voraussichtlich auch im laufenden Kalenderjahr nicht höher sein und übersteigen die innergemeinschaftlichen Warenlieferungen nicht 15.000 €, ist das Kalenderjahr der Anmeldezeitraum. Praxishinweis: Informieren Sie sich frühzeitig über die Formvorschriften zu Rechnungen und Belegen, damit der Vorsteuerabzug möglich ist.

Einkommensteuer

Die Einkommensteuer richtet sich nach der Höhe Ihres zu erwartenden Einkommens. Bei Gründung eines Unternehmens verlangt das Finanzamt oft eine Selbsteinschätzung. Das Finanzamt setzt daraufhin Vorauszahlungen fest.

Kalkulieren Sie eher zurückhaltend. Frist: Vorauszahlungen sind quartalsweise zu zahlen (10. März, 10. Juni, 10. Sept., 10. Dez.).

Steuersätze: Die Einkommensteuer ist eine linear-progressive Steuer, das heißt die Steuerbelastung steigt mit der Höhe des Einkommens. Der Eingangssteuersatz beträgt z.Zt. 14%, der Spitzensteuersatz beträgt z.Zt. 42% bzw. 45% für Einkommen über 250.000 € bei Alleinstehenden oder über 500.000 € bei Verheirateten (sog. Reichensteuer). Mit der Einkommensteuer verknüpft ist der Solidaritätszuschlag (5,5% der Einkommensteuerlast).

Kirchensteuer

Die Kirchensteuer richtet sich nach der Höhe des Einkommens. Der Steuersatz beträgt in NRW 9%. Sie ist gleichzeitig mit der Einkommensteuer abzuführen.

Körperschaftsteuer

Die Körperschaftsteuer ist die Steuer der Kapitalgesellschaften (GmbH's). Sie ist das Gegenstück zur Einkommensteuer. Gegenüber dem linear-progressiven Tarif der Einkommensteuer beläuft sich der Körperschaftsteuersatz einheitlich auf 15%. Auf Ausschüttungen aus Anteilen, die im Privatvermögen des Gesellschafters gehalten werden, fällt eine pauschale Abgeltungssteuer i.H.v. 25% an. Werden die Anteile im Betriebsvermögen

gehalten, findet das sog. Teileinkünfteverfahren Anwendung. Danach werden 60% der Ausschüttung besteuert.

Frist: Wie die Einkommensteuer quartalsweise.

Lohnsteuer

Dies ist die Steuer für Ihre Arbeitnehmer. Als Arbeitgeber sind Sie verpflichtet, sie vom Lohn oder Gehalt einzubehalten und an das Finanzamt zu zahlen.

Frist: Jeweils 10. des Folgemonats.

Gewerbsteuer

Der Gewerbesteuer unterliegen die Erträge des Unternehmens. Sie ist eine kommunale Steuer mit einem eigenen Hebesatzrecht der Gemeinde. Sie kann deshalb in der Höhe variieren. Im Kammerbezirk Mittlerer Niederrhein reicht die Spannweite der Hebesätze von 410% bis 475%. Bei der Standortwahl sollten diese Belastungsunterschiede mit berücksichtigt werden.

Freibeträge

Bei Einzelunternehmen und Personengesellschaften (nicht GmbH's) wird beim Gewerbeertrag ein Freibetrag in Höhe von 24.500 € gewährt. Ein Gewinn bis zu dieser Höhe bleibt somit gewerbesteuerfrei. GmbH's zahlen vom ersten Euro Gewinn Gewerbesteuer, weil bei ihnen Geschäftsführervergütungen der tätigen Inhaber Betriebsausgaben darstellen.

Frist: Quartalsweise zu zahlen (15. Februar, ...).

Sonstige Steuern

Neben den genannten Steuern ist die Grundsteuer noch von Bedeutung. Grundsteuern zu zahlen haben die Immobilieneigentümer. Erhebungsberechtigt dafür sind die Städte und Gemeinden.

Jahressteuererklärungen

Einmal im Jahr sind für alle genannten Steuerarten auch Jahressteuererklärungen abzugeben, insbesondere für die Einkommen-, Körperschaft- und Gewerbesteuer und Umsatzsteuer. Meist erhalten Sie die Formulare rechtzeitig und unaufgefordert vom Finanzamt zugeschickt unter Angabe der Abgabefrist.

Sozialabgaben

Als Inhaber eines Unternehmens sind Sie in der Regel nicht sozialversicherungspflichtig. Sie

müssen sich also selbst um Ihre Altersversorgung und Krankenversicherung kümmern. Dies gilt insbesondere für geschäftsführende Gesellschafter einer GmbH soweit diese nicht nur für einen Auftraggeber tätig ist und weitere Angestellte beschäftigt. Handwerker unterliegen der gesetzlichen Handwerkerrentenversicherung.

Als Arbeitgeber sind Sie verpflichtet, die Sozialabgaben für Ihre Mitarbeiter (in der Regel monatlich) abzuführen. Setzen Sie sich dazu bitte mit der Ortskrankenkasse bzw. der Rentenversicherung in Verbindung. Die Höhe der Sozialabgaben teilen sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Vom Bruttolohn des Arbeitnehmers abgezogen wird also lediglich die Hälfte der Beitragssätze, für den anderen Teil hat der Arbeitgeber aufzukommen (sog. Lohnnebenkosten).

Ausbezahlt wird der Nettolohn nach Abzug der Lohnsteuer und der Sozialabgaben. Besondere Regelungen gelten für Geringverdiener (zurzeit 450 €/Monat).

Als Arbeitgeber sind Sie für die Steuern und Sozialabgaben Ihrer Mitarbeiter Erfüllungshilfe des Staates. Da häufig Zweifelsfragen auftreten, haben Sie einen rechtsverbindlichen Auskunftsanspruch gegenüber dem Finanzamt.

Steuerliche Überlegungen zur Rechtsformwahl

Die relativ hohe Steuerbelastung in Deutschland erreicht in der Spitze bei Zusammenrechnung von Einkommen- bzw. Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer bis zu ca. 60% des Gewinnes. Steuervermeidungs- oder -verminderungsstrategien gehören deshalb seit jeher zum Handwerkszeug jedes Steuerberaters. Sie wollen auch bei Gründung eines Unternehmens bedacht sein. Andererseits sind sie nur einer von mehreren Mosaiksteinen bei der Wahl der Unternehmensform. Sie dürfen nie den Ausschlag geben, sondern mitzubedenken sind gleichermaßen Fragen der Haftung, Führung, Management, Kapitalaufbringung und Unternehmenskontinuität (Nachfolgeregelung).

Lesen Sie deshalb sehr aufmerksam auch das Kapitel 14, Rechtsformen.

Einzelunternehmen

Ohne besondere Komplikationen stellt sich steuerlich das Einzelunternehmen dar. Der im Wege der Gewinn- und Verlustrechnung ermittelte Jahresüberschuss unterliegt dem normalen Einkommensteuertarif, wird also nach der Tabelle besteuert. Interessant beim

Einzelunternehmen ist auch der gewerbesteuerliche Freibetrag in Höhe von 24.500 €.

Pro:

- günstige steuerliche Rahmenbedingungen

Kontra:

- keine

Personengesellschaften (GbR, OHG, KG)

Hier wird der Gewinn zunächst für die Gesellschaft ermittelt. Von diesem Gewinn ist vorab die Gewerbesteuer zu zahlen. Der unter Einzelunternehmen genannte Freibetrag wird nur einmal für die Gesellschaft gewährt. Der danach verbleibende Gewinn wird nach Vertrag auf die einzelnen Gesellschafter verteilt. Sie müssen darauf Einkommensteuer zahlen.

Pro:

- wie Einzelunternehmen

Kontra:

- keine

GmbH

Gewerbesteuer: Für GmbH's gibt es keinen Freibetrag, weil die Geschäftsführerbezüge bei ihr als Betriebsausgabe abzugsfähig sind und schon dadurch den Gewinn mindern. Je nach Höhe des oder der Geschäftsführergehälter können sich leicht größere Steuerersparnisse ergeben. Allerdings müssen die Geschäftsführergehälter angemessen sein. Dies wiederum richtet sich nach Art und Umfang des Unternehmens. Als Faustregel gilt: Hinsichtlich der Gewerbesteuerbelastung stehen Sie als Einzelunternehmer in der Regel besser als bei einer Einmann-GmbH.

Wichtig:

Für den Geschäftsführervertrag treffen Sie klare und nachprüfbar (schriftliche) Absprachen vor Aufnahme der Tätigkeit. Auch gewinnabhängige Vergütungen (Tantiemen) sind im Rahmen des Üblichen zulässig. Kalkulieren Sie eher vorsichtig! Die Lohnsteuer auf ausgezahlte Geschäftsführergehälter kann bei einem Verlust der GmbH nicht zurückgefordert werden.

Körperschaftsteuer: Neben der Gewerbesteuer ist auf den Gewinn der GmbH Körperschaftsteuer zu zahlen. Der Steuersatz beträgt seit dem 01.01.2008 15%.

Betriebsaufspaltung

Bei dieser Konstruktion können die steuerlichen Vorteile der Einzelunternehmung (Gewerbesteuerfreibetrag und Staffelung) mit denjenigen

der GmbH kombiniert werden. Der größte steuerliche Nutzen wird erreicht, wenn die Einnahmen aus der Vermietung des Anlagevermögens nicht gewerbesteuerpflichtig sind. Bei der echten/unechten Betriebsaufspaltung kann das Besitzunternehmen immerhin noch die gewerbesteuerlichen Freibeträge in Anspruch nehmen.

Pro:

- Steuervorteile, optimale Haftungsbegrenzung

Kontra:

- In der Regel umfangreiche Vertragswerke zwischen Besitz- und Betriebsunternehmen erforderlich, schwieriges "Handling". Erhebliche steuerliche Risiken bei Gesellschafterwechsel (Aufdeckung stiller Reserven). Lohnt sich im allgemeinen nur bei größerem Betriebsvermögen (Immobilienbesitz).

16. Buchführung/Gewinnermittlung

Bevor Sie sich selbständig machen, fallen bereits Kosten an, die mit Ihrem künftigen Unternehmen zusammenhängen. Beispielsweise werden vor Geschäftseröffnung Betriebsräume angemietet, Sie lassen sich von einem Steuerberater beraten, Sie erwerben Einrichtungsgegenstände, ein Firmenfahrzeug oder ein Warenlager oder Sie unternehmen zur Vorbereitung Geschäftsreisen. Alle diese Gründungskosten sind bereits Betriebsausgaben und können deshalb steuerlich geltend gemacht werden.

Sammeln Sie sämtliche Belege, achten Sie darauf, dass Ihre Geschäftspartner die Mehrwertsteuer gesondert ausweisen, damit Sie diese als Vorsteuer vom Finanzamt zurückbekommen.

Zu Art und Umfang der Buchführung ist zu unterscheiden zwischen der

- kleinbetrieblichen Buchführung
- kaufmännischen Buchführung, auch doppelte Buchführung genannt.

Die kaufmännische Buchführung gilt bis auf den e.K. für alle im Handelsregister eingetragenen Firmen (OHG, KG, GmbH) sowie, unabhängig von der Handelsregistereintragung, für alle Steuerpflichtigen, bei denen eine der drei folgenden Voraussetzungen vorliegt (originäre Buchführungspflicht, § 141 Abgabenordnung):

- mehr als 500.000 € Jahresumsatz oder
- Gewinn aus Gewerbebetrieb von mehr als 50.000 €.

Die kaufmännische Buchführungspflicht entsteht entweder mit Handelsregistereintrag oder durch Aufforderung des Finanzamtes.

Gewerbetreibende, die als Minderkaufleute nicht im Handelsregister eingetragen sind oder Freiberufler unterliegen nicht der strengen kaufmännischen Buchführung, sondern haben nur eine Einnahmen-Überschussrechnung ohne Bilanz (Betriebsvermögensvergleich) zu erstellen. Dies gilt auch für den eingetragenen Kaufmann (e.K.), sofern in zwei aufeinanderfolgenden Geschäftsjahren die Umsätze nicht mehr als 500.000 € und der Jahresüberschuss nicht mehr als 50.000 € betragen.

Generell muss die Buchführung vollständig, richtig, zeitgerecht und geordnet sein und einem außenstehenden Dritten innerhalb angemessener Zeit einen Überblick verschaffen.

Buchführung des Kleinbetriebes

Zwar unterliegt der Kleinbetrieb nicht den strengen Buchführungspflichten des Vollkaufmanns, er hat aber trotzdem Ordnung in seine Einnahmen und Ausgaben zu bringen. Das Mindeste ist die chronologische und lückenlose Abheftung der Belege und der Übertrag in ein sog. Tagebuch (Journal). Aus dem Journal wird am Jahresende die Gewinn- und Verlustrechnung abgeleitet.

Folgende weitere Bücher sind vorgeschrieben:

- Kassenbuch: Es ist die Grundlage jeder Buchführung. Alle baren Geschäftsvorfälle (Einnahmen und Ausgaben), die mit dem Betrieb zusammenhängen, sollen täglich vollständig eingetragen werden. Der Barbestand nach dem Kassenbuch muss mit dem tatsächlichen Bestand an Bargeld übereinstimmen.
- Wareneingangsbuch: Hierzu ist jeder Gewerbebetrieb verpflichtet. In das Wareneingangsbuch werden alle eingekauften Halb- und Fertigwaren, aber auch Roh- und Hilfsstoffe fortlaufend und vollständig verzeichnet.
- Warenausgangsbuch: Dieses Buch braucht nur zu führen, wer Waren an andere gewerbliche Unternehmer liefert, zum Beispiel als Großhändler.

Gewinnermittlung

Kleinbetriebe sind nur zur sog. Einnahme-Überschussrechnung (Gewinn-/Verlustrechnung) verpflichtet. Bei ihr werden aus dem Tagebuch alle Geschäftseinnahmen, die bar

oder auf einem Ihrer Konten eingehen, den Betriebsausgaben gegenübergestellt. Zweckmäßigerweise richten Sie für die wichtigsten Betriebsausgaben der besseren Übersicht halber Unterkonten ein, z. B.

- Waren-/Materialeinkäufe
- Löhne, Gehälter
- Sozialabgaben
- Reisekosten
- Beiträge, Versicherungen
- Portokosten, Bürokosten
- Kfz-Kosten
- betriebliche Steuern
- Zinsen
- Abschreibungen

Vollkaufmännische Buchführung

Unter den vorgenannten Voraussetzungen ist eine vollkaufmännische Buchführung nach den Bestimmungen des Handelsgesetzbuches und ihm folgend der Abgabenordnung vorgeschrieben. Ihre Ausgestaltung richtet sich allgemein nach den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung, das heißt, die Buchhaltung muss so beschaffen sein, dass sie einem sachverständigen Dritten innerhalb angemessener Zeit einen Überblick über die Geschäftsvorfälle und über die Lage des Unternehmens vermitteln kann (§ 145 Abs. 1 Abgabenordnung). Neben dem gesetzlich vorgeschriebenen Wareneingangs- und Warenausgangsbuch hat der Kaufmann weitgehend freie Hand. Es ist somit gleichgültig, ob er sich für die sog. Journalbuchführung, Durchschreibebuchführung oder die heute weit verbreitete EDV-Buchführung entscheidet. Für die meisten Branchen existieren übliche Kontenrahmen, die die Erfassung über die EDV auch einem Nichtfachmann erleichtern.

Beachten Sie, dass die Buchführung nicht nur eine lästige Pflicht gegenüber dem Finanzamt oder der Bank darstellt, sondern ein ebenso wichtiges Steuerinstrument für Ihr Unternehmen.

Die Einrichtung der Buchführung beginnt mit der Eröffnungsbilanz (Vermögen und Verbindlichkeiten am Eröffnungstag). Auch das Finanzamt verlangt dies von Ihnen im Zusammenhang mit der Gewerbeanmeldung. Sodann richten Sie (nach vorgegebenem Kontenrahmen der einzelnen Branche) Sach- und Sonderkonten ein für die täglichen Geschäftsvorfälle, als da wären: Warenein-/ausgang, Lieferanten-/Kundenkonto, Kontokorrentkonto, Kassenkonto, Sonderkonten. Ferner müssen Sie ein Bestandsverzeichnis des Anlage- und Umlaufvermögens (Maschinen, Einrichtungsgegenstände, Warenbestand) anlegen und auch Verände-

rungen bei den Verbindlichkeiten (Bankschulden) sowie dem Eigenkapital aufzeichnen.

Gewinnermittlung

Anders als bei Kleinbetrieben wird der geschäftliche Erfolg nicht nur aus der Gewinn- und Verlustrechnung abgeleitet, sondern auch aus dem Betriebsvermögensvergleich (Bilanz). Nach der doppelten Buchführung muss beides zum selben Ergebnis führen (dazu unten mehr).

Aufbewahrungsfristen

- Bilanzunterlagen, Jahresabschlüsse, Inventare, Sachkosten: zehn Jahre.
- Sonstige Unterlagen: sechs Jahre.

Gewinnermittlung

Das Einkommensteuergesetz kennt zwei Gewinnermittlungsmethoden:

- Gewinnermittlung durch Betriebsvermögensvergleich gem. § 4 Abs. 1 EStG
- Gewinnermittlung durch Einnahme-Überschuss-Rechnung gem. § 4 Abs. 3 EStG.

Beide Methoden müssen zum selben Ergebnis führen. Die Art der Gewinnermittlung richtet sich nach Art und Umfang der Buchführungspflicht, also danach, ob ein Unternehmer Vollkaufmann ist oder einen Kleinbetrieb unterhält (vgl. oben). Bei vollkaufmännischer Buchführung erfolgt die Gewinnermittlung sowohl durch Betriebsvermögensvergleich als auch durch Einnahme-Überschuss-Rechnung. Kleinunternehmer und Angehörige der freien Berufe wenden in der Regel nur die Einnahmen-Überschuss-Rechnung an, sofern sie nicht freiwillig Bücher führen und bilanzieren (in dem Fall besteht eine Verpflichtung zum Betriebsvermögensvergleich).

Gewinnermittlung durch Betriebsvermögensvergleich

Bei dieser Methode wird das Betriebsvermögen am Schluss des Wirtschaftsjahres dem Betriebsvermögen am Schluss des vorangegangenen Wirtschaftsjahres gegenübergestellt, wobei als Betriebsvermögen die Summe aller positiven und negativen Wirtschaftsgüter zu verstehen ist.

1. Beispiel

	31.12.2013 In Euro	31.12.2014 In Euro
Anlagevermögen (Gebäude, Masch.)	80.000	75.000
+ Umlaufvermögen	40.000	35.000
	120.000	110.000
- Verbindlichkeiten	90.000	70.000
= Betriebsvermögen	30.000	40.000
Betriebsvermögen am 31.12.2012	40.000	
- Betriebsvermögen am 31.12.2011	30.000	
= Gewinn 2012	10.000	

Im Betriebsvermögen sind normalerweise abnutzbare Güter des Anlagevermögens enthalten. Das Vermögen muss um diesen Wertverzehr berichtigt werden (im Beispiel 1 entspricht dies der Differenz von 5.000 € zwischen dem Anlagevermögen am 31. Dezember 2013 und dem Anlagevermögen am 31. Dezember 2014).

Da die Höhe des Betriebsvermögens aber nicht nur durch Gewinne und Verluste, sondern auch durch Privateinlagen und Privatentnahmen beeinflusst wird, diese sich jedoch steuerlich nicht auf den Gewinn auswirken dürfen, muss der Gewinn entsprechend korrigiert werden.

2. Beispiel

Gewinn aus Beispiel 1	10.000
Entnahmen	20.000
./. Einlagen	5.000
= zu versteuernder Gewinn	25.000

Ohne diese Vorschrift müsste derjenige, der seinen gesamten Gewinn während des laufenden Jahres für Privatzwecke entnimmt, überhaupt keine Einkommensteuer bezahlen

Gewinnermittlung durch Einnahme-Überschussrechnung

Der Gewinn ergibt sich als Differenz zwischen Betriebseinnahmen und Betriebsausgaben (= tatsächliche Geldeingänge und -ausgänge), wobei jedoch bei Wirtschaftsgütern des abnutzbaren Anlagevermögens nur der anteilige Wertverzehr (= Abschreibung) als Betriebsausgabe angesetzt werden kann.

3. Beispiel

Betriebseinnahmen 2014	100.000
./. Betriebsausgaben 2014	60.000
= Gewinn 2014	40.000

Nehmen wir an, dass in den Betriebsausgaben von 60.000 € ein betrieblich genutzter Pkw (Anschaffung am 2. Januar 2014, Nutzungsdauer fünf Jahre) zum Preis von 20.000 € enthalten ist, so müssen die Betriebsausgaben wie folgt berichtigt werden:

4. Beispiel

Jährlicher Abschreibungsbetrag =

$$\frac{20.000 \text{ €}}{5 \text{ Jahre}} = 4.000 \text{ €/Jahr}$$

Betriebseinnahmen 2014	100.000
./. Betriebsausgaben 2013	60.000
+ Betriebsausgaben für PKW	20.000
./. Abschreibung 2014 für PKW	4.000
= Gewinn 2014	56.000

Von den Anschaffungskosten des Pkw's in Höhe von 20.000 € werden für 2014 also nur 4.000 € als Betriebsausgabe wirksam (zuzüglich laufendem Aufwand).

Werden beide Gewinnermittlungsmethoden monatlich zur kurzfristigen Erfolgskontrolle herangezogen, so ist vom jährlichen Abschreibungsbetrag natürlich nur 1/12 zu berücksichtigen.

17. Weitere rechtliche Aspekte

Mit der Aufnahme Ihrer gewerblichen Tätigkeit verbindet sich die Pflicht, von nun an bestimmte wirtschafts- und ordnungsrechtliche Vorschriften zu beachten.

Die für den Gewerbetreibenden wichtigsten Gesetze wollen wir Ihnen vorstellen:

Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Seit der Novellierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb im Jahr 2008 können Händler und Kunden auch ohne Hilfe eines Rechtsanwaltes aus dem Gesetzestext herauslesen, was verboten ist. Die Generalklausel "Unlautere Wettbewerbshandlungen sind verboten" wurde jetzt durch Fallgruppen im Gesetz ergänzt:

Das reicht von aggressiver Werbung, bei der Druck ausgeübt wird, über Werbung, die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen ausnutzt, über Schleichwerbung bis hin zur Lockvogelwerbung.

Sonderveranstaltungen

Sonderverkäufe jeglicher Art sind grundsätzlich zulässig. Erlaubt sind Reduzierungen des

Gesamt- oder Teilsortiments, Verkaufsaktionen aus besonderem Anlass, alle Jubiläumsverkäufe oder Reduzierungen anlässlich von Geburtstagen.

Zum Beispiel können Sie problemlos werben wie folgt:

- Auf alle Sommersachen 30% Preisnachlass
- Pfingstrabatt vom 24. bis 29.5. – alles 20% günstiger
- Wir räumen unser Lager - alle Winterkollektionen reduziert
- Großer Sonderverkauf zum 20. Geburtstag: 10% Rabatt auf alles.

Solche Werbeaktionen sind selbstverständlich nur dann zulässig, wenn sie nicht gegen andere Tatbestände des neuen UWG verstoßen.

Das Irreführungsverbot des § 5 UWG muss beachtet werden

Nach § 5 I UWG handelt unlauter, wer irreführend wirbt. Auch die Angaben in der Werbung zu Sonderverkäufen müssen wahr sein und einer möglichen Nachprüfung standhalten.

Beispiele: Werden Preisreduzierungen von 30% beworben, müssen tatsächlich alle Waren um diesen Betrag reduziert sein. Findet ein Sonderverkauf zum 20. Geburtstag statt, muss das Geschäft tatsächlich 20 Jahre alt sein.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch das Verbot der „Mondpreiswerbung“ nach § 5 Abs. IV UWG: Es ist irreführend, mit der Herabsetzung eines Preises zu werben, wenn der höhere Preis zuvor nie oder nur für einen sehr kurzen Zeitraum gefordert wurde. Nach der bisherigen Rechtsprechung sollte der höhere Preis bei Waren des täglichen Bedarfs für mindestens vier Wochen gefordert worden sein. Bei Produkten, deren Anschaffung aus dem Rahmen fällt (Möbel, Teppiche), kann diese Frist auch wesentlich länger sein.

Daraus ergibt sich die Folge, dass bei Eröffnungsangeboten keine durchgestrichenen Preise erscheinen dürfen.

Unsachliche Einflussnahme ist nach § 4 Nr. 1 UWG untersagt

Dieser Tatbestand umfasst die im Laufe der Jahre von der Rechtsprechung entwickelten Verbote unsachlicher Einflussnahme auf Kunden durch Nötigung, Täuschung, übertriebenes Anlocken, Ausnutzen der Spiellust oder Gefühlsausnutzung. Jede Werbung, die die Entscheidungsfreiheit des Adressaten beeinträchtigt, ist nach wie vor untersagt. Das

Geschäft soll nur wegen der Preiswürdigkeit oder Leistungsfähigkeit des Angebots abgeschlossen werden und nicht auf Grund der unsachlichen Beeinflussung.

Sonderverkäufe können hier z. B. betroffen sein, wenn es sich um ein Angebot handelt, das nur für wenige Stunden an einem verkaufsoffenen Sonntag gilt. Das Publikum hat hier kaum eine Möglichkeit, echte Preisvergleiche anzustellen, so dass enormer Kaufdruck entstehen kann. Gerade bei langlebigen Gebrauchsgütern, die eher teuer sind, muss der Verbraucher eine längere Zeit zum Überdenken der Kaufentscheidung erhalten.

Solche schwierigen Konstellationen können leicht vermieden werden, wenn der zeitliche Rahmen für Sonderverkäufe großzügiger gewählt wird

Sonderverkäufe unterliegen dem Gebot der Transparenz (§ 4 Nr. 4 UWG)

Als Verkaufsförderungsmaßnahme unterfällt auch der Sonderverkauf dieser Vorschrift. Ein solcher Verkauf wird unlauter, wenn der werbende Unternehmer die Bedingungen für die Preisnachlässe nicht klar und eindeutig angibt.

Lockvogelwerbung ist nach § 5 Abs. 5 UWG verboten

Eine unzulässige Lockvogelwerbung liegt dann vor, wenn bestimmte Artikel beworben werden, die entweder gar nicht oder nur in unzureichender Menge zur Verfügung stehen. Der Werbende muss daher vor der Werbeaktion die Frage klären, welche Nachfrage voraussichtlich herrschen wird und welcher Vorrat dafür angelegt werden muss. Das Gesetz schreibt vor, dass in der Regel ein Vorrat für zwei Tage angelegt werden muss, es sei denn, der Unternehmer weist Gründe nach, die eine geringere Bevorratung rechtfertigen. Der bloße Hinweis Solange Vorrat reicht führt nicht zu einer Verkürzung.

Werbevergleiche müssen sich im Rahmen des § 6 UWG halten

Vergleichende Werbung ist zulässig, wenn

- die verglichenen Leistungen vergleichbar sind
- sich der Vergleich auf bestimmte Eigenschaften oder den Preis bezieht
- der Preisvergleich keine Verwechslungsgefahr birgt
- die Wertschätzung des Konkurrenten nicht ausgenutzt/beeinträchtigt wird

- die Leistungen des Mitbewerbers nicht herabgesetzt werden

Die Regelung über Räumungsverkäufe ist aufgehoben

Bis 2008 mussten Räumungsverkäufe bei der Industrie- und Handelskammer unter Beachtung von Fristen angezeigt werden. Die Möglichkeit zum Räumungsverkauf bestand bisher nur bei Geschäftsaufgabe, baugenehmigungspflichtigem Umbau oder Schadensfall. Zudem war die Zeit des Räumungsverkaufes befristet.

Jetzt sind grundsätzlich weitere Spielarten des Räumungsverkaufs zulässig. Dies betrifft zum Beispiel den Räumungsverkauf eines Filialbetriebes, wegen Schließung bestimmter Abteilungen, wegen Umbaus ohne baugenehmigungspflichtige Maßnahmen oder wegen Umzugs. Einer vorherigen Anzeige und der Erstellung einer Warenliste bedarf es nicht mehr, und auch eine genaue zeitliche Befristung fehlt. Die IHK überwacht Räumungsverkäufe nicht mehr.

Ebenfalls abgeschafft wurde das Verbot, nach Ankündigung der Aufgabe des Geschäftes den Betrieb fortzusetzen.

Auch hier gelten die übrigen Vorschriften des neuen UWG. Danach bestehen folgende Grenzen für Räumungsverkäufe:

Die Räumungsverkaufswerbung darf nicht irreführend sein (§ 5 UWG)

Wer mit einem Räumungsverkauf wirbt, muss die dafür angegebenen Gründe nachweisen können. Wird beispielsweise mit totaler Geschäftsaufgabe geworben, darf das Geschäft nicht weiter geführt werden. Die Höhe der angegebenen Reduktionen muss wahr sein, und auch nach Freigabe der Räumungsverkäufe kann nicht beliebig lange damit geworben werden. Über den Zeitraum, den Räumungsverkäufe einnehmen dürfen, existiert für die neue Regelung selbstverständlich noch keine Rechtsprechung. Ein über Monate anhaltender „Dauer-Räumungsverkauf“, bei dem keinerlei Absicht erkennbar ist, das Geschäft tatsächlich aufzugeben, ist jedenfalls schon nach Ziff. 15 des UWG-Anhangs irreführend und damit zulässig.

Unsachliche Einflussnahme ist untersagt (§ 4 Nr. 1 UWG)

Auch hier ist jede Werbung oder Maßnahme als unzulässig anzusehen, die die Entscheidungsfreiheit des Adressaten beeinträchtigt.

Mondpreiswerbung ist untersagt (§ 5 Abs. 4 UWG)

Wird mit Reduzierungen im Rahmen eines Räumungsverkaufes geworben, müssen die genannten höheren Preise eine Weile lang ernsthaft gefordert worden sein. Bei Waren des täglichen Bedarfs sind mindestens vier Wochen zu fordern, bei anderen Gütern wie Teppichen oder Möbeln entsprechend längere Zeiträume.

§ 3 UWG als alleinige Generalklausel

Die Generalklausel untersagt alle unlauteren geschäftlichen Handlungen, die geeignet sind, die Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen. Geschäftliche Handlungen umfassen das Verhalten des Unternehmers vor, während und nach Vertragsschluss (z. B. im Kundenreklamationsmanagement).

Unzulässige geschäftliche Handlungen nach § 3 UWG und § 4 UWG

Welche geschäftlichen Handlungen nach § 3 UWG unzulässig sind, führt § 4 UWG in (nicht abschließenden) Regelbeispielen auf:

- Verbot der unsachlichen Beeinflussung (§ 4 Nr. 1 UWG)
- Verbot des Ausnutzens von Unerfahrenheit, Leichtgläubigkeit, Angst und Zwangslagen (§ 4 Nr. 2 UWG)

Diese Vorschrift kommt besonders bei Werbung zum Tragen, die sich an Kinder und Jugendliche sowie alte Menschen wendet. Diese Personengruppen werden besonders geschützt, da sie geschäftlich unerfahren bzw. häufig nicht so gewandt und kritisch sind.

- Verbot der Verschleierung des Werbecharakters von Wettbewerbshandlungen (§ 4 Nr. 3 UWG)

Wer wirbt, darf sich nicht hinter redaktionellen Texten etc. verstecken, sondern muss den werblichen Charakter der Maßnahme kenntlich machen.

- Verbot der Intransparenz von Verkaufsförderungsmaßnahmen (§ 4 Nr. 4 UWG)
- Verbot der Intransparenz von Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter (§ 4 Nr. 5 UWG)

Die Teilnahmebedingungen müssen sich aus der Werbung selbst ergeben, ohne dass eine Nachfrage beim Verkaufspersonal stattfindet. Die Gewinnchancen sind realistisch anzugeben.

- Verbot der Kopplung von Preisausschreiben oder Gewinnspiel mit Warenabsatz (§ 4 Nr. 6 UWG)

Nach dem § 4 Nr. 6 UWG ist es unlauter, die Teilnahme an einem Gewinnspiel vom Kauf einer Ware abhängig zu machen. Nach einem Urteil des Europäischen Gerichtshofs ist diese Klausel zu streng. Da ein generelles Gewinnkopplungsverbot nicht in der Schwarzen Liste (UWG-Anhang) aufgeführt ist, müsse im konkreten Einzelfall geprüft werden, ob durch die Maßnahme der Verbraucher in unlauterer Weise in seiner Kaufentscheidung beeinflusst wird.

- Verbot herabsetzender oder verunglimpfender Werbung (§ 4 Nr. 7 UWG)
- Verbot unternehmensschädigender, verleumderischer Werbung (§ 4 Nr. 8 UWG)
- Verbot der Nachahmung oder Rufausnutzung gegenüber Mitbewerbern (§ 4 Nr. 9 UWG)
- Verbot der gezielten Behinderung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 10 UWG)
- Verbot des Rechtsbruchs (§ 4 Nr. 11 UWG)

Nach dieser Vorschrift ist eine Wettbewerbshandlung unlauter, wenn damit einer gesetzlichen Vorschrift zuwider gehandelt wird, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Beispiele hierfür sind Verstöße gegen die Preisangabenverordnung oder gegen die Impressumspflicht nach § 5 Telemediengesetz.

- Unzulässige geschäftliche Handlungen nach der Schwarzen Liste (§ 3 Abs. 3 und UWG-Anhang)

Seit dem 30.12.2008 enthält das UWG im Anhang einen Katalog (Schwarze Liste) mit 30 geschäftlichen Handlungen, die gegenüber dem Verbraucher stets unzulässig sind.

- Verbot unzumutbarer Belästigungen (§ 7 UWG)

Telefonwerbung und solche per Fax, E-Mail oder SMS sind nur zulässig, wenn der Empfänger vorher nachweisbar aktiv eingewilligt hat, beispielsweise durch Ankreuzen eines entsprechenden Feldes auf dem Teilnahmechein für ein Gewinnspiel oder auf einem Geschäftsvordruck. Verstöße gegen das Verbot unzulässiger Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern können mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro geahndet werden. Außerdem dürfen Werbeanrufer ihre Telefonnummer nicht mehr unterdrücken; bei Verstößen drohen Geldbußen von bis zu 10.000 Euro. Bei Telefonwerbung gegenüber Unternehmern reicht eine mutmaßliche Einwilligung aus objektiver Sicht, nicht aus der subjektiven Sicht des werbenden Anrufers, aus.

E-Mail-Werbung ist zulässig, wenn der Werbende die elektronische Adresse im Zusammenhang mit einer Geschäftsbeziehung erhalten hat und er für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen werben will. Erforderlich ist dabei ein deutlicher Hinweis, dass der Kunde diese Nutzung jederzeit untersagen kann zu normalen Basis-Übermittlungskosten, nicht über Mehrwertdiensterufnummern.

Überschreitung der Bagatellschwelle

Voraussetzung für eine wettbewerbswidrige Handlung ist, dass die Beeinträchtigung die Bagatellschwelle überschritten haben muss; der Wettbewerbsverstoß muss ein gewisses Gewicht für das Wettbewerbsgeschehen haben. Im Rahmen der Schwarzen Liste gibt es allerdings keine Bagatellschwelle mehr. Wird gegenüber einem Verbraucher (nicht gegenüber einem Mitbewerber!) eine der Tatbestände des UWG-Anhangs verwirklicht, ist immer von einer Unzulässigkeit auszugehen.

Abmahnungen durch Mitbewerber, Vereine oder Verbände

Sollten Sie sich dem Unterlassungsanspruch eines Wettbewerbsvereines oder Gewerbeverbandes gegenüber sehen, sollten Sie der von diesem aufgestellten Behauptung, er dürfe den Anspruch verfolgen, nicht blindlings Glauben schenken. Immer wieder treten Vereine auf, die den von den Gerichten geforderten Mindestanforderungen auf Ausstattung, Mitgliederstruktur und Tätigkeit nicht entsprechen. Erkundigen Sie sich daher zunächst bei Ihrer Industrie- und Handelskammer, ob der betreffende Verein überhaupt anspruchsberechtigt ist, bevor Sie sich auf weitere Handlungen einlassen.

Die Verfolgung von Verstößen gegen das UWG vollzieht sich nach bestimmten Regeln. Auch wenn es nicht immer unbedingte Voraussetzung für die gerichtliche Verfolgung eines Anspruches ist, wird Ihnen die Gegenseite in fast allen Fällen zunächst eine außergerichtliche Abmahnung zustellen.

Sie werden aufgefordert, dem Abmahner durch Abgabe einer entsprechenden Erklärung zu versprechen, den beanstandeten Verstoß zukünftig nicht mehr zu begehen.

Da sich ein solches Versprechen ohne Strafe leicht geben lässt, wird von Ihnen immer auch die Zusage gefordert, im Fall zukünftiger Zuwiderhandlung an den Abmahner eine Strafe zu bezahlen. Die Höhe der Strafe richtet sich dabei nach der Größe Ihres Unternehmens und der Schwere des Verstoßes. Sie muss, um ernsthaft zu sein, jedenfalls so empfindlich ausfallen, dass von ihr eine Abschreckungswirkung ausgeht.

Schließlich erwartet der Abmahner von Ihnen die sofortige Zahlung einer Gebühr für die Mühe, die Sie ihm durch das Fehlverhalten gemacht haben.

Da wegen der anzunehmenden Wiederholungsgefahr bei Wettbewerbsverstößen stets eine Eilbedürftigkeit unterstellt wird, ist die Frist, die zur Abgabe dieser außergerichtlichen Unterlassungserklärung gesetzt wird, meist sehr kurz. Sie sollten sie genau beachten. Erklären Sie sich nicht fristgerecht, wird Ihr Gegner ohne weitere Kontaktaufnahme bei dem zuständigen Gericht den Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen Sie beantragen. Wenn der Wettbewerbsverstoß glaubhaft gemacht wird, ergeht diese gerichtliche Verfügung, ohne dass Sie hierzu gehört werden. Unangenehm ist dabei, dass die Verfahrenskosten sich im Vergleich zur außergerichtlichen Unterwerfung stark erhöhen.

Abschließend kann man für die eigene Überprüfung des geschäftlichen Verhaltens raten, dass Sie vor Schnellschüssen kurz inne halten und sich fragen, wie Ihre beabsichtigte Werbung oder das beabsichtigte Verhalten auf Sie selbst wirken würde, wenn Sie der Leser der Werbung oder der durch das Verhalten Betroffene wären. Würden Sie die Aussagen so verstehen, wie sie tatsächlich gemeint sind? Entspricht das Behauptete der Wahrheit? Würden Sie ein bestimmtes Verhalten als anständig und fair werten? Sollten Sie danach Zweifel an der Rechtmäßigkeit Ihres Verhaltens haben, lassen Sie sich von fachkompetenter Stelle beraten. Für eine erste Einschätzung

stehen Ihnen auch die Kammern gerne zur Verfügung.

Verordnung zur Regelung von Preisangaben

Diese Verordnung bestimmt, dass der Gewerbetreibende dem Letztverbraucher in seiner Werbung, im Schaufenster oder im Verkaufsraum die genauen Preise der Waren einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile mitteilen muss.

Im Geschäftslokal ist daher eine genaue Preisauszeichnung der Artikel notwendig. Besteht das gewerbliche Angebot in einer Dienstleistung, muss ein Preisverzeichnis im Ladenlokal und, falls vorhanden, im Schaufenster angebracht werden. In Gaststätten sind Preisverzeichnisse anzubringen. Für einige Waren muss auch eine Grundpreisangabe erfolgen, d. h. die Angabe des jeweiligen kg- oder Liter-Preises.

Wer Waren oder Leistungen hinsichtlich der Preise gegenüber Letztverbrauchern bewirbt, hat gemäß § 1 I der Preisangabenverordnung den Endpreis einschließlich Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile anzugeben. Die Novellierung des UWG legt in § 9 II der Preisangabenverordnung hierzu eine Ausnahme fest: Die Vorschrift ist nicht anzuwenden auf individuelle Preisnachlässe sowie auf solche Reduktionen, die nach Kalendertagen zeitlich begrenzt sind und durch die Werbung bekannt gemacht werden.

Diese Regelung ähnelt der Vorschrift, die bisher für Saisonschlussverkäufe Geltung hatte. Die Neuregelung der Preisangabenverordnung für Sonderaktionen bewahrt die Händler davor, bei Gewährung genereller Preisnachlässe jeden einzelnen Artikel neu auszuzeichnen, was mit unvertretbarem Aufwand und hohen Kosten verbunden wäre. Nach der neuen Regelung erfährt der Verbraucher durch Annoncen, Prospekte oder Plakate im Geschäft von der Reduktion, kann sich den Preis selber ausrechnen und erhält den Nachlass an der Kasse. Gemäß der Gesetzesbegründung ist die zeitliche Begrenzung auf 10-15 Werktagen festgeschrieben. Dies muss auch in der Werbung zusammen mit den generellen Preisnachlässen angegeben werden.

Ladenöffnungszeiten in NRW

Die Regelungen des Ladenöffnungsgesetzes NRW gelten für Verkaufsstellen und das gewerbliche Anbieten von Waren außerhalb von Verkaufsstellen. Verkaufsstellen sind Ladengeschäfte aller Art, Apotheken und Tankstellen sowie sonstige Verkaufsstände, in

denen von einer festen Stelle aus ständig Waren zum Verkauf an jedermann gewerblich angeboten werden.

Anwendbar ist das Ladenöffnungsgesetz auch für den Verkauf bei geschlossenen Veranstaltungen, wenn der Zutritt für jeden frei ist. Dies ist auch der Fall, wenn nur Besitzer von Eintrittskarten Zutritt haben, eine solche aber jedermann erwerben kann (Beispiel: Sportstätten). Dagegen ist der Zutritt für und damit der Verkauf an jedermann zu verneinen, wenn ein abgegrenzter Personenkreis Einlass erhält (Beispiel: Betriebsangehörige in Betriebskantine).

Keine Verkaufsstellen sind Gast- und Speisewirtschaften, die Waren zum Verzehr an Ort und Stelle anbieten. Auch Dienstleistungsbetriebe wie Reisebüros oder handwerkliche Reparaturstellen zählen nicht dazu. Anwendbar ist das LÖG aber auf Reisegewerbetreibende, sofern sie Waren an jedermann absetzen. Für sämtliche gewerbliche Tätigkeit gilt allerdings das Feiertagsgesetz NRW.

Allgemeine Ladenöffnungszeit, § 4 LÖG

Verkaufsstellen dürfen nach wie vor von montags bis freitags von 0:00 bis 24:00 Uhr geöffnet sein.

Samstagsregelung:

An Samstagen dürfen Verkaufsstellen in Vorbereitung auf die Sonntagsruhe grundsätzlich nur bis 22:00 Uhr geöffnet sein.

Ausnahmsweise darf an vier Samstagen im Jahr bis 24:00 Uhr geöffnet bleiben, wobei sämtliche Abschlussarbeiten bis 24:00 Uhr erledigt sein müssen. Die Öffnung an Samstagen bis 24:00 Uhr ist jedoch nur dann zulässig, wenn der Inhaber oder die Inhaberin der Verkaufsstelle der zuständigen örtlichen Ordnungsbehörde diese Tage mindestens vier Wochen im Voraus schriftlich angezeigt und die Ordnungsbehörde nicht innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Anzeige widersprochen hat. Diese Ausnahmeregelung gilt insgesamt nicht für die folgenden Samstage:

- den Ostersonntag und den Pfingstsonntag
- den Samstag vor einem verkaufsoffenen Adventssonntag (vgl. hierzu die Hinweise unter „Weitere Verkaufssonntage und -feiertage“)
- die Samstage vor dem Volkstrauertag und dem Totensonntag
- die Samstage vor dem 1. Mai, dem 3. Oktober, dem Allerheiligentag

- und dem 24. Dezember, wenn dieser Tag auf einen Sonntag fällt.

An diesen Samstagen verbleibt es bei der gesetzlichen Grundregel und die Verkaufsstellen dürfen längstens bis 22:00 Uhr geöffnet bleiben.

Verkauf an Sonn- und Feiertagen, § 5 LÖG

Im Grundsatz dürfen an Sonn- und Feiertagen folgende Geschäfte geöffnet sein:

- Verkaufsstellen, deren **Kernsortiment** aus **einer oder mehreren** der Warengruppen Blumen und Pflanzen, Zeitungen und Zeitschriften oder Back- und Konditorwaren besteht für **die Abgabe dieser Waren und eines begrenzten Randsortiments**. Diese **Verkaufsstellen** dürfen für die Dauer von fünf Stunden geöffnet sein. Diese Regelung gilt nicht für Ostermontag, Pfingstmontag und den 2. Weihnachtstag. An diesen Tagen ist die Abgabe von Waren verboten.
- Verkaufsstellen von themenbezogenen Waren oder Waren zum sofortigen Verzehr auf dem Gelände oder im Gebäude einer Kultur oder Sport-Veranstaltung oder in einem Museum, sofern sie der Versorgung der Besucherinnen und Besucher dienen. Eine Öffnung ist nur während der Veranstaltungs- und Öffnungsdauer gestattet.
- Verkaufsstellen landwirtschaftlicher Betriebe, **deren Kernsortiment aus selbst erzeugten landwirtschaftlichen Produkten besteht, für die Abgabe dieser Waren und eines begrenzten Randsortiments**. Auch diese Verkaufsstellen dürfen nur für die Dauer von fünf Stunden geöffnet sein.

Am 24. Dezember dürfen die vorstehenden Verkaufsstellen längstens bis 14:00 Uhr geöffnet bleiben, wenn der 24. Dezember auf einen Sonntag fällt.

Außerdem dürfen an Sonn- und Feiertagen leichtverderbliche Waren und Waren zum sofortigen Verzehr außerhalb von Verkaufsstellen angeboten werden. Erfasst werden von dieser Vorschrift vor allem Eisverkäufer, Maronenverkäufer und Imbissstände.

Weitere Verkaufssonntage und -feiertage, § 6 LÖG

Die **zuständigen örtlichen** Ordnungsbehörden können **nach Anhörung verschiedener Institutionen (u. a. der Industrie- und Handelskammer)** zudem an jährlich höchstens vier Sonn- und Feiertagen die Ladenöffnung

aus Anlass von örtlichen Festen, Märkten oder ähnlichen Veranstaltungen bis zur Dauer von fünf Stunden gestatten. Die Freigabe kann dabei auf bestimmte Bezirke, Ortsteile und Handelszweige beschränkt werden.

Innerhalb einer Gemeinde dürfen insgesamt nicht mehr als elf Sonn- und Feiertage je Kalenderjahr freigegeben werden. Bei der Freigabe für das gesamte Gemeindegebiet darf nur ein Adventssonntag freigegeben werden. Erfolgt die Freigabe beschränkt auf bestimmte Bezirke, Ortsteile oder Handelszweige, darf nur ein Adventssonntag je Bezirk, Ortsteil und Handelszweig freigegeben werden, insgesamt dürfen jedoch nicht mehr als zwei Adventssontage je Gemeinde freigegeben werden. Damit darf maximal ein Adventssonntag pro Verkaufsstelle freigegeben werden. Von der Freigabe ausgenommen sind zwei Adventssontage, der 1. und 2. Weihnachtstag, Ostersonntag, Pfingstsonntag und die stillen Feiertage im Sinne des Feiertagsgesetzes NRW, namentlich Karfreitag, Allerheiligen, Totensonntag und Volkstrauertag sowie der 1. Mai, der 3. Oktober und der 24. Dezember, wenn dieser Tag auf einen Sonntag fällt. An diesen Tagen darf kein Verkauf stattfinden.

In ausgewählten Kur-, Ausflugs-, Erholungs- und Wallfahrtsorten dürfen jährlich höchstens an 40 Sonn- und Feiertagen bis zur Dauer von acht Stunden Waren, die für die Orte kennzeichnend sind, Waren, zum sofortigen Verzehr, frische Früchte, Tabakwaren, Blumen und Zeitungen verkauft werden. Die einzelnen Orte, die davon grundsätzlich Gebrauch machen dürfen, sind in der Anlage zur LadenöffnungsVO aufgelistet. Auch hier gilt allerdings, dass eine Freigabe der Sonn- und Feiertage durch die zuständigen Ordnungsbehörden durch die Verordnung zu erfolgen hat.

Sonderregelungen für Apotheken, Tankstellen und Verkaufsstellen an Flughäfen und Bahnhöfen

Apotheken dürfen an Sonn- und Feiertagen zur Abgabe von Arznei-, Krankenpflege-, Säuglingspflege- und Säuglingsernährungsmittel, hygienische Artikel sowie Desinfektionsmitteln öffnen.

Auch Tankstellen dürfen an Sonn- und Feiertagen ganztägig geöffnet sein. Allerdings ist nur die Abgabe von Ersatzteilen für Kraftfahrzeuge zwecks aktueller Fahrbereitschaft von Betriebsstoffen und von Reisebedarf gestattet.

Verkaufsstellen auf Flughäfen und Personenbahnhöfen dürfen an Sonn- und Feiertagen für den Verkauf von Reisebedarf ganztägig offen

gehalten werden, am 24. Dezember jedoch nur bis 17:00 Uhr.

Reisebedarf umfasst

- Zeitungen, Zeitschriften,
- Straßenkarte, Stadtpläne,
- Reiselektüre, Schreibmaterialien,
- Tabakwaren,
- Schnittblumen,
- Reisetoyilettenartikel,
- Filme, Tonträger,
- Bedarf für Reiseapotheken,
- Reiseandenken, Spielzeuge geringen Wertes,
- Lebens- und Genussmittel in kleinen Mengen,
- ausländische Geldsorten.

Ausgewählte Einzelfälle zum Ladenschluss

- **Tag der offenen Tür - Warenschau an Sonn- und Feiertagen:** Ein Offenhalten von Verkaufsstellen ist an Sonn- und Feiertagen nur dann gestattet, wenn kein geschäftlicher Verkehr stattfindet. Es darf insoweit lediglich die Warenbesichtigung, quasi wie durch ein Schaufenster, ermöglicht werden. Weitere Tipps finden Sie in unserem Merkblatt zum Tag der offenen Tür.
- **Mischbetriebe:** Ein so genannter Mischbetrieb entsteht, wenn in derselben Verkaufsstelle mehrere Waren oder Leistungen angeboten werden, deren Verkauf jeweils verschiedenen Ladenschlusszeiten unterliegt. In solchen Fällen ist für jede Ware oder Leistung gesondert zu prüfen, zu welchen Zeiten sie an den Kunden gebracht werden darf.
- **Kioske:** Grundsätzlich unterliegen Kioske nur insoweit den Ladenschlusszeiten, als Waren in ihnen verkauft werden. Wird dagegen ein Ausschank betrieben, der dem Gast die Möglichkeit gibt, Getränke an Ort und Stelle einzunehmen, so gilt die Polizeistunde für Trinkhallen. Werden Einzelhandel und Ausschank gleichzeitig betrieben, so unterfällt demnach nur der Warenverkauf dem Ladenschluss (siehe auch oben zu Mischbetrieben).
- **Verkauf in und aus Gaststätten:** Gemäß § 7 des Gaststättengesetzes dürfen im Gaststättengewerbe auch während der Ladenschlusszeiten Zubehörowaren an Gäste abgegeben beziehungsweise Zubehöroleistungen erbracht werden. Zudem darf der Gastwirt auch außerhalb des Ladenschlusses Getränke und zubereitete Spei-

sen aus seinem Betrieb, Flaschenbier, alkoholfreie Getränke sowie Tabak- und Süßwaren zum alsbaldigen Verzehr an jedermann über die Straße abgeben.

Ergänzung: Das Feiertagsgesetz

An Sonn- und Feiertagen sind alle öffentlich bemerkbaren Arbeiten verboten, die geeignet sind, die äußere Ruhe des Tages zu stören. Ausgenommen vom Verbot sind unter anderem Veranstaltungen, die überwiegend Freizeitcharakter haben, wie zum Beispiel der Betrieb von Fitnessstudios, Saunas oder Kinos. Während das Ladenschlussgesetz nur im Rahmen des Handels mit dem Letztverbraucher Anwendung findet, gilt das Feiertagsgesetz für sämtliche Arbeiten, das heißt auch für Dienstleistungen.

Arbeitszeit an Sonn- und Feiertagen

An den Sonn- und Feiertagen, an denen Verkaufsstellen geöffnet sein dürfen, gilt § 11 des Arbeitszeitgesetzes (ArbZG). Das bedeutet, dass

- mindestens 15 Sonntage im Jahr beschäftigungsfrei bleiben müssen,
- acht Stunden grundsätzlich nicht überschritten werden dürfen, unter bestimmten Voraussetzungen aber die Arbeitszeit auf bis zu 10 Stunden verlängert werden kann (Ruhepausen und Ruhezeiten sind auch an Sonn- und Feiertagen einzuhalten).
- bei Sonntagsarbeit innerhalb von zwei Wochen ein Ersatzruhetag zu gewähren ist; bei Feiertagsarbeit innerhalb von acht Wochen,
- die Sonn- und Feiertagsruhe oder der Ersatzruhetag grundsätzlich unmittelbar in Verbindung mit der 11-stündigen Ruhezeit nach § 5 ArbZG zu gewähren ist, so dass der Arbeitnehmer einmal pro Woche eine 35-stündige Ruhezeit hat.

Darüber hinaus dürfen Arbeitnehmer für weitere 30 Minuten unter Anrechnung auf die Ausgleichszeiten mit unerlässlich erforderlichen Vorbereitungs- und Abschlussarbeiten beschäftigt werden.

Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)

Mit diesem wichtigen Gesetzeswerk des Zivilrechts hatten Sie es als Bürgerin oder Bürger auch schon in der Vergangenheit zu tun. Die meisten Verträge, die Sie abschließen, haben in Ausgestaltung und Abwicklung im BGB eine gesetzliche Grundlage. Neu ist aber

für Sie die Rolle, in der Sie sich mit der Aufnahme Ihrer gewerblichen Tätigkeit befinden. Aus dem Kunden wird der Geschäftsmann, der eine ordnungsgemäße Leistung oder Ware gegen Entgelt anbietet.

Ob Sie nun vertraglich Gegenstände verkaufen oder Werkleistungen bezüglich beweglicher Sachen anbieten, Sie müssen beachten, dass Ihr Kunde grundsätzlich zwei Jahre das Recht hat, fehlerhafte Waren oder Arbeiten erfolgreich zu monieren.

Diese Frist kann allerdings verkürzt oder verlängert werden, wenn Ihr Kunde ein anderes Unternehmen ist. Ist Ihr Kunde allerdings Verbraucher, also eine natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu einem Zweck abschließt, der weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann (§ 13 BGB), müssen Sie folgende Besonderheiten beachten: nur bei gebrauchten Waren können Sie die Gewährleistungsfrist auf ein Jahr verkürzen, bei Neuwaren sind die an die Frist von zwei Jahren gebunden. Hinzu kommt eine Beweislastumkehr: Zeigt sich innerhalb der ersten sechs Monate nach Übergabe der Sache ein Fehler, so wird gesetzlich vermutet, dass dieser bereits bei der Übergabe vorhanden war. Können Sie nicht das Gegenteil beweisen, stehen dem Kunden die gesetzlichen Gewährleistungsrechte zur Verfügung. Geht es um eine verkaufte Sache, so kann er zunächst Nacherfüllung (nach seiner Wahl entweder Nachlieferung oder Nachbesserung) verlangen. Sollte die Nachbesserung fehlschlagen, kann der Kunde von dem Vertrag zurücktreten oder den Kaufpreis mindern. Unter besonderen Umständen kann der Kunde sogar Schadenersatz verlangen. Einen gesetzlichen Anspruch auf Umtausch fehlerfreier Waren für den Kunden gibt es nicht.

Auch beim Werkvertrag hat der Besteller einen Anspruch auf Nachbesserung. Diesen kann der Unternehmer nur verweigern, wenn damit unverhältnismäßige Kosten verbunden sind.

Wichtig werden für Sie auch die Verjährungsfristen sein, die ebenfalls durch das Bürgerliche Gesetzbuch vorgegeben werden. Ihre vertraglichen Ansprüche verjähren grundsätzlich nicht mehr nach zwei Jahren wie bisher, sondern nach drei Jahren. Die Frist beginnt mit Schluss des Jahres, in dem der Anspruch entstanden ist. Haben Sie also im August 2004 eine Forderung erlangt, beginnt die Verjährungsfrist am 1. Januar 2005, 0:00 Uhr. Von diesem Zeitpunkt an gerechnet, wäre Ihre Forderung gegen einen Kunden am 31. Dezember 2007 in der Sekunde des Übergangs in das neue Jahr verjährt.

Sie haben die Möglichkeit, mit Ihren Kunden von den Vorschriften des Bürgerlichen Gesetzbuches abweichende Vereinbarungen zu treffen. Zu diesem Zweck können Sie auch sog. allgemeine Geschäftsbedingungen formulieren, die Sie sodann zum Vertragsbestandteil im Einzelfall machen müssen. Wichtig ist also, dass Sie Ihren Vertragspartner spätestens bei Vertragsabschluss deutlich, d. h. ausdrücklich oder durch sichtbaren Aushang, darauf hingewiesen haben, dass Ihre allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sollen. Dabei muss sichergestellt sein, dass Ihr Vertragspartner auch die Möglichkeit hat, in zumutbarer Weise Kenntnis vom Inhalt zu nehmen.

Beachten Sie bitte, dass Sie in allgemeinen Geschäftsbedingungen keine Regelungen festschreiben können, deren Inhalt man grob mit dem Begriff überraschende Klauseln skizzieren kann. Seit dem 1. Januar 2002 befinden sich im Bürgerlichen Gesetzbuch Regelungen, die mancher Klausel, die der Verwender gerne in seine AGB aufnehmen würde, einen Riegel vorschieben. Vor 2002 existierten solche Regelungen bereits im Gesetz zur Regelung des Rechts der allgemeinen Geschäftsbedingungen. Eine Generalklausel in diesem Gesetz verbietet Regelungen, die den anderen Vertragspartner entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Eine solche Benachteiligung wurde von einem Obergericht zum Beispiel bei der Verkürzung der oben erwähnten Verjährungsfristen in allgemeinen Geschäftsbedingungen angenommen. Die §§ 308, 309 BGB führen dann einige Klauselinhalte auf, bei denen schon per Gesetzesvorschrift ein Verstoß anzunehmen ist. Unbedingt aufgenommen werden sollte in allgemeine Geschäftsbedingungen die Salvatorische Klausel, die bestimmt, dass im Falle der Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen die übrigen wirksam bleiben.

Abschließend sei zum BGB angemerkt, dass hier nur ein minimaler Einblick in die Regelungen dieses Gesetzes gegeben werden kann. Wir haben knapp die Teile angerissen, zu denen wir eine Erstinformation für besonders wichtig hielten. Selbst das beschriebene Kauf- oder Werkvertragsrecht hat viele weitere Inhalte, auf die nicht eingegangen wurde.

Markenrechtreformgesetz

Dieses am 1. Januar 1995 in Kraft getretene Gesetz befasst sich umfassend mit allen Problemen, die im Zusammenhang mit dem Schutz und der Schutzzfähigkeit von Marken, geschäftlichen Bezeichnungen und geo-

graphischen Angaben auftreten können. Dem gesetzlichen Grundsatz nach sind schutzfähig als Marke alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen. Allerdings müssen alle aufgezählten Zeichen auch geeignet sein, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Als geschäftliche Bezeichnungen werden Unternehmenskennzeichen und Werktitel geschützt.

Die Eintragung einer Marke wird durch einen entsprechenden Antrag beim Bundespatentamt eingeleitet. Soweit die amtliche Prüfung keine gegen die Eintragung sprechenden Gründe zutage fördert, erfolgt die Eintragung und Veröffentlichung der Marke. Vom Tag der Veröffentlichung an kann innerhalb von drei Monaten gegen die Eintragung Widerspruch durch einen Inhaber mit älterem Zeitrang für eine gleiche oder ähnliche Marke eingelegt werden. Sie sollten sich daher vor dem Antrag auf Eintragung beraten lassen, ob nicht eine Markenrecherche sinnvoll ist. Bei einer solchen Recherche wird geprüft, ob nicht bereits der Schutz für eine Marke gleichen oder ähnlichen Inhaltes besteht. Übrigens gibt es nicht nur Markenschutz für eingetragene Marken. Unter anderem entsteht der Markenschutz auch durch die bloße Benutzung eines Zeichens, wenn dieses Zeichen innerhalb der beteiligten Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erworben hat oder die Marke darüber hinaus gar notorisch bekannt ist.

Wir halten bei markenrechtlichen Fragen das Einholen fachkundigen Rates für sehr sinnvoll.

18. Versicherungen

Mit der Aufnahme der selbständigen Tätigkeit verlassen Sie das bisherige soziale Netz der Arbeitnehmer.

Aus diesem Grund müssen Sie rechtzeitig Vorsorge für Ihren privaten und sozialen Schutz treffen. Aber auch Ihr Unternehmen ist nicht vor unvorhersehbaren Ereignissen sicher. Daher ist es ratsam, sich gegen betriebliche Schadensfälle abzusichern. Die Versicherungswirtschaft bietet für eine Vielzahl von Ereignissen Versicherungsschutz. Welche Versicherungen Sie in welcher Form und Höhe abschließen sollten, hängt von den individuellen privaten und betrieblichen Bedürfnissen ab (Risikokatalog aufstellen).

Der persönliche Schutz

Die Krankenversicherung

Während Sie als Arbeitnehmer bisher im Regelfall Pflichtmitglied einer gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) waren, haben Sie als Selbständiger die Möglichkeit, eine freiwillige Weiterversicherung in der GKV abzuschließen. Ggf. ist der Abschluss einer privaten Zusatzversicherung (z. B. für stationäre Behandlung) empfehlenswert. Der Abschluss einer privaten Krankenversicherung (PKV) ist ebenfalls möglich.

Als Existenzgründer können Sie eine freiwillige Mitgliedschaft in der GKV wählen

- wenn Sie aus der Versicherungspflicht ausgeschieden sind und
- in den vergangenen fünf Jahren (vor dem Ausscheiden) zumindest 24 Monate versichert waren
- bzw. unmittelbar vorher zwölf Monate gesetzlich krankenversichert waren.

Der Antrag auf Mitgliedschaft ist innerhalb von drei Monaten nach dem Ausscheiden aus der Pflichtmitgliedschaft zu stellen; ansonsten ist eine Mitgliedschaft nicht mehr möglich.

Die selbständige Tätigkeit von (immatrikulierten) Studenten

Studenten sind im Regelfall bis zum 25. Lebensjahr über die Eltern in der GKV kostenfrei mitversichert. Bei geleistetem Wehr- und Zivildienst verlängert sich dieser Versicherungsschutz entsprechend. Danach beginnt die Mitgliedschaft in der studentischen Krankenversicherung. Die Höhe der Beiträge ist gering.

Wird jedoch eine versicherungspflichtige Beschäftigung aufgenommen oder eine hauptberufliche (!) selbständige Tätigkeit ausgeübt, ist die kostengünstige Versicherung nicht mehr möglich.

Merkmale für eine hauptberufliche selbständige Tätigkeit können sein

- die Anzeige bzw. Genehmigung eines Gewerbes
- die Beschäftigung von Arbeitnehmern im Betrieb oder
- der zeitliche Umfang der selbständigen Tätigkeit

Vom zeitlichen Umfang her ist eine selbständige Tätigkeit dann als hauptberuflich anzusehen, wenn sie mindestens 18 Stunden in der Woche umfasst. Dabei ist neben dem reinen Zeitaufwand für die eigentliche Ausübung der

selbständigen Tätigkeit auch der Umfang der evtl. erforderlichen Vor- und Nacharbeit zu berücksichtigen.

Bei geringerem Zeitaufwand als wöchentlich 18 Stunden ist die Annahme einer hauptberuflich selbständigen Tätigkeit dann nicht ausgeschlossen, wenn die daraus erzielten Einnahmen die Hauptquelle zur Bestreitung des Lebensunterhaltes bilden.

Selbständigkeit neben Beschäftigung

Hier gelten sinngemäß die vorherigen Ausführungen.

Private Krankenversicherung (PKV)

Wenn obige Voraussetzungen zum Eintritt in die GKV nicht vorliegen, müssen Sie sich schnellstens privat absichern. Bei der freiwilligen Entscheidung, in die PKV einzutreten, spielt die persönliche Situation, vor allem die Lebensplanung, eine entscheidende Rolle. Denn bei ihr sind Eintrittsalter, Gesundheitszustand und der gewünschte Versicherungsumfang maßgebend. Eine kostenlose Mitversicherung der Familienangehörigen ist hier nicht möglich. Jede Person wird individuell versichert. Der Monatsbeitrag richtet sich nach dem Versicherungsumfang sowie Gesundheitszustand. Da jedoch Beiträge und Leistungen sehr unterschiedlich sind, sollten Sie mehrere Angebote vergleichen und auch Tarife mit Eigenbeteiligung in Betracht ziehen.

Die Pflegeversicherung

Bei der Pflegeversicherung ist im Gegensatz zu den anderen Versicherungszweigen eine gesetzliche Verpflichtung zur Absicherung gegeben. Wo die Pflegeversicherung dann tatsächlich abgeschlossen wird, richtet sich nach der Krankenversicherung.

Rentenversicherung

Ebenfalls sollten Sie an Ihre Altersversorgung denken. Aufgrund Ihrer Angestelltentätigkeit sind Sie bisher rentenversichert. Im Gegensatz zu einem Arbeitnehmer ist der Unternehmer bis auf einige Ausnahmen nicht versicherungspflichtig.

Die wichtigsten pflichtversicherten Selbständigen

- Lehrer und Erzieher, die im Zusammenhang mit ihrer selbständigen Tätigkeit keine versicherungspflichtigen Arbeitnehmer beschäftigen.

- Pflegepersonen, die in der Kranken-, Kinderpflege etc. tätig sind und im Zusammenhang mit ihrer selbständigen Tätigkeit keine versicherungspflichtigen Arbeitnehmer beschäftigt.
- Künstler und Publizisten nach näherer Bestimmung des Künstlersozialversicherungsgesetzes.
- Hausgewerbetreibende sind selbständig Tätige, die in eigener Arbeitsstätte im Auftrag und für Rechnung von Gewerbetreibenden, gemeinnützigen Unternehmen etc. gewerblich arbeiten. Sie bestimmen Art, Weise, Umfang sowie Zeitraum der Tätigkeit selbst.

Für die meisten selbständigen Unternehmer besteht die Möglichkeit, entweder sich auf Antrag pflichtversichern zu lassen oder eine freiwillige Versicherung abzuschließen.

Die jungen Existenzgründer, die ein zulassungspflichtiges oder zulassungsfreies Handwerk betreiben und die noch keine 18 Jahre lang Pflichtbeiträge in die gesetzliche Rentenversicherung eingezahlt haben, sollten sich mit der Deutschen Rentenversicherung in Verbindung setzen. Sie müssen dort klären, inwieweit sie dort bis zum Erreichen der genannten Einzahlungsdauer noch weitere Pflichtbeiträge zahlen müssen. Sie können sich dort auch über Reduzierungsmöglichkeiten für das Jahr der Gründung und die drei folgenden Kalenderjahre informieren.

Pflichtversicherung auf Antrag

Das freiwillige Pflichtmitglied der Rentenversicherung (Deutsche Rentenversicherung), hat einen vom Versicherungsträger vorgegebenen Prozentsatz (zurzeit 18,9 %) wie jeder Arbeitnehmer zu zahlen. Bei Einkommensbeträgen, die über dem monatlichen Regelbetrag liegen, besteht die Möglichkeit, nur bis zur Höhe des Regelbeitrages Zahlung zu leisten.

Freiwillige Versicherung

Hierbei wird der Einzahlungsbetrag selbst bestimmt. Die Mindesthöhe beträgt monatlich 85,05 €. Die Höchstgrenze liegt bei 1.124,20 €.

Unfallversicherung

Träger der gesetzlichen Unfallversicherungen sind die Berufsgenossenschaften. Sie bietet Schutz bei Arbeitsunfällen, auf dem Weg zur und von der Arbeit und bei Berufskrankheiten. Versichert sind grundsätzlich Arbeitnehmer, die

in einem Arbeits-, Dienst- oder Ausbildungsverhältnis beschäftigt sind. Die Einkommenshöhe ist nicht entscheidend. Ob Sie als Unternehmer pflichtversichert sind, ist in der jeweiligen Satzung der Berufsgenossenschaft festgelegt. Nach unserem Überblick besteht etwa für 50 % der Unternehmer eine satzungsmäßige Unternehmerpflichtversicherung. Die andere Hälfte kann sich freiwillig versichern. Die freiwillige Versicherung wird erst am Tage nach Antragsingang wirksam. Durch die Mitgliedschaft in einer Berufsgenossenschaft werden nur die Folgen eines Arbeitsunfalls versichert.

Soweit wir in Erfahrung bringen konnten, bestehen bei folgenden Berufsgenossenschaften eine Pflichtversicherung für Unternehmer:

- Berufsgenossenschaft für den Einzelhandel, Bonn
- Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gaststätten, Mannheim
- Bauberufsgenossenschaft Wuppertal
- Berufsgenossenschaft für Gesundheitsdienst und Wohlfahrtspflege, Hamburg
- Berufsgenossenschaften für Fahrzeughaltungen, Hamburg

Die Adresse der für Sie zuständigen Berufsgenossenschaft erhalten Sie über die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung, Tel. 0211-8224637, oder über das Internet: www.dguv.de.

Nähere Auskünfte zu der Mitgliedschaft etc. erteilt der Landesverband Rheinland-Westfalen der gewerblichen Berufsgenossenschaften, Kreuzstr. 45, 40210 Düsseldorf, Tel.: 0211-8224637.

Freiberufler können Auskünfte einholen bei der Verwaltungsberufsgenossenschaft, Deelbögenkamp 4, 22297 Hamburg, Tel. 040-51460.

Arbeitslosenversicherung

Ein Anspruch auf Arbeitslosengeld besteht, wenn die Anwartschaftszeit erfüllt ist, Arbeitslosigkeit vorliegt und der Arbeitssuchende dem Arbeitsmarkt zur Verfügung steht. Die Anwartschaft ist erfüllt, wenn der Arbeitssuchende in den letzten drei Jahren vor Antragstellung und Arbeitslosenmeldung wenigstens 360 Kalendertage beitragspflichtig beschäftigt war. Mit zunehmender Dauer der Selbständigkeit verringert sich jedoch der Anspruch. Ist jemand vier Jahre oder länger selbständig, entfällt die Unterstützung völlig.

Damit ein Versicherungspflichtverhältnis auf Antrag begründet werden kann, müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein: Inner-

halb der letzten 24 Monate vor Aufnahme der Tätigkeit/Beschäftigung muss der Antragsteller mindestens zwölf Monate in einem Versicherungspflichtverhältnis nach dem SGB III gestanden haben.

Können versicherungspflichtige Zeiten nicht oder nicht ausreichend nachgewiesen werden, kann der Bezug einer Entgeltersatzleistung (z. B. Arbeitslosengeld) nach dem Dritten Buch Sozialgesetzbuch (SGB III) herangezogen werden. Die Dauer des Bezugs spielt dabei keine Rolle.

Das Versicherungspflichtverhältnis beginnt mit dem Tag des Eingangs des Antrags, frühestens jedoch mit dem Tag, an dem die Voraussetzungen erfüllt sind. Der Antrag muss spätestens innerhalb eines Monats nach Aufnahme der Tätigkeit/Beschäftigung (Ausschlussfrist) in der Agentur für Arbeit eingehen. Geht er später ein, kann die freiwillige Weiterversicherung nicht begründet werden.

Wenn im Unternehmen Ehepartner sozialversicherungspflichtig beschäftigt werden, sind Besonderheiten im Bereich der Arbeitslosenversicherung zu beachten. Denn im Fall der Arbeitslosigkeit wird zunächst geprüft, ob der Ehegatte als Arbeitnehmer im üblichen Sinne angesehen wird und von daher Anspruch auf die Versicherungsleistungen der Arbeitsagentur hat. Wird der Ehegatte als Mitunternehmer eingestuft, entfallen diese Ansprüche – trotz geleisteter Beiträge in die Arbeitslosenversicherung.

Um hier vorzubeugen, sollte man vor Beginn des Arbeitsverhältnisses über die Einzugsstelle der Krankenkasse prüfen und bescheinigen lassen, dass der einzustellende Ehepartner tatsächlich als Arbeitnehmer eingestuft wird. Da diese Bescheinigung zeitlich befristet ausgestellt wird, muss dieses Verfahren nach einiger Zeit wiederholt werden.

Lebensversicherung

Eine Lebensversicherung dient der Absicherung der Familie, aber auch des Unternehmens selbst, gegen die Folgen des Todes des Unternehmensgründers. Darüber hinaus kann sie als Sicherheit für den Einsatz von Fremdkapital oder zur Tilgung von Krediten verwendet werden. Weiterhin stellt sie einen Beitrag zur Altersversorgung des Existenzgründers und dessen Familie dar. Zwischen zwei Arten der Lebensversicherung wird unterschieden.

Bei der Risikolebensversicherung wird die Versicherungssumme nur beim Tod fällig; eine Kapitalansammlung findet nicht statt. Deswe-

gen kann sie bei niedrigen Beiträgen hohen finanziellen Schutz während der Vertragsdauer bieten. Im Erlebensfall sieht sie keine Leistungen vor.

Die bekannteste und beliebteste Form der Lebensversicherung ist die kapitalbildende Lebensversicherung auf den Todes- und Erlebensfall. Sie ist, genau wie die Risikoversicherung, eine Vorsorge für den Todesfall. Stirbt der Versicherte vor Vertragsablauf, erhalten die Hinterbliebenen die Versicherungssumme zuzüglich der Überschussanteile. Mit ihr wird aber auch für den Erlebensfall Versorgungskapital angesammelt. Bei der kapitalbildenden Lebensversicherung sollten Sie die Höhe der Beiträge berücksichtigen und in Ihre Liquiditätsplanung einbeziehen.

Der betriebliche Versicherungsschutz

Vor Ihrer Entscheidung, bestimmte betriebliche Versicherungsarten abzuschließen, sollten Sie folgenden Grundsatz beachten:

Versichern Sie zuerst die Risiken, bei denen ein Schaden die höchsten finanziellen Folgen für Ihr Unternehmen haben kann. Dann sichern Sie sich gegen Risiken ab, bei denen Schäden mit hoher Wahrscheinlichkeit zu erwarten sind.

Aus diesem Grund ist es empfehlenswert z. B. eine Feuer- und Betriebsunterbrechungsversicherung eher abzuschließen, als eine Sturmschadenversicherung oder Vollkaskoversicherung für ein Firmenfahrzeug.

Haftpflichtversicherung

Nach den gesetzlichen Bestimmungen des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB) besteht die Verpflichtung, einen schuldhaft (das heißt vorsätzlich oder fahrlässig) zugefügten Schaden wieder gutzumachen. Hierbei kann gegebenenfalls der Unternehmer mit seinem gesamten Vermögen herangezogen werden. Der Abschluss einer Betriebshaftpflichtversicherung könnte deshalb erforderlich sein. Sie deckt Schäden ab, die im Unternehmen entstehen (ein Kunde rutscht auf einer Ölspur aus) und Schäden, die anlässlich einer dienstlichen Verrichtung außerhalb des Betriebsgeländes (während einer Reparatur) ausgelöst werden.

Produkthaftpflichtversicherung

Die Produkthaftpflichtversicherung kann als Ergänzung zu einer bestehenden Betriebshaftpflichtversicherung abgeschlossen werden. In der Betriebshaftpflichtversicherung ist nur das sog. konventionelle Produkthaftpflichtrisiko, also Personen- oder Sachschäden, die durch ein

Produkt verursacht werden, versichert. Vermögensschäden, die durch fehlerhafte Produkte beim Abnehmer entstehen, werden über die sog. erweiterte Produkthaftpflichtversicherung gedeckt. Die Abgrenzung zur Betriebshaftpflichtversicherung erfolgt dann über ein zeitliches Kriterium: Die Produkthaftpflichtversicherung greift ein bei Schäden, die entstehen nach Abschluss der Arbeiten bzw. Auslieferung der Produkte.

Geschäftsführerversicherung

Die Geschäftsführerversicherung richtet sich in erster Linie an Geschäftsführer, Vorstände und Aufsichtsräte mittelständischer Betriebe Deutschlands. Sie bietet eine Absicherung der persönlichen Haftung für verursachte Vermögensschäden. Die Deckung umfasst u. a. Schäden, die durch leitende Angestellte oder Tochterunternehmen verursacht werden. Des Weiteren können auch Ansprüche Dritter versichert werden.

Feuerversicherung

Sie deckt die Schäden, die durch Brand, Blitzschlag und Explosion an den versicherten Gebäuden und deren Inhalt entstehen. Ob auch Aufräumungs- und Abbrucharbeiten bei Geschäftsgebäuden eingeschlossen sind, hängt vom jeweiligen Vertrag ab.

Betriebsunterbrechungsversicherung

Diese Versicherung kann als Ergänzung zur Feuerversicherung oder/und zur Einbruchdiebstahlversicherung abgeschlossen werden. Hierbei übernehmen die Versicherungen die rechtlich begründeten und wirtschaftlich notwendigen Kosten. Dies sind zum Beispiel die Gehaltsfortzahlungen für Mitarbeiter, damit diese nicht an Konkurrenzunternehmen abwandern. Folgeschäden durch eine Betriebsunterbrechung dürften oftmals schwerwiegender als der eigentliche Brandschaden sein. Überprüfen Sie deshalb, ob der Abschluss ratsam ist.

Einbruchdiebstahlversicherung

Sie erstattet Ersatz bei entwendeten, zerstörten oder beschädigten Sachen sowie Beschädigungen an Türen, Schlössern und Wänden.

Häufig werden diese Versicherungsarten mit der Betriebsunterbrechungsversicherung auch als gebündelte Sachversicherungen angeboten.

Firmenrechtsschutzversicherung

Nicht nur als Ergänzung zur Haftpflichtversicherung sollte eine Firmenrechtsschutzversicherung abgeschlossen werden. Möglich sind der Arbeitsgerichts-, der Schadenersatz-, der Sozial- sowie der Strafrechtsschutz. Diese Versicherungsarten werden häufig in einer Police zusammengefasst.

Daneben sollten Sie überlegen, ob der Vollrechtsschutz für Kraftfahrzeuge sowie der Fahrerrechtsschutz für Strafverfahren für Ihr Unternehmen sinnvoll ist.

Versicherungsprämien können eine beachtliche Kostenhöhe erreichen. Aus diesem Grund sollten Sie Einsparmöglichkeiten überprüfen, ohne dass Ihr Versicherungsschutz darunter leidet. Machen Sie sich deshalb auf die Suche nach dem günstigsten Versicherer. Da zwischen den einzelnen Gesellschaften nennenswerte Prämienunterschiede bestehen, dürfte es empfehlenswert sein, mehrere schriftliche Angebote einzuholen, diese zu vergleichen und als Konkurrenzangebote anderen Anbietern vorzulegen. Verhandeln können Sie mit den großen Versicherungsgesellschaften, den jeweiligen Außendienstvertretern sowie Versicherungsmaklern (Mehrfachagenten).

Kreditversicherung

Sie deckt Forderungsverluste durch Zahlungsunfähigkeit von Schuldern. Einen Teil des Risikos müssen Sie als Versicherter jedoch selbst tragen (Selbstbeteiligung). Man unterscheidet die Warenkreditversicherung (Delkrederversicherung) für Lieferungen im Inland und die Ausfuhrkreditversicherung für den Export.

Eine Ausfuhrkreditversicherung wird – im Auftrag des Bundes – von der Euler HermesKreditversicherungs AG in Hamburg übernommen. Durch sie werden das wirtschaftliche Risiko (Zahlungsunfähigkeit des Schuldners) und das politische Risiko (kriegerische Auseinandersetzungen, Konvertierungs-, Transfer-, Zahlungsverbots- und Moratoriumsrisiko) aus Lieferungen deutscher Exporteure an Kunden im Ausland übernommen.

Erläuterungen

- Konvertierung - Änderung der Bedingungen
- Moratorium - Zahlungsaufschub
- Transfer - Umwandlung von Geld einer Währung in Geld einer anderen Währung mit Hilfe des Devisenhandels.

Übersicht der angebotenen Versicherungen:

- Auslandsrisiken
- Beraubung
- Betriebsunterbrechung Computerausfall/ Einbruchdiebstahl/Energieausfall/Feuer
- Einbruchdiebstahl
- Feuer, Explosion
- Forderungsausfall
- Haftpflicht, Betriebshaftpflicht/Produkthaftpflicht/ Umwelt-/Vermögensschadenhaftpflicht
- Kraftfahrzeug, Teilkasko/Vollkasko
- Maschinenbruch
- Montage
- Rechtsschutz, Arbeitsrechtsschutz/Fahrerrechtsschutz/Schadenersatzrechtsschutz/ Sozialrechtsschutz/Strafrechtsschutz
- Sturm
- Warentransport
- Wasser u. a.

19. Scheinselbständigkeit und arbeitnehmerähnliche Selbständige

Die gesetzlichen Regelungen über die Scheinselbständigkeit und die Rentenversicherungspflicht bestimmter Selbständiger, zuletzt geändert durch die Hartz-Gesetze zum 1.1.2003, haben unter anderem zum Ziel, nur zum Schein als Selbständige tätige Arbeitnehmer für die Sozialversicherung besser zu erfassen und arbeitnehmerähnliche Selbständige als Pflichtversicherte in die Rentenversicherung aufzunehmen.

Als scheinselbständig gelten solche Erwerbstätige, die zwar den Status eines selbständigen Unternehmers (freiwillig oder auf Drängen ihres Auftraggebers) beanspruchen, deren Tätigkeit in Wirklichkeit aber der eines Arbeitnehmers entspricht.

Bei der Beurteilung des Status wird auf die Gesamtsituation abgestellt. Erkennbares unternehmerisches Handeln und die freie Entscheidung des Unternehmers stehen dabei im Vordergrund. Die Sozialversicherungsträger untersuchen, ob Weisungsgebundenheit und Eingliederung in die Arbeitsorganisation des Auftraggebers vorliegen. Der bisherige Vermutungskatalog ist mit den Neuregelungen zum 01.01.2003 entfallen. Vermutungsregelungen für die Unselbständigkeit einer Beschäftigung bestehen damit nicht mehr.

Allerdings werden die bisherigen Kriterien damit nicht bedeutungslos. Vielmehr spielen die Aspekte

- Beschäftigung eigener sozialversicherungspflichtiger Arbeitnehmer

- Tätigkeit auf Dauer und im Wesentlichen nur für einen Auftraggeber
- Durchführung entsprechender Tätigkeiten auch durch Arbeitnehmer
- Unternehmerisches Auftreten am Markt
- Der Unternehmer hat die Tätigkeit beim Auftraggeber zuvor als dessen Arbeitnehmer ausgeführt

auch weiterhin bei der Beurteilung der Gesamtsituation eine Rolle.

Um das Risiko einer Fehleinschätzung auszuschließen, können die Beteiligten innerhalb eines Monats nach Aufnahme der Tätigkeit einen Antrag bei der Deutschen Rentenversicherung stellen, damit verbindlich festgestellt wird, dass keine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung vorliegt (Anfrageverfahren). Die Deutsche Rentenversicherung entscheidet dann aufgrund einer Gesamtwürdigung der Situation des Unternehmens. Als Anhaltspunkte für eine abhängige Beschäftigung werden eine Tätigkeit nach Weisungen und eine Eingliederung in die Arbeitsorganisation des Weisungsgebers angesehen.

Sonderfall: Handelsvertreter

Mit dem Wegfall der Vermutungskriterien ist auch die Ausnahmeregelung für Handelsvertreter hinfällig geworden. Entscheidend für die Frage ihrer Selbständigkeit ist damit, ob sie ihre Tätigkeit im Wesentlichen frei gestalten und über ihre Arbeitszeit bestimmen können (§ 84 Abs. 1 S. 2 Handelsgesetzbuch). Wenn diese Voraussetzungen nicht erfüllt sind, können auch Handelsvertreter scheinselbständig sein. Indizien dafür sind beispielsweise Umsatzvorgaben, eng angelegte Kontrollen des Auftraggebers, Pflichtenwesenheit, vorgegebene Pflichttermine bei Kunden, Tourenpläne, Urlaubsabstimmung mit dem Auftraggeber sowie das Verbot, Angestellte einzustellen.

Kann sich der Handelsvertreter Tätigkeit und Arbeitszeit frei einteilen und liegen die oben genannten Kriterien vor, ist auch er arbeitnehmerähnlicher Selbständiger und damit grundsätzlich rentenversicherungspflichtig.

Hinweis: Die Abgrenzung zwischen Selbständigen, rentenversicherungspflichtigen Selbständigen und „Scheinselbständigen“ bleibt schwierig. Viele Einzelfälle und strittige Punkte werden weiterhin von der Rechtsprechung anhand der bisherigen Kriterien zu klären sein.

Insbesondere Existenzgründer sollten sich innerhalb von drei Monaten nach der Aufnahme der Geschäftstätigkeit an die Deutsche Renten-

versicherung wenden und schriftlich einen Antrag auf Befreiung von der Rentenversicherungspflicht stellen. Bei Unklarheiten bezüglich der Scheinselbständigkeit sollte bei der Deutschen Rentenversicherung innerhalb von einem Monat ein Antrag auf Feststellung gestellt werden.

Deutsche Rentenversicherung Bund, Clearingstelle für sozialversicherungsrechtliche Statusfragen 10704 Berlin, Service-Telefon: 0800 333-1919, Antragsvordrucke und Infomaterial: <http://www.deutsche-rentenversicherung-bund.de>

20. Mitarbeiter

Früher oder später stellt sich auch bei einem neu gegründeten Unternehmen die Frage nach der Einstellung von Mitarbeitern. Zu Beginn sind in manchen Wirtschaftszweigen und Unternehmensgrößen sämtliche Arbeiten vom Unternehmer alleine zu erledigen. Wenn Sie aber an Spitzenzeiten und Saisongeschäften im Handel, an Reisetätigkeiten zu potentiellen Auftraggebern und auch gelegentliche persönliche Abwesenheiten (z. B. Arztbesuche) denken, dürfte die Notwendigkeit der Beschäftigung von Mitarbeitern, je nach Leistungsumfang, deutlicher werden.

In der Startphase erhalten Unternehmer häufig Hilfestellung von Familienangehörigen oder Bekannten. Insgesamt gesehen müssen Sie jedoch davon ausgehen, dass ein leistungsfähiges Unternehmen im Regelfall nicht ohne Personal betrieben werden kann. Je beschäftigter Person können nur bestimmte (Höchst-) Umsätze erzielt werden. Auch wenn Sie als Unternehmer besonders tatkräftig und engagiert arbeiten, können Sie auf Dauer nicht die Leistung mehrerer Personen erbringen. Vermutlich möchten auch Sie nach einer gewissen Anlaufphase ein Privatleben nach Geschäftschluss oder am Wochenende ausüben wollen.

Ohne Mitarbeiter dürfte eine leistungsfähige Größe kaum zu erreichen sein. Deshalb sollten Sie gründlich überlegen, wie viele Mitarbeiter mit welcher Qualifikation Sie zur Erreichung Ihres Unternehmenszieles benötigen.

1. Schritt

Ermitteln Sie, welche Arbeiten auszuführen sind, zu welchen Tätigkeiten Sie Mitarbeiter benötigen:

- Tätigkeitsmerkmale laut Stellenbeschreibung
- Umfang der Arbeiten und Anzahl der Arbeitsplätze

2. Schritt

Ermitteln Sie die erforderliche Qualifikation der Mitarbeiter:

- Bildungsstand, Erfahrungen, Kenntnisse
- geistige Anforderungen
- menschliche Eigenschaften
- körperliche Belastbarkeit

3. Schritt

Personalbedarf ermitteln:

- Vollzeit
- Teilzeit
- Aushilfen
- geringfügig Beschäftigte
- freie Mitarbeiter etc.

Personalsuche

Die Leiter der Personalabteilungen investieren einen hohen Zeitaufwand, um die richtigen Leute zu finden. Aus den folgenden Möglichkeiten können Sie geeignete Maßnahmen zur Akquisition von Mitarbeitern auswählen:

- Vermittlungsauftrag an die Agentur für Arbeit oder private Vermittler
- Stellenanzeige in Tageszeitungen, Fachzeitschriften etc.
- Auswerten der Stellengesuche in der Presse
- Hinweisschild vor dem Betriebsgelände, im Schaufenster
- Kontakte zu Kunden und Auftraggebern
- Kontakte zu in Frage kommenden Schulen und Fortbildungseinrichtungen
- Kontakt zum Fachverband, Anzeige im jeweiligen Publikationsorgan

Bereits vor schriftlichen oder mündlichen Kontakten möglicher Mitarbeiter haben Sie sich Gedanken über die Bewerbungsunterlagen gemacht. Je qualifizierter Ihr Mitarbeiter sein muss, umso umfangreicher sollten die Ihnen vorgelegten Unterlagen sein. Folgende Schriftstücke und Angaben sollten Sie von potentiellen Mitarbeitern erfragen:

- Tabellarischer Lebenslauf
- Schul-, Ausbildungs- und Arbeitgeberzeugnisse (Kopien)
- Gehaltsvorstellung, frühester Einstellungstermin
- Telefonnummer (schnelle Kontaktaufnahme)

Teilweise werden (insbesondere bei gehobenen Tätigkeiten) eine Schriftprobe sowie ein Lichtbild gewünscht.d

Vorstellungsgespräch

Anhand des beruflichen Werdeganges bzw. der Zeugnisse lässt sich nicht immer feststellen, ob die geforderte fachliche Qualifikation tatsächlich vorliegt. Versuchen Sie also, sich durch ein Vorstellungsgespräch und ggf. durch einen Eignungstest (Bedienen des Computers, Verkaufsgespräch etc.) eine größere Gewissheit zu verschaffen.

Am Ende des Gespräches sollten Sie Ihren künftigen Mitarbeiter besser einschätzen können:

- Reicht die Vorbildung aus?
- Sind die erforderlichen fachlichen Kenntnisse und Erfahrungen vorhanden?
- Wie war sein Einsatz für die berufliche Weiterbildung?
- Wie oft wurde der Arbeitsplatz gewechselt?
- Passen die äußeren Erscheinungs- und Umgangsformen zu Ihrem Unternehmen, wie ist die Ausdrucksweise und Kontaktfähigkeit?
- War Ihr Gegenüber ruhig und überzeugend oder nervös und erregt?

Erfahrene Personalchefs empfehlen, auftauchende Widersprüche in den Unterlagen oder während des Vorstellungsgespräches sofort zu klären, überwiegend den Bewerber sprechen zu lassen, die Vorgehensweise nicht an einem Fragebogen angelehnt erscheinen zu lassen und kein so genanntes Stressinterview durchzuführen.

Die Arbeitgeberpflichten

Jeder Arbeitnehmer ist grundsätzlich zur gesetzlichen Sozialversicherung anzumelden. Sie unterteilt sich in

- Arbeitslosenversicherung
- Krankenversicherung
- Pflegeversicherung
- Rentenversicherung
- Unfallversicherung

Für die ersten vier Versicherungen besteht eine Anmeldepflicht des Arbeitgebers gegenüber der Krankenversicherung. Die Beiträge dazu werden je zur Hälfte vom Arbeitnehmer und Arbeitgeber aufgebracht.

Durch die Unfallversicherung wird der Arbeitnehmer gegen Arbeitsunfälle, Wegeunfälle etc. finanziell abgesichert. Träger der Unfallversicherung ist die zuständige Berufsgenossenschaft. Die Beiträge dazu zahlt ausschließlich der Arbeitgeber.

Nach der unverzüglichen Anmeldung der Mitarbeiter bei der Krankenkasse informiert diese die Agentur für Arbeit sowie den Rentenversicherungsträger.

Einstellungsunterlagen

Folgende Unterlagen muss der Arbeitnehmer bei der Einstellung vorlegen: Lohnsteuerkarte, Sozialversicherungsausweis, Nachweis über Krankenversicherung, Arbeitserlaubnis ausländischer Arbeitnehmer, Urlaubsbescheinigung des letzten Arbeitgebers.

Verlangen Sie, soweit bei den Bewerbungsunterlagen noch nicht vorhanden waren: das Arbeitszeugnis des letzten Arbeitgebers, den Lebenslauf/beruflichen Werdegang und je nach Erfordernis ein polizeiliches Führungszeugnis.

Auszubildende

Nach einer gewissen Anlaufzeit sollten Sie nach Meinung der IHK überprüfen, ob Sie junge Menschen in Ihrem Betrieb ausbilden können. Damit eröffnen Sie diesem Personenkreis auch Lebensperspektiven. Vielleicht hatte vor einigen Jahren Ihr Ausbilder so den Grundstock zu Ihrer unternehmerischen Qualifikation gelegt. Ausbilder haben über die im Gesetz vorgesehene fachliche Eignung hinaus berufs- und arbeitspädagogische Kenntnisse nachzuweisen. Die Prüfungen nimmt die IHK ab; unter bestimmten Voraussetzungen kann sie auch Befreiungen aussprechen. Die IHK-Ausbildungsberater informieren über die anerkannten Ausbildungsberufe und helfen bei der Erstellung betrieblicher Ausbildungspläne.

Gesetzliche Regelungen/Tarifverträge

Neben einer Vielzahl gesetzlicher Bestimmungen wird das Arbeitsrecht in starkem Maße durch das Richterrecht und durch zahlreiche Tarifverträge geprägt. Insbesondere das Arbeitsrecht wird wegen der im Grundgesetz verankerten Tarifautonomie von den Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften wahrgenommen. Diese schließen auch Tarifverträge ab. Beachten Sie bitte, dass einige Tarifverträge regelmäßig für allgemeinverbindlich erklärt werden. Damit erlangen sie eine Wirkung auch auf nicht organisierte Betriebe. Auskünfte dazu können Sie vom Ministerium für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes NRW, Abt. Tarifregister, Düsseldorf, erhalten. Ist ein Unternehmen Mitglied eines Arbeitgeberverbandes (Einzelhandelsverband, Hotel- und Gaststättenverband, Wirtschaftsvereinigung Groß- und Außenhandel etc.) sind von dort Tarifverträge, Muster-

arbeitsverträge sowie andere Schriftstücke und Informationen zu beziehen.

Lohnsteuer

Laut den Vorschriften des Einkommensteuergesetzes ist der Arbeitgeber verpflichtet, von dem gezahlten Arbeitslohn die Lohnsteuer einzubehalten und an das Finanzamt abzuführen (§ 38 EStG). Dazu hat sich der Arbeitgeber von dem Arbeitnehmer die Lohnsteuerkarte vorlegen zu lassen. Nach den vom Bundesfinanzministerium erstellten Lohnsteuertabellen ist die Lohnsteuer zu errechnen. Anhand von Lohnsteuertabellen, die Sie über den Buchhandel von verschiedenen Fachverlagen beziehen können, ist die abzuziehende Lohnsteuer leicht abzulesen. Alle Lohnzahlungen einschließlich steuerfreier Bezüge sowie die Lohnsteuerbeträge sind in einem gesonderten Lohnkonto aufzuführen. Ein derartiges Konto ist für jeden Arbeitnehmer einzurichten und zu führen. Die Lohnsteuerzahlungen des Vormonates sind spätestens am 10. eines Monats mittels eines entsprechenden Formulars dem Finanzamt anzumelden und zu überweisen. Die Beurteilung von Lohnsteuerfragen ist oftmals schwierig und nicht immer ohne steuerrechtliche Kenntnisse zu lösen. Der Arbeitgeber zieht anstelle des Staates die Steuer ein. Deshalb kann er von dem zuständigen Finanzamt über Fragen des Lohnsteuerabzugsverfahrens verbindliche Auskünfte einholen (Lohnsteueranrufungsauskunft nach § 42 e EStG).

Nach unseren Erkenntnissen führen Steuerberater im Rahmen der laufenden Buchführung auch die Lohn- und Gehaltsbuchführung durch. Sie sind mit den Abwicklungsfragen sowie der konkreten Durchführung vertraut. Deshalb können Sie sich bei den vermutlich anstehenden zahlreichen Fragen auch an Ihren Steuerberater wenden. Er wird Ihnen insbesondere die Abläufe mit geringfügig Beschäftigten, Aushilfskräften etc. anhand seiner praktischen Erfahrungen erläutern.

Arbeitsgesetze

Im Buchhandel sind Bücher erhältlich, die entweder die Gesetzestexte des fast gesamten Arbeitsrechtes beinhalten oder als Sachbuch die wichtigsten Bestimmungen und Begriffe erläutern. Dort können Sie auch die sog. ausgangspflichtigen Arbeitsgesetze bestellen.

Im folgenden können wir Ihnen nur die wichtigsten Rechtsquellen des Arbeitsrechts auflisten:

- Arbeitszeitordnung,
- Arbeitsstättenverordnung,

- Berufsbildungsgesetz,
- Betriebsverfassungsgesetz,
- Bürgerliches Gesetzbuch,
- Bundesurlaubsgesetz,
- Handelsgesetzbuch,
- Heimarbeitsgesetz,
- Jugendarbeitsschutzgesetz
- Kündigungsschutzgesetz,
- Lohnfortzahlungsgesetz,
- Mutterschutzgesetz,
- Schwerbehindertengesetz.

Mini-Jobs

Die Regelungen für die Mini-Jobs:

Ab 1.4.2003	Arbeitnehmer	Arbeitgeber
bis 450 €	RV 3,9%	KV 13% RV 15% Pauschale LSt. 2%
bis 450 € im Privathaushalt ¹	RV 13,9%	KV 5% Pauschale LSt. 2%
in der Gleitzone von 400,01 bis 800,00 €	Gestaffelt, aufgrund besonderer Berechnungsgrundlage (50%)	Beiträge zur Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung; berechnet aus dem Arbeitsentgelt (50%)
in der Gleitzone von 400,01 bis 800,00 € im Privathaushalt ²	Gestaffelt, aufgrund besonderer Berechnungsgrundlage (50%)	Beiträge zur Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung; berechnet aus dem Arbeitsentgelt (50%)

¹ Der Arbeitgeber kann 10% seiner Aufwendungen steuerlich geltend machen, maximal 510,00 € jährlich

² Der Arbeitgeber kann 12% seiner Aufwendungen steuerlich geltend machen, maximal 2.400 € jährlich

Die zeitliche Begrenzung von unter 15 Stunden/Woche entfällt. In den Arbeitsverträgen sollte auf eine feste Stundenvereinbarung verzichtet werden. Die gesamte Abgabe wird an die Bundesknappschaft gezahlt, die die einheitliche Einzugsstelle für die Beiträge aus allen geringfügigen Beschäftigungen – unabhängig von der versicherten Krankenkasse – und der pauschalen Lohnsteuer ist.

Werden eine versicherungspflichtige Hauptbeschäftigung und ein Mini-Job nebeneinander ausgeübt, bleibt die Nebentätigkeit nunmehr versicherungsfrei. Bei mehreren geringfügigen Beschäftigungen richtet sich die Zusammenrechnung nach dem bisher geltenden Recht. Die Mini-Jobs im gewerblichen Bereich und im Privathaushalt werden ebenfalls zusammen gerechnet. Wird hierdurch der Grenzwert von

400 € überschritten, tritt Versicherungspflicht in allen Mini-Jobs ein.

21. Betriebsorganisation

Vor Aufnahme der Geschäftstätigkeit sollten auch der organisatorische Aufbau des Unternehmens sowie die betrieblichen Abläufe aufeinander abgestimmt werden. Existenzgründer, die über geringe kaufmännische Erfahrungen verfügen, vertreten gelegentlich die Meinung, dass sie als kleine Firma dies nicht benötigen.

Eine klare und zweckmäßige betriebliche Organisation hilft jedoch Mehrfacharbeiten, unnötige Kosten und Fehlleistungen zu vermeiden. Damit wirkt sich die geeignete Organisationsstruktur auch positiv auf das Unternehmensimage aus.

Zu den Hauptbereichen gehören die Aufbau- und die Ablauforganisation.

Die Aufbauorganisation regelt die Zuständigkeiten, durch Einrichtung von Funktionsorganen, Abteilungen, Arbeitsplätzen etc. und ihre Verflechtungen zueinander. Erforderlich wird dies also immer dann, wenn in unterschiedlichen betrieblichen Bereichen Personen tätig sind. (Wer übt welche Tätigkeit aus?)

Die Ablauforganisation ordnet Arbeits- und Bewegungsabläufe so, dass sie wirtschaftlich und zweckgerichtet zeitlich hinter- und nebeneinander ablaufen. Dadurch sollen die Arbeiten kurze Durchlaufzeiten erreichen und auf die Aufgabenträger möglichst gleichmäßig belastet werden. (Wie und in welcher Reihenfolge sind die Tätigkeiten auszuführen?)

22. Endlich: Die Eröffnung

Nach zahlreichen Gesprächen und Verhandlungen, langen Zahlenkolonnen, vielen Berechnungen, etlichen Fahrkilometern, nach Euphorie, Zweifeln und Bestätigung Ihrer Idee kommt der erste Tag als selbständiger Unternehmer auf Sie zu.

Planen Sie den Markteintritt und die Geschäftseröffnung präzise. In zahlreichen Einzelhandelsbranchen erzielen die Unternehmer im Herbst bzw. vor Weihnachten die höchsten Umsätze. Legen Sie anhand Ihrer Branchenkenntnisse die Stunde „1“ fest. Wenn Sie von Beginn an in das Saisongeschäft einsteigen, verkürzen Sie die Durststrecke erheblich. Wegen der Vorlaufzeit für Druckereien etc. sollte die Eröffnungswerbung rechtzeitig vorbereitet werden.

Beginnen Sie den Schritt in einen neuen Lebensabschnitt mit einer kleinen Feier, zu der Sie zahlreiche Personen einladen sollten. Prüfen Sie, ob Ihre Geschäftsnachbarn, die Entscheidungsträger bei der Bank, Personen des öffentlichen Lebens, Lieferanten, Ihr Steuerberater, Ihre Freunde und Bekannten einzuladen sind. Vielleicht feiern Sie mit diesen am Nachmittag bzw. Abend vor der eigentlichen Eröffnung und am ersten Tag mit den wünschenswerten zahlreichen Kunden. Hoffentlich reichen die bereitgestellten Vasen für die Blumensträuße aus!

Neben schriftlichen Einladungen sollten Sie wichtige Gäste nochmals persönlich ansprechen. Planen Sie für Ihre Eröffnungsveranstaltung Getränke, einen Imbiss und kleine Werbegeschenke ein. Diese Präsente sollten Sie mit einem auffallenden Werbeaufdruck versehen. Denken Sie an praktische Dinge, damit Ihre künftigen Kunden Sie stets vor Augen haben. Dies könnten Mininotizblöcke, der Schlüsselbund, der Kugelschreiber oder kleine Erzeugnisse (Accessoires) Ihres Betriebes sein.

Mit einer gut vorbereiteten kurzweiligen Präsentation können Sie vielleicht die Historie der Branche oder des übernommenen Geschäftes mit interessanten Dokumenten (alte Kataloge, Rechnungen, Fotos etc.) Ihren Geschäftsfreunden bildlich vor Augen führen. Auch mit Dank an die „Heinzelmännchen“ bleiben Sie sicherlich noch lange Zeit bei Gästen und neuen Geschäftsfreunden in Erinnerung.

23. Die Anlaufphase

Der Unternehmensstart ist gelungen. Sie schauen zuversichtlich in die Zukunft. Bereiten Sie aber auch frühzeitig Maßnahmen zur Existenzsicherung vor. Besonders junge Unternehmen sind in hohem Maße insolvenzgefährdet. Etwa in den ersten fünf Jahren werden die unternehmerischen Schwierigkeiten offensichtlich durch Engpässe in der Finanzierung verursacht; bei etwas älteren Unternehmen tragen Anpassungsprobleme an Marktveränderungen dazu bei. Die Sorglosigkeit mancher Jungunternehmer dürfte eine besondere Gefahr für den Fortbestand des Betriebes darstellen.

Damit Sie Ihr Unternehmen stets fest im Griff halten, ist sicherzustellen, dass Sie über alle Vorgänge und Datenentwicklungen unterrichtet werden. Ein gut funktionierendes Kontrollsystem ermöglicht dies. So ist die geschäftliche Entwicklung der Produktivität und Rentabilität

auch im laufenden Geschäftsjahr zu kontrollieren. Zwar erstellen Sie bzw. Ihr Steuerberater aus der jährlichen Abschlussrechnung Ihr Betriebsergebnis, doch wenn Sie kein zufriedenstellendes Resultat erreichen, ist es für eine Korrektur am Bilanzstichtag zu spät. Deshalb sollten mittels kurzfristiger Erfolgsrechnungen die erreichten Umsätze, die Mitarbeiterleistung, der Lagerumschlag, die Handelsspanne etc. beobachtet und ausgewertet werden.

Beziehen Sie in die Existenzsicherungsmaßnahmen auch die Standortqualität, die Einkaufsquellen, die Gewinnung neuer Kunden, die Verkaufskalkulation, die Konkurrenz, betriebliche Abläufe, Finanzierungsgrundsätze sowie den Versicherungsschutz ein.

Die Existenzfestigung stellt ebenso wie die Unternehmensgründung eine interdisziplinäre Aktion dar. Es sind also die betrieblichen Verhältnisse, das unternehmerische Umfeld und gewonnene Kenntnisse zu berücksichtigen.

... und wie geht es weiter?

Sicherlich kommt viel Arbeit auf Sie zu. Neben Spaß an der Arbeit sollten Sie die Erholung sowie die Familie und Freunde nicht zu kurz kommen lassen. Wenn Sie daneben einen gesunden Optimismus bewahren, gelangen Sie durch die Früchte Ihrer Arbeit vermutlich zum dauerhaften Erfolg.

24. Ansprechpartner

Was Sie jetzt unternehmen sollten

Die Gründerregion setzt sich die Aufgabe, Existenzgründer bereits bei den ersten Schritten zu beraten und Ihnen gute Ratschläge mit auf den Weg zu geben.

Da diese Broschüre nicht alle Fragen beantworten kann, bieten wir Ihnen für das weitere Vorgehen im Gründungsprozess zur Klärung spezieller Probleme gerne die Unterstützung durch die Gründerregion an:

Gründerregion Niederrhein

Anwaltsverein Mönchengladbach	02161-17 79 29	Hohenzollernstr. 157	41061	Mönchengladbach
Agentur für Arbeit Krefeld	02162-37 95 31	Philadelphiastr. 2	47799	Krefeld
Agentur für Arbeit Mönchengladbach	02131-95 41 230	Marienstr. 42	41460	Neuss
DEHOGA Nordrhein e.V.	0203-75 18 0	Amtsgerichtsstr. 8b	47119	Duisburg
Einzelhandelsverband Krefeld- Kempen-Viersen e.V.	02151-81 88 0	Ostwall 122	47798	Krefeld
Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband e.V.	02166-29 29	Mühlenstr. 129	41236	Mönchengladbach
Handwerkskammer Düsseldorf	0208-82 05 530	Mülheimer Str. 6	46049	Oberhausen
IHK Mittlerer Niederrhein	02151-6350	Nordwall 39	47798	Krefeld
IHK Mittlerer Niederrhein	02161-2410	Bismarckstr. 109	41061	Mönchengladbach
IHK Mittlerer Niederrhein	02161-2410	Friedrichstr. 40	41460	Neuss
Startercenter bei der IHK Mittlerer Niederrhein	02151-63 54 56	Nordwall 39	47798	Krefeld
Startercenter bei der IHK Mittlerer Niederrhein	02161-63 51 56	Bismarckstr. 109	41061	Mönchengladbach
Kreishandwerkerschaft Niederrhein Krefeld I Viersen I Neuss	02151-9 77 80	Westwall 122	47799	Krefeld
Startercenter bei der Wirt- schaftsförderung Rhein-Kreis Neuss mbH	02131-92 87 512	Oberstr. 91	41460	Neuss
Stadt Dormagen Wirtschaftsförderung	02133-25 74 25	Paul-Wierich-Platz 2	41539	Dormagen
Stadt Grevenbroich	02181-60 82 54	Am Markt 2	41515	Grevenbroich
Stadt Kaarst Bereich Wirt- schaftsförderung	02131-98 74 19	Am Neumarkt 2	41564	Kaarst
Stadt Meerbusch Wirtschaf- tsförderung	02132 -91 63 33	Dorfstr. 20	40667	Meerbusch
Stadt Neuss Amt für Wirt- schaftsförderung	02131-90-31 10	Oberstr. 7-9	41460	Neuss
Stadt Viersen Fachbereich Wirtschaftsförderung	02162-10 13 49	Bahnhofstr. 29	41747	Viersen
Steuerberaterkammer Düsseldorf	0211-66 90 60	Grafenberger Allee 98	40237	Düsseldorf
Startercenter beim Technologie & Gründerzentrum Niederrhein GmbH	02152-20 29 12	Industriering Ost 66	47906	Kempen
Wirtschaftsförderungsgesell- schaft Krefeld mbH	02151-82 07 423	Untergath 43	47805	Krefeld
Verein der Rechtsanwälte Krefeld e.V. - Im Landgericht	02151-77 31 46	Nordwall 131	47798	Krefeld
Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH	02161-82 37 976	Lüpertzender Str. 6	41061	Mönchengladbach
Wirtschaftsförderung der Stadt Willich	02154- 94 90	Hauptstr. 6	47877	Willich