



FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Hochschulstandort Bonn

Seminararbeit

im Studiengang Wirtschaftsinformatik

als Teil des Moduls

IT-Trends & Innovation

über das Thema

One-Click Brand

von

Mads Fuchs, Nils Rüber, Janis Wiesen, Marlon Juntorius

Betreuer: Sandro Coletta

Matrikelnummer: 675314, 674514, 670300, 675888

Eingereicht am: 12.01.2025

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Grundlagen	2
2.1	Unternehmensgründung	2
2.2	Markenregistrierung	5
2.3	Digitale Schnittstellen zu den Behörden	7
2.3.1	Finanzamt	7
2.3.2	Patentamt	7
2.3.3	Gewerbeamt	8
2.3.4	Handelsregister	8
2.3.5	IHK	9
2.3.6	Geschäftskonto	9
2.4	Was ist KI?	10
3	Wettbewerbsanalyse	11
4	Methodik	13
4.1	Design Thinking Prozess	13
4.1.1	Verstehen	14
4.1.2	Definieren	15
4.1.3	Ideenfindung	15
4.1.4	Prototyping & Testing	17
5	Fazit	18
5.1	Erweiterungsmöglichkeiten	19
	Anhang	21
	Quellenverzeichnis	22

Abbildungsverzeichnis

Codeverzeichnis

1 Einleitung

Diese Hausarbeit wird im Namen der Firma *RF InnoTrade GmbH* durchgeführt. Die Firma ist ein mittelständisches Unternehmen, welches sich auf das vermarkten und vertreiben von Trend- und Lifestyleprodukten spezialisiert hat. Die *RF InnoTrade GmbH* ist ein reines E-Commerce Unternehmen und hat keine Ladenlokale. Die Führungsetage möchte den Umsatz steigern und hat dafür eine neue Diversifizierungsstrategie entwickelt. Die Strategie sieht eine maximale Diversifizierung der Marken und Produkte vor um auf die stetig und schnell wechselnden Trends, welche hauptsächlich durch Social Media Plattformen wie Instagram, TikTok und Pinterest beeinflusst werden, reagieren zu können. Dafür ist es notwendig so schnell wie möglich neue Webseiten, neue Marken oder sogar neue Firmen zu launchen. Eine Plattform dafür wurde bereits geschaffen. Mit dieser Plattform ist die Firma *RF InnoTrade GmbH* allerdings nur in der Lage sehr schnell neue Webseiten mit optional integriertem Webshop ins Leben zu rufen. Um die Firmstruktur auszubauen und die Diversifizierungsstrategie umzusetzen, ist es notwendig auch neue Firmen zu gründen und gegebenenfalls Marken anzumelden. Jeder Gründungs- und Anmeldeprozess geht jedoch mit viel behördlicher Komplexität, langen Wartezeiten und von Prozess zu Prozess unterschiedlichen Status bzw. Ständen des Prozessfortschritts einher. Um hier die Strategie bestmöglich umzusetzen muss das Portal angepasst werden, einerseits um den Prozess zu beschleunigen und damit Kosten zu sparen, andererseits um den Überblick zu bewahren. Daher hat die Firma *RF InnoTrade GmbH* ein junges Team damit beauftragt eine Lösung für diese Problem zu finden. Der Prozess der Ideenfindung und Problemlösung wird in dieser Arbeit beschrieben.

2 Grundlagen

In diesem Kapitel werden die Grundlagen für die folgenden Kapitel erläutert. Dazu gehören die Unternehmensgründung, die Markengründung und die digitalen Schnittstellen zu den Behörden.

2.1 Unternehmensgründung

Die Unternehmensgründung in Deutschland ist ein komplexes Unterfangen mit vielen, teils manuellen, aber dennoch verpflichtenden Schritten. Viele dieser Schritte sind über verschiedene Instanzen verteilt, können nur teilweise digital abgewickelt werden und fordern potenziellen Gründern einiges an Durchhaltevermögen ab. Weitere Faktoren, die das Gründen eines Unternehmens erschweren, sind die teils dezentralisierte Verwaltung von Ämtern (z.B. Gewerbe- und Finanzamt, kann im Grad der Digitalisierung und Geschwindigkeit des Abarbeitens von Aufträgen stark schwanken je nach Region) und die teils sehr langwierigen Prozesse (z.B. das Warten auf eine Umsatzsteueridentifikationsnummer beim örtlichen Finanzamt). Eine weitere Komplexitätsstufe sind die je nach Rechtsform des anzumeldenden Unternehmens unterschiedlichen Prozessschritte, die durchlaufen werden müssen. Problematisch ist außerdem, dass diese einzelnen Schritte und Prozesse seitens der deutschen Regierung nicht klar und transparent auf einer regierungseigenen Seite darstellen. Die potentiellen Gründer müssen sich diese Informationen mühsam zusammensuchen und auf dritte Quellen vertrauen. Wie diese Prozesse transparent gestaltet werden können zeigt die Regierung von Estland, welche den Prozess einer GmbH Gründung klar und verständlich auf ihrer eigenen Regierungsseite aufzeigen¹. Aus diesem Grund wird im folgenden Abschnitt unterschieden zwischen der Gründung einer Personengesellschaft (inkl. Einzelunternehmen) und einer Kapitalgesellschaft. Was jedoch für beide Formen der Gründung gilt, ist, dass vorab einige Rahmenparameter klar definiert sein sollten. Dies umfasst unter anderem:

- Geschäftsführer- / Gesellschafterverhältnisse
- Name des Unternehmens
- Sitz des Unternehmens
- Art des Unternehmens / Rechtsform
- Tätigkeitskategorie + detaillierte Tätigkeitsbeschreibung

¹ Vgl. o.A., 2025k.

- (Start-) Finanzierung
- Erste (grobe) Hochrechnung Umsatz + Gewinne erstes Geschäftsjahr

Personengesellschaft

Nachdem die vorher genannten Rahmenparameter klar sind, kann der offizielle Prozess starten. Bei Personengesellschaften beginnt dieser Prozess beim örtlichen Gewerbeamt. Hier wird die sogenannte Gewerbeanmeldung vollzogen. Die erste Anlaufstelle dafür ist immer das jeweils zuständige Gewerbeamt, in manchen Fällen kann auch von einer örtlichen Instanz an eine zentrale, übergeordnete Instanz verwiesen werden. Am Beispiel der Stadt Troisdorf ist zu sehen, dass der analoge Weg über das Ausfüllen eines Formulars noch über das Gewerbeamt Troisdorf selbst läuft. Besteht der Wunsch, das Formular online auszufüllen und zu übermitteln, wird an das Wirtschafts-Service-Portal NRW (WSP.NRW) verwiesen. Hier kann der Antrag in Gänze online ausgefüllt und versandt werden. Das Gewerbeamt meldet sich zurück mit eventuellen Rückfragen oder mit der Bestätigung der Gewerbeanmeldung. Nach erfolgreicher Gewerbeanmeldung ist der nächste Schritt die Meldung beim örtlichen Finanzamt. Hier muss der Fragebogen zur steuerlichen Erfassung ausgefüllt werden, was allerdings seit dem 01.01.2021 ausschließlich über das Webportal ELSTER erfolgen darf². Diese steuerliche Erfassung muss bis spätestens 1 Monat nach der Gewerbeanmeldung passiert sein³. Nach erfolgreicher Übermittlung und anschließender Genehmigung und Erteilung einer Steuernummer (ggfs. auch der Umsatzsteueridentifikationsnummer) seitens des Finanzamts sollte der nächste Schritt der zur Bank sein. Ein Geschäftskonto ist bei Personengesellschaften nicht verpflichtend, aus organisatorischen und buchhalterischen Gründen ist es allerdings ratsam, ein eigenes Konto für jedes Unternehmen anzulegen. Beim Großteil der etablierten Banken können Konten rein digital angelegt werden. Ein wichtiger, aber nicht zwingend verpflichtender Schritt ist die Eintragung ins Handelsregister. Die Verpflichtung zu diesem Schritt hängt bei Personengesellschaften von der Rechtsform des Unternehmens, des Eintragenden (eingetragener Kaufmann oder nicht) sowie der monetären Schwellenwerte ab (über 600.000€ Umsatz und 60.000€ Gewinn im Geschäftsjahr)⁴. Dieser Schritt sollte wohl überlegt sein, da dieser immer über einen Notar geschieht und damit mit Kosten verbunden ist. Seit 2022 kann, muss dies aber nicht mehr physisch passieren, eine Videokonferenz mit Identifizierung über den Personalausweis mit eID-Funktion genügt⁵.

Kapitalgesellschaft

² Vgl. o.A., 2025n.

³ Vgl. o.A., 2025o.

⁴ Vgl. o.A., 2025q.

⁵ Vgl. o.A., 2025m.

Viele Schritte der Gründung einer Kapitalgesellschaft sind identisch zu denen der Gründung einer Personengesellschaft, mit dem Unterschied, dass die Reihenfolge eine andere ist. Da die Gründung einer Kapitalgesellschaft mit höheren Kosten verbunden ist als die einer Personengesellschaft, ist es ratsam, alle notwendigen Vorkehrungen im Vorhinein zu treffen. Neben der grundsätzlichen Startfinanzierung ist es auch ratsam, einen Business Plan zu erstellen. Um alle gesetzlichen Bedingungen zu erfüllen, sollten sich die Gründer außerdem vorab zusammensetzen und einen Gesellschaftsvertrag sowie ein Gründungsprotokoll verfassen⁶. Haben die Gründer die eben genannten Grundlagen geschaffen, kann der erste offizielle Schritt eingeleitet werden. Dieser führt die Gründer zum Notar, welcher, wie vorhin bereits erwähnt, auch digital abgehalten werden kann. Der Notar beglaubigt die mitgebrachten Dokumente und bereitet die Anmeldung beim Handelsregister vor, welche dann auch von ihm durchgeführt wird. Ungleich zur Personengesellschaft ist die Anmeldung im Handelsregister bei Kapitalgesellschaften immer verpflichtend. Mit der Beglaubigung der Dokumente durch den Notar ist das Unternehmen bereits handlungsfähig, muss allerdings immer den Zusatz i.G. (in Gründung) mitführen. Damit der Notar das Unternehmen beim Handelsregister eintragen kann, ist jedoch ein weiterer Schritt durch die Gründer notwendig. Diese müssen sich ein Geschäftskonto bei einer Bank ihrer Wahl einrichten und dort das benötigte Stammkapital einzahlen. Die Höhe des Stammkapitals hängt von der gewählten Form der Kapitalgesellschaft ab (1€ bei UGs, 25.000€ bei GmbHs). Der Bank muss der beurkundete Gesellschaftsvertrag vorgelegt werden, dafür erhält der Gründer wiederum nach Einzahlung des Kapitals den notwendigen Nachweis über die Einzahlung. Mit diesem Nachweis geht es dann wieder zurück zum Notar, welcher die Anmeldung beim Handelsregister vollziehen kann. Mit erfolgreicher Eintragung ist die nun nicht mehr in Gründung befindliche Gesellschaft entstanden. Was bei der Personengesellschaft der erste Schritt war, folgt nun bei der Kapitalgesellschaft, der virtuelle Gang zum Gewerbeamt. Der Ablauf dessen ist identisch zu dem der Personengesellschaft. Auch die darauf folgende Meldung beim Finanzamt ist prozessual identisch zu der der Personengesellschaft. Der finale Schritt ist die Eintragung der wirtschaftlich Berechtigten Personen in das sogenannte Transparenzregister, eine Institution, die 2017 im Rahmen des Geldwäschegesetzes eingeführt wurde und der erhöhten Transparenz von juristischen Personen dient⁷. Die Anmeldung erfolgt ausschließlich digital. Darüber hinaus gibt es noch weitere Schritte, die notwendig sein können, basierend auf der Frage, ob das Unternehmen als Arbeitgeber auftritt und je nach Branche und Tätigkeit des Unternehmens. Dazu zählen unter anderem die Anmeldung bei der Berufsgenossenschaft, die Anmeldung bei der Agentur für Arbeit oder die Anmeldung bei der Handwerkskammer. Viele, aber nicht alle, der hier

⁶ Vgl. o.A., 2025p.

⁷ Vgl. o.A., 2025s.

genannten Schritte treffen auch auf eine Ummeldung/Umfirmierung eines Unternehmens zu. Da die Details dieser Verfahren für diese Ausarbeitung eine geringere Relevanz haben, wurde von einer detaillierteren Ausarbeitung abgesehen. Nils' Part

2.2 Markenregistrierung

Die Anmeldung oder Registrierung einer Marke in Deutschland ist behördlich gesehen kein sonderlich komplexer Prozess. Es gibt lediglich eine Instanz, die in Deutschland für den Schutz geistigen Eigentums zuständig ist: das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA). Beim Prozess der Anmeldung muss lediglich angegeben werden, um welche Marke es sich handelt, in welcher Form die Marke eingereicht wird (Wort-, Bild- oder Wort-Bildmarke) sowie zu welcher Waren- und Dienstleistungsklasse (Nizza-Klasse) die Marke gehört. Mit diesen Informationen kann der Antrag auf Markenregistrierung entweder analog oder digital eingereicht werden. Danach muss innerhalb von 3 Monaten die Bearbeitungsgebühr in Höhe von 300 € bei analogen und 290 € bei digitalen Anträgen entrichtet werden und der Prozess ist abgeschlossen. Nach einer gewissen Zeit meldet sich das DPMA beim Antragsteller mit dem Ergebnis der Überprüfung zurück. Wichtig zu wissen ist allerdings, dass das DPMA hierbei nur auf die sogenannten absoluten Schutzhindernisse⁸ geprüft hat, im Grunde ob die Eintragung der Marke gegen bestimmte Regeln verstößt. Eine Marke verstößt unter folgenden Umständen gegen die Regeln und ist nicht schutzfähig⁸:

- Fehlende Unterscheidungskraft (z.B. "marktfrisch" für Lebensmittel, nicht schutzfähig)
- Freihaltebedürfnis (z.B. "Dreier" für KFZs (BMW) ist schutzfähig, "Cabrio" für KFZs wiederum nicht)
- Gattungsangaben/übliche Bezeichnungen ("Benzinäls Marke für Kraftstoff ist nicht schutzfähig, als Marke für Kleidung wiederum schon)
- Täuschende Zeichen
- Ordnungs- oder sittenwidrige Zeichen
- Hoheitszeichen
- Amtliche Prüfzeichen
- Kennzeichen internationaler Organisationen

⁸ Vgl. o.A., 2025r.

Lautet das Ergebnis des DPMA, dass eine Eintragung der Marke nicht möglich ist, weil sie nicht schutzfähig ist, muss ein neuer Antrag gestellt werden, was gleich hohe Kosten erzeugt wie der ursprüngliche Antrag. Um die behördlichen Prozesskosten so gering wie möglich zu halten, ist es ratsam, den Antrag auf eben jene Kriterien akribisch zu prüfen. Nach der Sicherstellung der allgemeinen Schutzfähigkeit der Marke kann nun der Prozess der eigentlichen Markenrecherche beginnen. Diese verhindert das Verletzen älterer Rechte Dritter, was vom DPMA nicht geprüft wird⁹. Die Markenrecherche kann und sollte an verschiedenen Orten stattfinden, angefangen bei einer einfachen Recherche im Web. Hier kann auf verschiedene Quellen zurückgegriffen werden wie z.B.:

- verschiedene Suchmaschinen (Google, Bing, etc.)
- Domain Name Suchen (z.B. NameCheap oder Instant Domain Search)
- Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, etc.)

Sollte diese Form der Vorabsuche keine Ergebnisse hervorgebracht haben, so kann mit der Identitäts- und darauf mit der Ähnlichkeitsrecherche fortgefahren werden¹⁰. Bei der Identitätsrecherche werden die Datenbanken und Register nach dem exakten Wortlaut identischer älterer Marken und deren Markenklassen durchsucht. Die Ähnlichkeitsrecherche ist aufwändiger, da in dieser Recherche nach Marken gesucht wird, die der geplanten Marke im Wortlaut, Schriftbild oder Design ähneln¹¹. Für beide Fälle kann auf verschiedene Quellen zurückgegriffen werden¹²:

- DPMAregister
- eSearch plus
- Madrid Monitor
- TMview (Register des EUIPO)
- Global Brand Database (Register der WIPO)

Erst wenn all diese Recherchen akribisch durchgeführt wurden, ist es zu empfehlen, einen Antrag auf Markenregistrierung zu stellen. Ist die Genehmigung seitens des DPMA erteilt, so beginnt die 3-Monatige Widerspruchsfrist in der Dritte Widerspruch einlegen dürfen. Wie zu sehen ist, liegt die Schwierigkeit bei der Registrierung einer Marke hier ausnahmsweise nicht im behördlichen Aufwand, sondern in der Markenrecherche¹³. Wird diese nicht in

⁹ Vgl. o.A., 2025r.

¹⁰ Vgl. Plutte, N., 2015.

¹¹ Vgl. ebd.

¹² Vgl. o.A., 2025j.

¹³ Vgl. Wolking, S., 2007.

ausreichendem Umfang gemacht, läuft das Unternehmen Gefahr, hohe Prozesskosten zu verursachen und den Prozess der Markenregistrierung in die Länge zu ziehen.

2.3 Digitale Schnittstellen zu den Behörden

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick der für die Unternehmensgründung essenziellen Behörden. Des Weiteren wird dargelegt, welche Behörden in die Gründung welcher Rechtsform involviert sind und es werden die bereits bestehenden digitalen Schnittstellen zur Unternehmensgründung erörtert. Bei der Gründung eines Unternehmens sind wie bereits beschrieben mehrere Behörden involviert, die unterschiedliche Rollen im Gründungsprozess erfüllen. Um diesen Prozess der Unternehmensgründung zu digitalisieren und zu automatisieren, sind zahlreiche Schnittstellen zu den Behörden erforderlich. Diese Schnittstellen basieren auf verschiedenen Technologien und Standards und werden nachfolgend dargelegt.

2.3.1 Finanzamt

Nach der erfolgreichen Anmeldung eines Gewerbes durch das Gewerbeamt, muss der Gründer seine Unternehmung steuerlich erfassen, um Waren und Dienstleistungen legal in Deutschland anbieten zu können. Verantwortlich für die steuerliche Erfassung der Unternehmung ist das zuständige Finanzamt, welches eine Steuernummer vergibt. Diese ist unerlässlich für die Ausstellung von Rechnungen sowie zur Abgabe von Steuererklärungen.¹⁴ Zur zentralen Abwicklung von Steuerangelegenheiten dient die vom Finanzamt implementierte Plattform „ELSTER“. Diese kann sowohl für die steuerliche Erfassung von Unternehmen, als auch für die Einreichung einer Steuererklärung dienen. Über die Plattform ELSTER kann die steuerliche Erfassung mit dem „Fragebogen zur steuerlichen Erfassung“ komplett digital an das zuständige Finanzamt übermittelt werden, Voraussetzung ist die vorherige Registrierung eines Benutzeraccounts mit einer E-Mail-Adresse. Die Ausstellung der Steuernummer erfolgt jedoch trotzdem noch analog per Post.¹⁵

2.3.2 Patentamt

Neben der Anmeldung eines Gewerbes ist auch die elektronische Anmeldung eines Patents, Gebrauchsmusters oder die Eintragung einer Marke von Relevanz für die Umsetzung der Geschäftstätigkeit. Für die Anmeldung muss vorab allerdings der geografische

¹⁴ Vgl. o.A., 2025n.

¹⁵ Vgl. o.A., 2025e.

Wirkungsbereich des einzutragenden Schutzes geklärt werden. Dessen Gültigkeitsbereich kann sich entweder auf Deutschland oder die EU beschränken, oder eine Marke kann weltweit geschützt sein. Zur elektronischen Anmeldung von Marken und Designs sowie der internationalen Registrierung deutscher Marken ist das Deutsche Patent und Markenamt (DPMA) zuständig. Auf der Internetseite der DPMA können über ein Onlineformular Marken und Designs sowie internationale Marken angemeldet werden. Zur Anmeldung eines Patents durch das DPMA ist jedoch eine kostenlose Software erforderlich, wodurch sich diese nicht im Internet durchführen lässt.¹⁶

2.3.3 Gewerbeamt

Der erste Schritt zur Gründung eines Unternehmens ist die Anmeldung eines Gewerbes, die durch das zuständige Gewerbeamt erfolgt. Dazu wird dem Gründer ein Gewerbeschein ausgestellt, der die Grundlage für die Ausübung einer unternehmerischen Tätigkeit darstellt.¹⁷ Obwohl es in Deutschland keine einheitliche, übergreifende Schnittstelle zur Gewerbeanmeldung gibt, bieten einige Bundesländer Portale zur digitalen Anmeldung von Gewerben an. In Nordrhein-Westfalen zum Beispiel kann die Gewerbeanmeldung über ein Onlineformular des Wirtschafts-Service-Portals NRW durchgeführt werden.¹⁸ Auch das Land Berlin stellt über das Service Portal Berlin eine komplett digitale Möglichkeit der Gewerbeanmeldung über ein Onlineformular bereit.¹⁹ In Hessen erfolgt die Gewerbeanmeldung über die Dienstleistungsplattform des Landes Hessen.²⁰ Alle anderen deutschen Bundesländer stellen keine einheitliche Lösung zur Gewerbeanmeldung bereit, allerdings bieten einige Städte wie Potsdam oder Dresden ebenfalls einen Service zur Online-Gewerbeanmeldung an.

2.3.4 Handelsregister

Wenn das Unternehmen als Personengesellschaft (e.K, OHG, KG) oder als Kapitalgesellschaft (GmbH, AG) beim Gewerbeamt angemeldet worden ist, muss dieses ins Handelsregister eingetragen werden. Die Eintragung ins Handelsregister erfolgt zu rechtlichen Transparenzzwecken, dokumentiert die Unternehmensdaten und ist rechtlich unbedingt notwendig.²¹ Eine Handelsregisteranmeldung erfolgt in Jedem Fall über einen Notar der die einzutragenden Daten elektronisch an das Handelsregister weiterleitet. Um eine Anmeldung

¹⁶ Vgl. o.A., 2025a.

¹⁷ Vgl. o.A., 2025t.

¹⁸ Vgl. o.A., 2025c.

¹⁹ Vgl. o.A., 2025f.

²⁰ Vgl. o.A., 2025h.

²¹ Vgl. o.A., 2025q.

im Handelsregister komplett online durchzuführen, bietet die Bundesnotarkammer einen Onlineservice an. Der Anmeldungsprozess teilt sich in mehrere Abschnitte. Zuerst wird ein Formular zum Anliegen ausgefüllt und der Gründer muss sich mittels seiner elektronischen Identität (eID) identifizieren über welche eine qualifizierte elektronische Signatur generiert wird. Nachfolgend muss der Gründer einen Online-Termin mit einem Notar vereinbaren. In diesem wird der Urkundsentwurf durchgesprochen und anschließend rechtssicher unter Zuhilfenahme der qualifizierten elektronischen Signatur unterschrieben.²²

2.3.5 IHK

Weitergehend ist es für viele Unternehmer Pflicht, einer Kammer wie der Industrie- und Handelskammer (IHK) oder der Handwerkskammer (HWK) anzugehören. Sofern der Abschluss der Mitgliedschaft nicht schon bei der Gewerbeanmeldung erfolgt ist, muss die Mitgliedschaft selbstständig abgeschlossen werden.²³ Außerdem übernimmt die IHK die Prüfung des Unternehmensnamens, um sicherzustellen, dass keine Rechte verletzt werden.²⁴ Da die verschiedenen Kammern in Deutschland sich regional unterscheiden und es keine zuständige Stelle für alle gibt, existieren auch in diesem Fall keine flächendeckenden Möglichkeiten zur Onlineanmeldung. In Nordrhein-Westfalen beispielsweise lässt sich eine Mitgliedschaft direkt bei der Gewerbeanmeldung über das Wirtschafts-Service-Portal.NRW beantragen.²⁵

2.3.6 Geschäftskonto

Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der Unternehmensgründung ist die Eröffnung eines geschäftlichen Bankkontos. Dies ist im Allgemeinen für jede Art von Unternehmung sinnvoll, allerdings lediglich bei Kapitalgesellschaften erforderlich.²⁶ Da die Eröffnung eines Geschäftskontos unabhängig von Behörden erfolgt und der Gründer frei in der Wahl der Bank ist, kann dieser Prozess online erfolgen. Traditionellen Banken wie die Deutsche Bank, Commerzbank, Postbank, Sparkassen, Volks- und Raiffeisenbanken stellen alle eine Möglichkeit zur Online-Eröffnung bereit. Als Alternative gibt es abhängig von der Rechtsform des Unternehmens auch zahlreiche Direktbanken wie die N26 oder die ING-DiBa bei denen ein Geschäftskonto komplett Online eröffnet werden kann.

²² Vgl. o.A, 2025b.

²³ Vgl. Klein, R., 2025.

²⁴ Vgl. o.A, 2025d.

²⁵ Vgl. o.A, 2025c.

²⁶ Vgl. o.A, 2024.

2.4 Was ist KI?

Der Begriff der Künstlichen Intelligenz (KI) wird vom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) in einem Positionspapier wie folgt definiert. „Künstliche Intelligenz ist die Eigenschaft eines IT-Systems, „menschenähnliche“, intelligente Verhaltensweisen zu zeigen.“²⁷ Künstliche Intelligenz basiert auf den Technologien Machine Learning (ML) und Deep Learning (DL) und lässt sich in „schwache“ und „starke“ KI unterscheiden. Schwache KI ist nur darauf trainiert bestimmte Aufgaben auszuführen und macht den Großteil der heute verfügbaren KI-Lösungen aus. Starke KI ist ein theoretisches Konzept, bei dem eine Maschine und ein Mensch über gleichwertige Intelligenz verfügen würden.²⁸

²⁷ Vgl. Weber, D. M., Burchardt, D. A., o. J., S.16 f.

²⁸ Vgl. o.A, 2023.

3 Wettbewerbsanalyse

Wettbewerbsanalyse

Im Rahmen dieses Projektes haben wir eine Wettbewerbsanalyse durchgeführt, um den Markt nach bestehenden Lösungen zu durchsuchen und unsere Unique Selling Propositions (USP) herausarbeiten zu können. Die Wettbewerbsanalyse wurde nach keiner wissenschaftlichen Methode durchgeführt, es wurden lediglich einige Schlagworte in die Suchmaschine Google eingegeben und die Suchergebnisse analysiert. Als Suchbegriffe wurden die Begriffe aus Tabelle 1 in unterschiedlichen Kombinationen verwendet.

Tabelle 1: Suchbegriffe für die Wettbewerbsanalyse, Quelle: Eigene Darstellung

Begriff 1	Operator	Begriff 2	Operator	Begriff 3
Unternehmen	+	online	+	gründen
				anmelden
Gewerbe				gründen
				anmelden
Gewerbebeanmeldung				
Unternehmensgründung				

Zum Zeitpunkt der Recherche im Januar 2025 konnte kein Anbieter gefunden werden, der eine vollumfassende Unternehmensgründung mit Anmeldung beim Gewerbeamt, Finanzamt, der Prüfung des Unternehmensnamens und einer Eintragung in das Handelsregister anbietet. Allerdings wurden einige Dienstleister gefunden, die bei der Unternehmensgründung unterstützen und einige Teile des Prozesses übernehmen. Die Tabelle 2 gibt einen Überblick über die kommerziellen Anbieter und deren Dienstleistungen, staatliche Institutionen und Behörden wurden nicht berücksichtigt. Bei der Recherche wurden als Bewertungskriterien die Gesellschaftsformen Einzelunternehmen, Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR), Unternehmensgesellschaft (UG), Aktiengesellschaft (AG) herangezogen.

Tabelle 2: Ergebnisse der Wettbewerbsanalyse, Quelle: Eigene Darstellung

Anbieter	Dienstleistungen						Kosten	Gesellschaftsformen					
	Gewerbeamt	Handelsregisteranmeldung	Notartermin	Finanzamt	Prüfung Unternehmensname	Geschäftskonto		Einzelunternehmen	GmbH	GbR	UG	AG	KG
https://recht24-7.de	Beratung	Anmeldung	Ja	Beratung	Ja	Ja	219-499€	Ja	Ja	Ja	Ja	-	Ja
https://gewerbe.org	Anmeldung	-	-	-	Ja	-	24,99 €	Ja	Ja	Ja	-	-	-
https://finom.co	Beratung	Anmeldung	Ja	Beratung	Ja	Ja	99-1.248€	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	-

Der erste Anbieter, „recht24-7.de“, berät die Kunden zur Anmeldung beim Gewerbeamt und Finanzamt. Die Leistungen umfassen außerdem die Vereinbarung eines Notartermins sowie die Prüfung des Unternehmensnamens und die Anmeldung beim Handelsregister. Auch die Eröffnung eines Geschäftskontos ist in den Leistungen des Anbieters enthalten. Die Kosten des Services liegen je nach Gesellschaftsform zwischen 219 und 499 € und es können eine Vielzahl von Gesellschaftsformen angemeldet werden.²⁹ Der zweiten Anbieter, „gewerbe.org“, bietet lediglich die Beratung und Anmeldung des Gewerbes beim Gewerbeamt an und es können lediglich Einzelunternehmen, Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH) sowie Gesellschaften bürgerlichen Rechts (GbR) angemeldet werden. Der Service kostet 24.99 € (Stand Januar 2025).³⁰ Der Anbieter „finom.co“ bietet ähnliche Leistungen wie „recht24-7.de“ an. Es werden also die Anmeldung beim Handelsregister sowie die Prüfung des Unternehmensnamens und die Einrichtung übernommen und ein Termin beim Notar vereinbart. Außerdem werden die Gründer hinsichtlich der Anmeldung beim Gewerbeamt und Finanzamt beraten. Auch auf „finom.co“ lassen sich zahlreiche Gesellschaftsformen gründen unter anderem auch Aktiengesellschaften (AG). Die Kosten des Services sind abhängig von der Gesellschaftsform und liegen zwischen 99€ und 1.248€. ³¹ Als Fazit ist zu sagen, dass zwei der gefundenen Anbieter ein umfangreiches Gesamtpaket anbieten, allerdings die Anmeldung beim Gewerbeamt und Finanzamt nicht übernehmen und darüber hinaus auch keine Möglichkeit zur Markeneintragung anbieten. Einziger Anbieter „gewerbe.org“ bietet die Anmeldung beim Gewerbeamt an, allerdings übernimmt dieser keine weiteren Services. Somit konnten wir im Januar 2025 keinen Anbieter in Deutschland identifizieren, der einen allumfassenden Online-Service zur Unternehmensgründung anbietet.

²⁹ Vgl. o.A., 2025g.

³⁰ Vgl. o.A., 2025i.

³¹ Vgl. o.A., 2025l.

4 Methodik

In diesem Kapitel möchten wir auf die von uns angewendete Methodik zur Findung einer innovativen Lösung eingehen. Hierbei handelt es sich um den Design Thinking Prozess.

4.1 Design Thinking Prozess

Der Design Thinking Prozess ist eine systematische Innovationsmethode, bestehend aus fünf Phasen. Der Fokus des Design Thinking Prozess liegt dabei auf den Bedürfnissen des Menschen. Entsprechend dieser Bedürfnisse sollen die Lösungen darüber hinaus möglichst innovativ und technisch machbar sein³².

Zu Beginn definiert das Design Team die Problemstellung und versucht darüber hinaus das gegebene Umfeld rund um das Problem, sowie wichtige Einflussfaktoren zu erfassen und zu verstehen. Dies ist die Phase des Verstehens.

Im zweiten Schritt folgt die Definitionsphase. In dieser Phase werden die Kundenbedürfnisse analysiert und erfasst. Dies kann durch direkte Kundenansprache, Visualisierungen oder durch Beobachtungen im Gesamtkontext realisiert werden.

Danach folgt der dritte Schritt, die sogenannte Entwurfsphase. In diesem dritten Schritt werden konkrete Lösungsvorschläge über einen kreativen Prozesse, wie zum Beispiel Brainstorming, erstellt. Hier kann jedes Gruppenmitglied uneingeschränkt eigene Lösungsvorschläge einbringen.

In Schritt vier folgt das Prototyping. Hierbei werden die in Schritt 3 gesammelten Ideen in anfassbare Prototypen umgesetzt. Die Abstraktionsstufen dieser Prototypen kann je nach Projektphase entsprechend variieren.

Im fünften und letzten Schritt des Design Thinking Prozesses erfolgt das Testing. Die zuvor erstellten Prototypen werden von realen Nutzern getestet, wobei Fehler ganz bewusst erlaubt und sogar gewünscht sind. Diese Fehler können aufgenommen, daraus gelernt und der Prototyp verbessert werden.

Die einzelnen Phasen, können jederzeit mehrfach durchlaufen werden, um Stück für Stück die Lösung des Problems zu optimieren. Im Idealfall setzen sich die Mitglieder des Design Thinking Prozesses aus verschiedenen Fachrichtungen zusammen, um unterschiedliche Perspektiven auf die Problemstellung einzubringen. Gleichzeitig werden Prototypen möglichst schnell erstellt, um früh erste Lösungsansätze testen zu können. Radikale und ungewöhnliche Lösungsansätze sind während des gesamten Prozesses ebenfalls gewünscht³³.

³² Vgl. *Vetterli, C. et al.*, 2012, S. 5 ff.

³³ Vgl. *ebd.*, S. 8 ff.

In den Folgenden Unterkapiteln gehen wir auf unsere Umsetzung der einzelnen Phasen ein.

4.1.1 Verstehen

Die Gründung von Unternehmen und im weiteren Sinne das Anmelden eines Markenrechts in Deutschland, ist auch über mögliche Online-Kanäle ein nicht unerheblich aufwendiger Prozess³⁴.

Gleichzeitig ist die bürokratische und verwaltungstechnische Belastung der Unternehmen enorm und weiterhin steigend. Daran anschließend ist auch die fehlende Digitalisierung im Bereich der Verwaltung innerhalb von Deutschland eine weitere Hürde, die bei der Gründung eines Unternehmens hinzu kommt³⁵.

In diesem Kontext ist uns aufgefallen, dass der ohnehin schon komplizierte Gründungsprozess, nicht einfach und schnell bewältigt werden kann – schon gar nicht digital. Zwar gibt es die Möglichkeit gewisse Behördengänge digital zu bewältigen, der Gesamtprozess bleibt dabei aber in viele Teilschritte zerstückelt, undurchsichtig und aufwendig.

Einige Mitglieder unserer Gruppe sind bisher kaum oder gar nicht in Berührung mit der Gründung von Existenzen gekommen und schrecken schon allein auf Grund des hohen Verwaltungsaufwands vor der Gründung eines Unternehmens zurück. Andere wiederum haben schon eigene Unternehmen gegründet und können den komplizierten und kaum digital zu bewältigenden Verwaltungsaufwand bestätigen.

Im anzuwendenden Beispiel der RFInnotrade, ist es aus Sicht des Gründers, welcher im Laufe des design thinking Prozesses auch als Kunde dargestellt wird, ein erheblicher Aufwand und gleichzeitig ein großer einschränkender Faktor bei der Skalierung des eigenen Unternehmens. Gute Ideen können nicht schnell und einfach umgesetzt werden, sodass diese im Zweifel sogar verloren gehen.

Zwar spielen für den Erfolg der Idee auch andere Faktoren wie Geld und in erster Linie die Qualität des Produkts eine Rolle, jedoch sollte das Scheitern an den Gründungsprozessen nicht die finale Hürde darstellen.

Es fehlt also eine konkrete und anwendbare Möglichkeit, die Unternehmensgründung einfach, automatisch und möglichst digital umzusetzen. Dadurch fehlt es auch der RFInnotrade während der Gründung von weiteren Subunternehmen, Marken und Submarken, an einer einfachen Dokumentation und Verwaltungsmöglichkeit der laufenden Gründungsprozesse.

³⁴ Vgl. o.A., 2025m.

³⁵ Vgl. Wohlrabe, K., Licht, T., von Maltzan, A., 2024, S. 13 ff.

4.1.2 Definieren

Der Trend geht aktuell dahin, eigene Ideen möglichst schnell und einfach umzusetzen und zum Beispiel in Form eines Start-Ups an den Markt zu gehen. Dieser Schritt erscheint auf Grund der in der ersten Phase analysierten Probleme als große Hürde. In diesem Kontext haben wir, in Form einer Mindmap und über mehrere Sessions hinweg, konkrete Kundenbedürfnisse zusammengetragen.

Ein Bedürfnis der Kunden ist nach unserer Analyse, ein einfacher Überblick über alle für den Gründungsprozess notwendigen prozessualen Schritte. Dazu gehört auch der Prozess der Umfirmierung eines bereits bestehenden Unternehmens.

Ein weiteres Bedürfnis der Kunden ist die Möglichkeit, den gesamten Prozess digital und aus einer Hand heraus abzuwickeln. Gemeint ist damit der Wunsch nach einer Umsetzung über eine einzige Anlaufstelle, da zurzeit viele verschiedene Instanzen einzeln und nacheinander aufgesucht werden müssen. Außerdem sollen Anträge und Genehmigungsverfahren, möglichst schnell abgewickelt werden können. Damit verbunden ist auch eine Reduzierung der Rückfragen auf Grund fehlender oder falsch eingereichter Unterlagen.

Im Kontext der Digitalisierung ist es auch notwendig, die personenbezogene Identifizierung vollständig digital durchführen zu können. Ebenfalls sollte es digital möglich sein, den aktuellen Status der Anträge und Genehmigungsverfahren abfragen zu können und die Bezahlung des Gesamtvorgangs digital abwickeln zu können.

Als weiteres Bedürfnis haben wir die Unterstützung bei der Auswahl zur passenden Rechtsform und bei der rechtlichen Recherche zur Anmeldung einer Marke ausgemacht. In einer späteren Wiederholung dieser Phase wurde nochmals hervorgehoben, dass es am Ende möglichst wenige oder nur ein Klick bis zum Ziel sein soll. Danach sollen sich die Funktionen des Portals ausrichten.

4.1.3 Ideenfindung

In diesem Schritt wollten wir unsere verschiedenen Ideen in Form eines Brainstormings sammeln, bewerten und weiterentwickeln.

Im Laufe des Brainstormings ist allerdings recht schnell klar geworden, dass wir uns alle auf eine Umsetzung in Form einer Webseite fokussieren wollen und diese Variante auch als vielversprechende Möglichkeit einschätzen, da die bereits gegebene Struktur eine passende Plattform bietet.

In Folge dessen haben wir uns also mehr auf die Weiterentwicklung der Idee und Umsetzung der einzelnen Kundenbedürfnisse fokussiert und in mehreren Runden verschiedene Ideen und Aspekte eingebracht.

Das Grundkonzept besteht aus einem Portal, welches in Form einer Webseite umgesetzt wird. Ziel soll es sein, die vielen verschiedenen Anlaufstellen und Prozessschritte, zentral über das Portal zu bündeln und dabei alle genannten Kundenbedürfnisse möglichst digital umzusetzen.

Über das Portal soll der Kunde zunächst, Schritt für Schritt, an den Gründungsprozess und die damit verbundenen Teilschritte herangeführt werden. Voraussetzung ist, dass der Kunde die Idee für sein Unternehmen oder seine Marke bereits ausgearbeitet hat und nun die konkrete Gründung oder Anmeldubg in Angriff nimmt. Die notwendigen Schritte zur Unternehmensgründung sollen ihm sowohl strukturiert und ansprechend visualisiert als auch erläutert werden. Für eine Umfirmierung soll das gleiche Konzept, mit angepassten Schritten verwendet werden.

Durch die gut ausgearbeitete Dokumentation der einzelnen Schritte, soll die Qualität der Anträge so weit angehoben werden, dass diese von den verschiedenen Instanzen möglichst unkompliziert und ohne weitere Rückfragen bearbeitet werden können.

Der digitale Identifikationsvorgang kann und soll über die digitale Ausweisfunktion unmittelbar im Portal integriert oder alternativ über ein bereits bestehendes Identifikationssystem wie PostIdent vorgenommen werden können. Zur digitalen Zahlungsabwicklung soll eine Schnittstelle zur hauseigenen Bank in die Webseite integriert werden. Über diese soll dann bei Unternehmensgründung ein neues Geschäftskonto angelegt und zur Abbuchung aller Gebühren an die verschiedenen Instanzen übermittelt werden.

Die Umsetzung zur Anzeige des aktuellen Prozessstatus, soll ebenfalls über das Portal und zu den jeweiligen Teilprozessen umgesetzt werden. Der Kunde soll wissen, ob seine Steuer-ID bereits beantragt wurde, gerade vom Finanzamt erstellt wird und benachrichtigt werden, falls Unterlagen nachgereicht werden müssen. Gleiches gilt für die Kontoeröffnung oder ein Genehmigungsverfahren.

Um überhaupt erst die Anbindung an die verschiedenen Behörden sowie die weiteren Stellen und die damit schnelle und unkomplizierte Abwicklung aller Prozesse zu ermöglichen, müssen entsprechende Schnittstellen zu den jeweiligen Instanzen geschaffen werden. Die Schnittstellen müssen so gebaut werden, dass eine Kommunikation in beide Richtungen möglich ist, um den aktuellen Prozessstatus sichtbar zu machen und um Dateien übermitteln sowie Anfordern zu können.

Um den Kunden bei der Findung einer passenden Rechtsform oder bei der rechtlichen Recherche zur Anmeldung einer Marke zu unterstützen, soll eine KI-Funktion in das Portal integriert werden. Diese soll dem Kunden anhand von gezielten Fragen und Antworten,

die passende Rechtsform vorschlagen und rechtliche Zweifel bei der Markenmeldung ausräumen.

4.1.4 Prototyping & Testing

Im Rahmen dieser Ausarbeitung wird Schritt vier und fünf des Design Thinking Prozesses nicht bearbeitet.

5 Fazit

Im Rahmen dieser Arbeit hat sich die Problematik der Unterstützung und Marken Anmeldung in Deutschland und den damit verbundenen Herausforderungen, insbesondere der Digitalisierung, gezeigt. In der prozessualen Analyse der Unternehmens- und Marken gründung und den damit verbundenen digitalen Schnittstellen wurde deutlich, dass der Gründungsprozess in Deutschland trotz bestehender digitaler Möglichkeiten nach wie vor komplex, zeitaufwendig und wenig transparent ist. Die Vielzahl an involvierten Behörden und die fehlende vollständige, konsequente Digitalisierung führen zu einem hohen bürokratischen Aufwand für Gründer.

Die im Rahmen der Methodik angewandte Design-Thinking-Prozess ermöglichte es, die Bedürfnisse der Zielgruppe – angehende Unternehmer – zu identifizieren.

Zentrale Bedürfnisse sind ein einfacher Überblick über alle notwendigen Schritte, eine digitale Abwicklung aus einer Hand, schnelle Bearbeitungszeiten, digitale Identifikation und Bezahlung sowie Unterstützung bei der Wahl der Rechtsform und der Markenmeldung. Der Status der einzelnen Schritte sollte dabei jederzeit einsehbar sein.

Der entwickelte Lösungsvorschlag in Form eines Webportals adressiert diese Bedürfnisse. Das Portal soll als zentrale Anlaufstelle dienen, die den gesamten Gründungs- / Umfirmingsprozess strukturiert, digitalisiert und visuell aufbereitet. Durch die Bündelung nahezu aller relevanten Behördenkontakte und die Integration digitaler Funktionen wie Identitätsfeststellung, Bezahlung und Statusabfrage wird der Prozess vereinfacht und beschleunigt.

Die Wettbewerbsanalyse zeigte, dass zwar bereits einige Anbieter existieren, die Teile des Gründungsprozesses digitalisieren, jedoch keine, welche den gesamten Prozess Ende zu Ende abdecken. Diese Lücke ist nicht nur bei den angebotenen Schnittstellen zu den relevanten Behörden ersichtlich, sondern auch bei den verfügbaren Rechtsformen und der Markeneintragung.

Abschließend ergibt sich daraus, dass ein solches Portal das Potenzial hat, den Unternehmensgründungsprozess in Deutschland signifikant zu vereinfachen und zu modernisieren. Es könnte die bürokratische Belastung für Gründer reduzieren, die Transparenz erhöhen und die Gründungsbereitschaft fördern. Das Ergebnis der Wettbewerbsanalyse unterstreicht das Marktpotenzial eines solchen Angebots, da bereits erfolgreiche Anbieter existieren, aber gleichzeitig nicht alle relevanten Aspekte des Gründungsprozesses abdecken. Die Umsetzung des Konzepts erfordert eine enge Zusammenarbeit mit den beteiligten Behörden und Institutionen und eine sorgfältige technische Implementation, insbesondere in Hinblick auf Schnittstellen und Datensicherheit.

5.1 Erweiterungsmöglichkeiten

Um das herausgearbeitet Potenzial des Konzepts vollständig auszuschöpfen, können folgende Erweiterungsmöglichkeiten betrachtet werden.

Schnittstellen zu weiteren relevanten Behörden Institutionen:

Über die bereits genannten Institutionen hinaus existieren weitere, mit welchen Gründer im Laufe des Gründungsprozesses gegebenenfalls in Kontakt treten müssen. Hierzu zählen beispielsweise im Kontext von Angestellten die Agentur für Arbeit und die Krankenkassen. Außerdem gibt es branchenspezifische Sonderlocken wie die Gaststättenerlaubnis und die Eintragung in die Handwerksrolle.

Automatisierte Dokumentenerstellung:

Ein zentrales Element der Reduktion des administrativen Aufwands kann die automatisierte Dokumentenerstellung darstellen. Durch die Integration von Vorlagen und intelligenten Algorithmen können standardisierte Dokumente wie Gesellschaftsverträge und Anträge auf Basis der vom Gründer bereitgestellten Informationen automatisiert erstellt werden. Das minimiert sowohl den Zeitaufwand für Gründer als auch das Risiko von Fehlern und Inkonsistenzen in den Dokumenten.

Vermittlung oder Integration von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen:

Die Finanzierung und Absicherung von unternehmerischen Risiken stellt für viele Gründer eine zentrale Herausforderung dar. Die Integration direkter Schnittstellen zu Banken oder ein Angebot der Finanzierung durch die hauseigene Bank ermöglicht eine beschleunigte und vereinfachte Kreditvergabe. Durch die Übermittlung relevanter Daten aus dem Portal an die Banken können automatisierte Bonitätsprüfungen und Kreditentscheidungen ermöglicht werden. Dies verkürzt den Prozess der Kreditbeantragung erheblich und bietet Gründern schneller Planungssicherheit. Dasselbe Prinzip kann auch auf Versicherungsprodukte angewendet werden.

Berücksichtigung unterschiedlicher Rechtssysteme:

Die langfristige Vision des Projekts ist die Integration in unterschiedliche Rechtssysteme, dies ermöglicht sowohl die Erschließung von neuen Märkten als auch die Möglichkeit für internationale Unternehmen die administrativen Aufwände zu bündeln und zentral zu orchestrieren. Zwei zentrale negative Standortfaktoren Europas sind die sprachliche und rechtliche Heterogenität. Eine fehlende europäische Rechtsform für Unternehmen erschwert Startups schnelle Skalierung, wie sie in den USA und in China möglich sind. Das Projekt könnte diese Hürden unüberwindbar machen. Allerdings ist dies ein hochkomplexes Unterfangen und bedarf einer langfristigen Entwicklung. Voraussetzung sind eine

umfassende Analyse der jeweiligen Rechtssysteme, eine flexible und skalierbare Architektur des Portals und die kontinuierliche Zusammenarbeit mit internationalen Rechtsexperten und Institutionen.

Anhang

Quellenverzeichnis

- Klein, Rene* (2025): Industrie- und Handelskammer: IHK-Mitgliedschaft für Gründer, o. O., URL: <https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-gruenden/unternehmen-anmelden/ihk/> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A* (2023): Was ist künstliche Intelligenz (KI)? | IBM, de, o. O., 2023-08, URL: <https://www.ibm.com/de-de/topics/artificial-intelligence> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A* (2024): Ein Geschäftskonto – was ist das eigentlich?, de, o. O., 2024-11, URL: <https://www.lexware.de/wissen/buchhaltung-finanzen/geschaeftskonto-freiberufler/> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A* (2025a): DPMA | Elektronische Anmeldung, de, o. O., 2025-02, URL: https://www.dpma.de/service/elektronische_anmeldung/index.html [Zugriff: 2025-01-10]
- o.A* (2025b): Ablauf, de, o. O., URL: <https://online.notar.de/ablauf> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A* (2025c): business-registration, de, o. O., URL: <https://service.wirtschaft.nrw/unternehmensgruendung/gewerbe-anmelden-online/> [Zugriff: 2025-01-10]
- o.A* (2025d): Der Firmenname, de, o. O., URL: <https://www.frankfurt-main.ihk.de/recht/uebersicht-alle-rechtsthemen/gesellschaftsrecht2/firmenrecht/der-firmenname-5317930> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A* (2025e): ELSTER - Unternehmen gegründet oder selbständig gemacht?, o. O., URL: <https://www.elster.de/elsterweb/infoseite/unternehmensgruendung> [Zugriff: 2025-01-10]
- o.A* (2025f): Gewerbe anmelden - Dienstleistungen - Service Berlin - Berlin.de, de, o. O., URL: <https://service.berlin.de/dienstleistung/121921/> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A* (2025g): GmbH online gründen – einfach und schnell, de-DE, o. O., URL: <https://recht24-7.de/gmbh-gruenden-online/> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A* (2025h): Information - Dienstleistungsplattform, o. O., URL: <https://dienstleistungsplattform.hessen.de/> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A* (2025i): Unternehmen gründen leicht gemacht - gewerbe.org, o. O., URL: <https://gewerbe.org/> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A.* (2025j): DPMA | Recherche, de, o. O., URL: <https://www.dpma.de/marken/markenrecherche/index.html> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A.* (2025k): Eine Estland Firma gründen | e-Residency Estland, de, o. O., URL: <https://www.e-resident.gov.ee/de/estland-firma-gruenden/> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A.* (2025l): Finom Geschäftsstart | Bei Neugründung in Deutschland sparen, de, o. O., URL: <https://finom.co/de-de/launch-your-business/> [Zugriff: 2025-01-12]
- o.A.* (2025m): Firma online gründen: Voraussetzungen & Ablauf, de, o. O., URL: <https://www.lexware.de/wissen/gruendung/firma-online-gruenden/> [Zugriff: 2025-01-07]
- o.A.* (2025n): Formular-Management-System der Bundesfinanzverwaltung (001 - Fragebogen zur steuerlichen Erfassung / Aufnahme einer gewerblichen, selbständigen (freiberuflichen) oder land- und forstwirtschaftlichen Tätigkeit oder Beteiligung an einer Personengesellschaft/-gemeinschaft (FsEEU)), o. O., URL: <https://www.formulare-bfinv.de/ffw/form/display.do?%24context=95FB999F39275533BE0B> [Zugriff: 2025-01-11]

- o.A.* (2025o): Fragebogen zur steuerlichen Erfassung, de, o. O., URL: <https://www.ihk.de/hamburg/produktmarken/beratung-service/recht-und-steuern/steuerrecht/existenzgruender/fragebogen-steuerlichen-erfassung-1157130> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A.* (2025p): GmbH- und UG-Gründung, de, o. O., URL: <https://www.ihk.de/koeln/hauptnavigation/recht-steuern/checkliste-zur-gmbh-gruendung-merkblatt-5155156> [Zugriff: 2025-01-10]
- o.A.* (2025q): Kaufmannseigenschaft - Pflicht zur Eintragung im Handelsregister - IHK Chemnitz, o. O., URL: <https://www.ihk.de/chemnitz/recht-und-steuern/rechtsinformationen/handels-gesellschaftsrecht/kaufmannseigenschaft-pflicht-zur-eintragung-im-handelsregister-4981130> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A.* (2025r): Markenrecht: Wichtiges zum Schutz von Namen und Logos | IHK, de, o. O., URL: <https://www.ihk-muenchen.de/de/Service/Recht-und-Steuern/Markenrecht-Designrecht/Namen-und-Logos-sch%C3%BCtzen/> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A.* (2025s): Transparenzregister: Eintragungspflicht für HR-Unternehmen, de, o. O., URL: <https://www.ihk.de/koeln/hauptnavigation/recht-steuern/transparenzregister-eintragspflicht-5223204> [Zugriff: 2025-01-11]
- o.A.* (2025t): Unternehmensanmeldung, de, o. O., URL: <https://www.existenzgruendungsportal.de/Navigation/DE/So-gehts/Unternehmensanmeldung/unternehmensanmeldung.html> [Zugriff: 2025-01-10]
- Plutte, Niklas* (2015): Markenrecherche - Alles Wichtige & Tipps im Überblick Kanzlei Plutte, de, o. O., 2015-10, URL: <https://www.ra-plutte.de/markenrecherche-alles-wichtige-tipps-im-ueberblick/> [Zugriff: 2025-01-11]
- Vetterli, Christophe, Brenner, Walter, Uebernickel, Falk, Berger, Katharina* (2012): Die Innovationsmethode Design Thinking, de, in (2012): Publisher: Symposion Publishing, S. 289–310, [Zugriff: 2025-01-10]
- Weber, Dr. Mathias, Burchardt, Dr. Aljoscha* (o. J.): Künstliche Intelligenz, de, in: Künstliche Intelligenz ()
- Wohlrabe, Klaus, Licht, Thomas, von Maltzan, Annette* (2024): Bürokratie als Wachstumsbremse: Bestandsaufnahme und Reformansätze. Jahresmonitor der Stiftung Familienunternehmen, ger, o. O.: München: Stiftung Familienunternehmen, 2024, [Zugriff: 2025-01-10]
- Wolking, Sebastian* (2007): - MARKENRECHT: Markenrecherche im Internet beugt späteren Rechtsstreitigkeiten vor Change-Manager-Studiengang an der FHDW in Hannover: - MARKENRECHT, in: MM MaschinenMarkt (2007), Nr. 41 Markenrecherche im Internet beugt späteren Rechtsstreitigkeiten vor Change-Manager-Studiengang an der FHDW in Hannover, S. 50, [Zugriff: 2025-01-09]

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit versichere ich, dass ich die angemeldete Prüfungsleistung in allen Teilen eigenständig ohne Hilfe von Dritten anfertigen und keine anderen als die in der Prüfungsleistung angegebenen Quellen und zugelassenen Hilfsmittel verwenden werde. Sämtliche wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen inklusive KI-generierter Inhalte werde ich kenntlich machen. Diese Prüfungsleistung hat zum Zeitpunkt der Abgabe weder in gleicher noch in ähnlicher Form, auch nicht auszugsweise, bereits einer Prüfungsbehörde zur Prüfung vorgelegen; hiervon ausgenommen sind Prüfungsleistungen, für die in der Modulbeschreibung ausdrücklich andere Regelungen festgelegt sind. Mir ist bekannt, dass die Zuwiderhandlung gegen den Inhalt dieser Erklärung einen Täuschungsversuch darstellt, der das Nichtbestehen der Prüfung zur Folge hat und daneben strafrechtlich gem. § 156 StGB verfolgt werden kann. Darüber hinaus ist mir bekannt, dass ich bei schwerwiegender Täuschung exmatrikuliert und mit einer Geldbuße bis zu 50.000 EUR nach der für mich gültigen Rahmenprüfungsordnung belegt werden kann. Ich erkläre mich damit einverstanden, dass diese Prüfungsleistung zwecks Plagiatsprüfung auf die Server externer Anbieter hochgeladen werden darf. Die Plagiatsprüfung stellt keine Zurverfügungstellung für die Öffentlichkeit dar.

Bonn, 12.01.25

Unterschrift