

***Seminar –  
Start in die  
Selbstständigkeit:***

***Herausforderung  
Gründungskonzept  
und Businessplan!***

***TIZ Dieburg • 13. Oktober 2011***

**Die Kunst ist, einmal mehr  
aufzustehen, als man  
umgeworfen wird**



Winston Churchill  
30.11.1874 - 24.01.1965  
brit. Politiker und Nobelpreisträger

- Vorstellung der Person
- Kurzdarstellung der Succeed GmbH
- Existenzgründungen in Deutschland – Zahlen und Fakten
- Die häufigsten Fragen und Probleme
- Die häufigsten Gründe für ein Scheitern
- 10 Schritte zur erfolgreichen Existenzgründung
- Die mögliche Unterstützung
- Ansprechpartner & Kontaktadressen

# Vorstellung der Person

**Mathias Mundt • 25. Juni 1967**

**Rating-Advisor (IHK)**

Geschäftsführender Gesellschafter der Succeed GmbH  
Kaufmännische Ausbildung

Seit 1988 Erfahrung in den Bereichen Marketing, Finanzierung, Rating und Unternehmensstrategie • davon sechs Jahre als Marketing- und Vertriebsleiter  
Beratungserfahrung seit 1995

**Spezialist für Existenzgründung • Rating • Öffentliche Fördermittel**



# Kurzdarstellung der Succeed GmbH

- *Betriebswirtschaftliche  
Beratungsgesellschaft*
- *Gründung: 1995*
- *mit folgenden  
Schwerpunkten:*

Existenzgründungsberatung

Unternehmensnachfolge / - aufbau

Finanzierung und Expansions-  
begleitung

Aufbau und Implementierung von  
Controllingsystemen

Krisen-Management und TurnAround  
Begleitung

Unternehmensbewertung nach  
unterschiedlichen Methoden

Verkaufsoptimierung / Marketing

# Kurzdarstellung der Succeed GmbH



*Mit Succeed immer einen  
Schachzug voraus*

# Existenzgründungen in Deutschland – Zahlen und Fakten (1/8)

## 2010: Gründerboom in Deutschland

In 2010: rund 940.000 Gründungen (Vgl. 2009: +8 %)

Vollerwerb: rund 400.000 Neugründungen

Nebenerwerb: rund 540.000 Neugründungen (Vgl. 2009: + 15 %)

Durch Neugründungen in 2010: 582.000 vollzeitäquivalente Stellen entstanden (Vgl. 2009: 449.000)

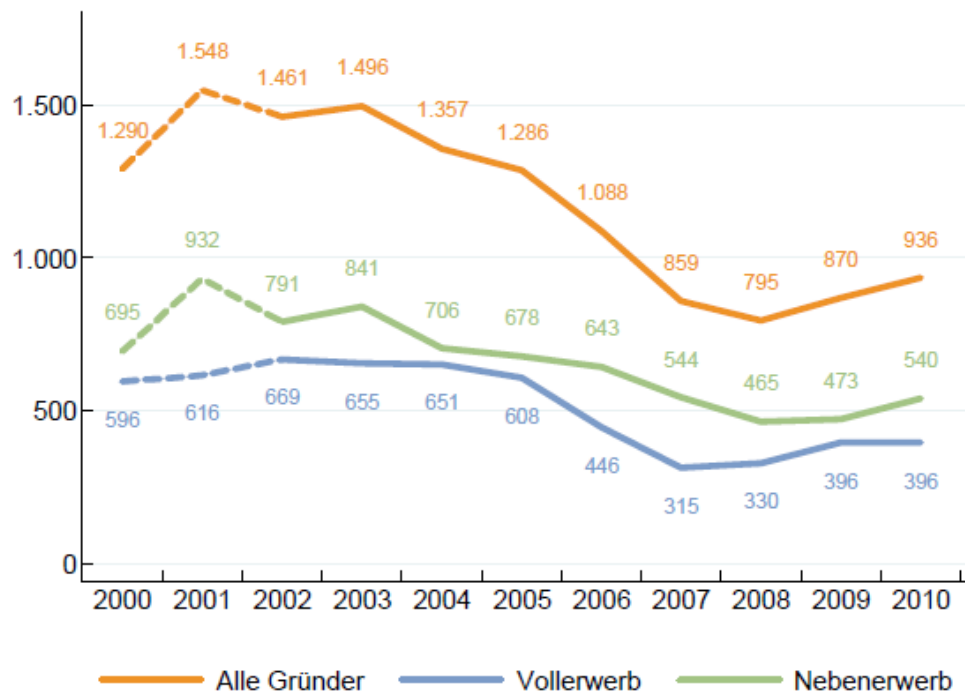
# Existenzgründungen in Deutschland – Zahlen und Fakten (6/8)

## KfW-Gründungsmonitor 2011

Nebenerwerb beflügelt Gründungsdynamik im Konjunkturaufschwung



Zahl der Gründer (in Tausend)



- 8 % mehr Gründer im Jahr 2010
- Belebung durch Nebenerwerbsgründer
- Aussicht für 2011: Abnehmende Gründungsaktivität



# Existenzgründungen in Deutschland – Zahlen und Fakten (2/8)

97 % der Gründer: Finanzierungsbedarf unter € 100.000 bzw.  
sogar unter € 25.000

Nur 14 % (Vgl. 2009: 17 %) hatten Probleme bei der Finanzierung

Leider hohe Anfangssterblichkeit durch falsche Aufstellung /  
Finanzierung u.v.m.

Nach 1 Jahr: noch ca. 85 % der Gründer am Markt

Nach 3 Jahren: noch ca. 68 %

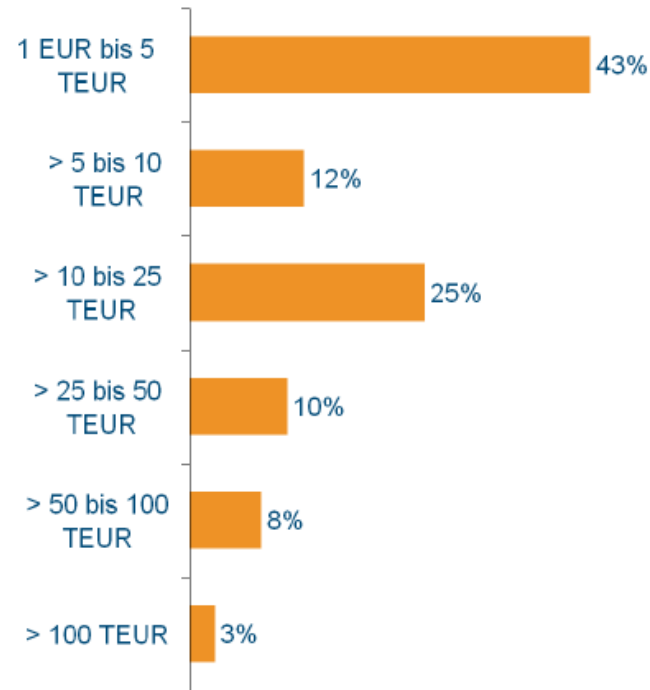
# Existenzgründungen in Deutschland – Zahlen und Fakten (3/8)

## Gründungsfinanzierung I

Das Gründungsgeschehen ist hinsichtlich der benötigten Mittel unverändert kleinteilig.



- 66 % aller Gründer setzen Finanzmittel ein
- 66 % Gründer mit Finanzmittelbedarf nutzen ausschließlich eigene Mittel
- 97 % aller externen Finanzierungsbedarfe bleiben unterhalb der Grenze von 100 TEUR



- Jeder dritte Gründer mit externem Finanzierungsbedarf (31%) berichtet über Finanzierungsschwierigkeiten

# Existenzgründungen in Deutschland – Zahlen und Fakten (4/8)

## Welche Projekte werden unternommen?

Dienstleistungsgründungen treiben den strukturellen Wandel



- Große Mehrheit aller Gründungen im Dienstleistungsbereich
- Neugründungen überwiegen, Unternehmensübernahmen oder Beteiligungen relativ selten
- Anteil innovativer Gründungsprojekte ist nach wie vor gering

### Branchenverteilung

<b>Dienstleistungen</b>	<b>83 %</b>
- darunter Handel	15 %
<b>Nicht-Dienstleistungen</b>	<b>17 %</b>
- darunter Verarbeitendes Gewerbe	2 %

### Marktneuheiten

- keine	85 %
- regional	10 %
- deutschland- oder weltweit	5 %

# Existenzgründungen in Deutschland – Zahlen und Fakten (5/8)

## Wer gründet?

### Chancen- und Notgründer halten sich die Waage



Hochschulabsolventen	16 %
Hochqualifizierte Angestellte	18 %
Arbeitslose	14 %
Frauen	37 %
Personen mit Migrationshintergrund	17 %

#### Hauptsächliches Gründungsmotiv:

- Umsetzung einer Geschäftsidee („Chancengründer“)	38 %
- Mangelnde Erwerbsalternativen („Notgründer“)	34 %

# Die häufigsten Probleme – Klassische Existenzgründer

- ☐ Oftmals zu geringe Kenntnisse im kaufmännischen Bereich
- ☐ Zu geringes Eigenkapital
- ☐ Falsche Einschätzung des Marktes / fehlender Businessplan
- ☐ Unzureichende Finanzierung - keine Liquiditätsreserven
- ☐ Unterschätzung der laufenden Kosten
- ☐ Unzureichende Marketing & Vertriebskonzeption
- ☐ Unterschätzung des Arbeitseinsatzes
- ☐ Falsche Einschätzung der Umsatzentwicklung

# Die häufigsten Probleme – Existenzgründer - Hochschulabsolventen

- ☐ Großes Fachwissen – wenig kaufmännische Kenntnisse
- ☐ Gute Idee – fehlende Marktkennntnisse
- ☐ Gute Idee und mögliches (innovatives) Produkt – hoher Investitionsbedarf (Entwicklung eines Prototyps etc.)
- ☐ Vorhandenes Produkt – fehlende Vertriebsorganisation
- ☐ Suche nach Netzwerken / Kooperationen

# Die häufigsten Fragen

- ☐ Ist die Idee am Markt umsetzbar?
- ☐ Wie entwickelt sich der Markt?
- ☐ Muss eine persönliche Bürgschaft übernommen werden?
- ☐ Wie kann ich das Risiko minimieren?
- ☐ Welche Fördermittel bzw. Finanzierungsmöglichkeiten stehen zur Verfügung?
- ☐ Gibt es Zuschüsse?

# Die häufigsten Gründe für ein Scheitern

- ☐ Fehlende Kenntnisse im kaufmännischen Bereich
- ☐ Keine vorhandenen Planungsinstrumente (Controlling - Soll/Ist-Vergleich)
- ☐ Fehlende Kalkulation- und Deckungsbeitragsrechnung
- ☐ Keine Transparenz im Unternehmen
- ☐ Unzureichende / fehlende Kommunikation zu externen Partnern (z.B.: Banken)
- ☐ Keine Inanspruchnahme von externer Hilfe
- ☐ Zu späte Gegensteuerung im Krisenfall (fehlende Frühwarnsysteme)



# ***10 Schritte zur erfolgreichen Existenzgründung***

# Die 10 Schritte zur erfolgreichen Existenzgründung

1. Überprüfung der eigenen Fähigkeiten
2. Realistische Prüfung der Geschäftsidee
3. Finanzielle Situation
4. Externe Unterstützung (zum Ausgleich fehlender Kompetenz)
5. Auswahl eines Beraters
6. Prüfung der Marktfähigkeit & Wettbewerbsfähigkeit
7. Marketingkonzept
8. Gesamtumsatzplanung
9. Erstellung Strategiepapier (Businessplan) und Ermittlung Gesamtfinanzierung
10. Auswahl geeigneter Hausbank / Finanzierungspartner

# Schritt 1: Eigene Fähigkeiten

- Stärken- / Schwächen-Analyse
  - passt meine Geschäftsidee zu meinen Fähigkeiten?
  - eigene persönliche Situation
  - eigene Erfahrung generell und im Speziellen (Unternehmensführung / Personalführung, Erfahrung im angestrebten Bereich etc.)
  - Persönliche und fachliche Voraussetzungen



## Schritt 2: Geschäftsidee

- Produkt / Dienstleistung, Schwerpunkt? In welche Richtung gehe ich?
- Standort
- Marktorientierung (Prüfung der Marktfähigkeit, und Untersuchung der Wettbewerbsfähigkeit)



# Schritt 3: Finanzielle Situation

- eigene finanzielle Situation, welche Kosten müssen mind. gedeckt werden?
- Lebenshaltungskosten? Alleinstehend oder Familie zu versorgen?
- Alleinverdiener?
- eigener Anspruch an Lebenshaltung?
- Eigenkapitalsituation?
  - Puffer für Anlaufzeit?
  - Kapital für den Start?



# Schritt 4: ext. Unterstützung

- Externe Unterstützung, wenn eigene Kompetenz nicht alle erforderlichen Felder abdeckt
- Unterstützung seitens Familie mind. genauso wichtig -> aktive Hilfe im Unternehmen,
- aber auch psychologischer Aspekt



# Schritt 5: Auswahl Berater

- Ext. kompetenten Berater auswählen
  - Vertrauensbasis
  - neutrale Betrachtung auf Gründungsvorhaben
  - Hilfe / Ratschläge von Experten
  - jahrelange Erfahrung



# Schritt 6: Marktfähigkeit & Wettbewerb

- Standort
- Nachfrage vorhanden?
- Zielgruppe?
- Wettbewerber?
- Wie stellen sich Produkte (hinsichtlich Preis, Qualität, Funktionalität, Betriebskosten, Service etc.), der Vertrieb, der Standort etc. Ihrer Wettbewerber dar?
- Vergleich Stärken / Schwächen wichtiger Wettbewerber mit eigenen in einem
- Übersichtsprofil!
- Verfügen Sie über einen eindeutigen Wettbewerbsvorteil?
- Wie dauerhaft wird dieser sein?
- Wie wollen Sie ihn verteidigen?



# Schritt 7: Marketingkonzept

- CI / CD
- Marketingunterlagen
- Marketingaktivitäten?
- Kooperationen?



# Schritt 8: Gesamtumsatzplanung

- Qualifizierte Umsatz- und Ertragsplanung
- Liquiditätsplanung
- Investitionsplanung



- Erstellung Strategiepapier
- Aufstellung Gesamtfinanzierung, Ermittlung Kapitaldienst
- Welche Mittel kämen in Frage? Öffentliche Fördermittel?  
KfW Gründerkredit-StartGeld?

## KfW-Gründerkredit-Start-Geld

### **Ihre Vorteile:**

- Fester Programzinssatz für alle über die gesamte Laufzeit
- Bis zu 10 Jahre Laufzeit, max. zwei tilgungsfreie Anlaufjahre
- 80 % Haftungsfreistellung
- Zweifache Antragstellung möglich („klein anfangen und später nachlegen“)
- 100 % Finanzierung (Höchstbetrag 100T€, davon bis zu 30T€ für Betriebsmittel)
- Förderung auch als Nebenerwerb (wenn er mittelfristig zum Haupterwerb) wird
- Kein Eigenkapital erforderlich



# Zu Schritt 9: Aufbau Businessplan

- 
- 1. Inhaltsverzeichnis**
  - 2. Zusammenfassung**
  - 3. Persönliche Voraussetzungen**
  - 4. Geschäftskonzept**
  - 5. Marketing und Vertriebskonzept**
    - 5.1. Markt**
      - 5.1.1. Allgemein
      - 5.1.2. Marktpositionierung
      - 5.1.3. Wettbewerber
    - 5.2. Vertriebs- und Kommunikationswege**
  - 6. Allgemeine Rahmenbedingungen**
    - 6.1. Standort**
    - 6.2. Personal**
    - 6.3. Rechtsform**
  - 7. Finanzplan**
    - 7.1. Rentabilitätsplanung**
    - 7.2. Investitionen und Finanzierung**
    - 7.3. Liquiditätsplanung**
    - 7.4. Risikoanalyse und Versicherungen**
  - 8. Maßnahmenplanung und Zeitplan**
  - 9. Auftragserteilung und Durchführung**
    - 9.1. Auftragserteilung**
    - 9.2. Haftungsausschluss**
    - 9.3. Stellungnahme**
  - 10. Anlagenverzeichnis**

# Schritt 10: Auswahl Hausbank

- Auswahl geeigneter Hausbank / Finanzierungspartner
- Sonderprogramme der KfW gehen nur über Hausbank als durchleitendes Kreditinstitut



# ***Aufbau eines Businessplans***

- ☐ Darstellung der unternehmerischen Tätigkeit
- ☐ Instrument der Planung für das Unternehmen
- ☐ Konkretisierung der langfristigen Zielsetzung
- ☐ Darstellung der Strategien
- ☐ Sensibilisierung für wichtige Maßnahmen
- ☐ Externe Aufgabe ist die Gewinnung von Kapitalgebern und die Darstellung der o.g. Faktoren für einen fremden Dritten



- ☐ Die Zusammenfassung ist ein gesondertes Kapitel und gibt einen ersten Überblick über das Gesamtprojekt
- ☐ Fassen Sie die wichtigsten Eckpunkte der gesamten Planung zusammen
- ☐ Die Zusammenfassung soll das Interesse am weiteren Studium des Planes wecken
- ☐ Stellen Sie die Wettbewerbsverhältnisse und den Investitionsbedarf dar
- ☐ Was sind die Erfolgsfaktoren des Unternehmens?
- ☐ Stellen Sie die Risiken dar und führen sie die Planungsalternativen auf
- ☐ Formulieren Sie ihre Ziele realistisch und orientieren Sie sich an der Umsetzung



- ☐ Welche Ausbildung müssen die Gründer haben?
- ☐ Welche Erfahrungen sind vorhanden?
- ☐ Haben die Gründer Erfahrung in der Branche?
- ☐ Qualifikationen und Erfolge der Vergangenheit
- ☐ Werden Abhängigkeiten zu Schlüsselpersonen im Unternehmen bestehen?
- ☐ Motivationsfaktoren (persönliche und Mitarbeiter)
- ☐ Schwachstellen im Unternehmen
- ☐ Wie sollen diese besetzt werden?
- ☐ Vorhandene Beraterverträge (überdurchschnittliche Leistungen)

- ☐ Darstellung des Unternehmenskonzeptes
- ☐ Wo soll das Unternehmen gegründet werden?
- ☐ Was ist das Besondere an Ihrer Idee?
- ☐ Wie sieht die Marktsituation aus und wie wird sich der Markt entwickeln?
- ☐ Wie reagiert der Markt auf ihre Idee?
- ☐ Welchen Nutzen hat Ihr Kunde? Formulieren Sie die Vorteile aus Sicht der Kunden (nutzenorientiert)
- ☐ Stellen Sie Ihr Produkt ausführlich dar

- ☐ Marktsituation, Marktsegment, Potenzial und Wachstumsraten Chancen und Risiken des Marktes
- ☐ Darstellung der Kundenanforderungen
- ☐ Wettbewerbssituation der Branche
- ☐ Ausführliche Darstellung der Stärken und Schwächen der Wettbewerber
- ☐ Erstellen Sie ein Profil über Ihre Stärken und Schwächen
- ☐ Wie sieht die Nachfrage nach Ihren Produkten aus?
- ☐ Welche Abhängigkeiten bestehen im Markt?
- ☐ Wie entwickelt sich der Markt bisher und wovon ist er abhängig?
- ☐ Nehmen Sie die Daten des letzten Bausteins auf und nennen Sie dafür Lösungen

# Markt- und Absatzchancen

## - Marktanalyse -

- ☐ Auf welche Marktgegebenheiten treffen Sie in dem Markt, in dem Sie sich selbständig machen wollen?
- ☐ Welche Markteintrittsstrategie haben Sie entwickelt?
- ☐ Welche Vertriebswege nutzen Sie (ggf. differenziert nach Produkten, Kundengruppen, Inland/Ausland)?
- ☐ Wer sind Ihre Vertriebspartner?
- ☐ Welchen Preis sollen Ihre Produkte erzielen?
- ☐ Welche Preispolitik / Konditionen werden Sie einsetzen (hoch- niedrig-preisig, Rabatt- und Konditionenpolitik)?

# Markt- und Absatzchancen

## - Marktanalyse -

- ☐ Wie sehen der Zeitplan und die wichtigsten Meilensteine aus?
- ☐ Welche konkreten Aktivitäten sind vom ersten Kundenkontakt bis zum Vertragsabschluss erforderlich?
- ☐ Wie hoch sind Ihre Kosten für Garantien und Gewährleistungen?
- ☐ Wie lassen sich Ihre Branche, der Gesamtmarkt sowie das von Ihnen anvisierte Marktsegment beschreiben und abgrenzen?
- ☐ Warum zielen Sie gerade auf dieses Marktsegment ab?
- ☐ Wie groß sind das Marktvolumen, Marktpotenzial, die Wachstumsraten in der Branche, dem Gesamtmarkt und Ihrem Zielmarkt?
- ☐ Welche Trends zeichnen sich in Ihrer Branche, dem Gesamtmarkt und Ihrem Zielmarkt ab?

# Markt- und Absatzchancen

## - Marktanalyse -

- ☐ Wodurch wird die Marktentwicklung bestimmt?
- ☐ Welches sind die Quellen Ihrer Marktinformationen?
- ☐ Auf welchen Annahmen basieren Ihre Schätzungen?
- ☐ Welche Zielkunden sprechen Sie an?
- ☐ Welchen Nutzen hat Ihr Angebot aus Sicht der Kunden?
- ☐ Wie haben Sie die Kundenanforderungen in die Produktentwicklung einfließen lassen?
- ☐ Welche Art von Marktbeschränkungen bzw. Markteintrittsbarrieren bestehen?
- ☐ Welche Gesetze, Verordnungen oder Bestimmungen beeinflussen den Markt? Inwiefern ist Ihr Unternehmen davon betroffen? Werden besondere Werbeaktionen durchgeführt und wenn welche?

# Markt- und Absatzchancen

## - Wettbewerbsanalyse -

- ☐ Welche wichtigen Wettbewerber bieten vergleichbare Produkte an oder entwickeln solche?
- ☐ Welche lösen die Kundenprobleme mit anderen Produkten oder Technologien?
- ☐ Welche Produkte und Problemlösungen bieten Ihre Wettbewerber an?
- ☐ Welche Kundengruppen sprechen Ihre Wettbewerber an?
- ☐ Wie sind die Stärken und Schwächen Ihres Angebotes im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern zu beurteilen (hinsichtlich Preis, Qualität, Funktionalität, Betriebskosten, Service etc.)?

# Markt- und Absatzchancen

## - Wettbewerbsanalyse -

- ☐ Wie stellen sich Produkte (hinsichtlich Preis, Qualität, Funktionalität, Betriebskosten, Service etc.), der Vertrieb, der Standort etc. ihrer Wettbewerber dar?
- ☐ Vergleichen Sie Stärken und Schwächen der wichtigen Wettbewerber mit Ihren eigenen in einem Übersichtsprofil!
- ☐ Verfügen Sie über einen eindeutigen Wettbewerbsvorteil?
- ☐ Wie dauerhaft wird dieser sein?
- ☐ Wie wollen Sie ihn verteidigen?



# Marketing- und Vertriebsplanung

## - Leistungsangebot und Strategie -

- ☐ Strategie des Unternehmens?
- ☐ An wen verkaufen Sie welche Produkte?
- ☐ Wie ist der Marktzugang?
- ☐ Wie sieht die Wertschöpfungskette im Unternehmen aus?
- ☐ Darstellung der vorhandenen Produkte
- ☐ Umsatzanteile etc.
- ☐ Kundennutzen, Wettbewerb
- ☐ Lebenszyklus und Patentsituation

# Marketing- und Vertriebsplanung

## - Marketing / Werbung -

- ☐ Welche Geschäftsstrategie soll dem neuen Unternehmen zu Grunde liegen?
- ☐ Wie sieht die Unternehmensphilosophie aus, die die Strategie untermauert?
- ☐ Welche Marktposition soll langfristig erreicht werden?
- ☐ Welche grundsätzlichen Chancen und Risiken (Markt, Wettbewerb, Technologie etc.) bestehen für das Unternehmen?
- ☐ Mit welchen Maßnahmen planen Sie, die Risiken zu beschränken?
- ☐ Welche Handlungsalternativen haben Sie?
- ☐ Wie schnell und mit welchem finanziellen Aufwand werden Sie notwendige Maßnahmen umsetzen können?

# Marketing- und Vertriebsplanung

## - Marketing / Werbung -

- ☐ Welche Werbeinstrumente wollen Sie einsetzen?
- ☐ Wurde bereits ein Corporate Design entwickelt?
- ☐ Gibt es eine Liste von Zielkunden?
- ☐ Welche Kundenbindungsmaßnahmen sollen eingesetzt werden?
- ☐ Werden Seminare und Vorträge als Werbeinstrument eingesetzt?
- ☐ Sollen Messen als Teilnehmer oder als Besucher wahrgenommen werden?
- ☐ Wird Direktwerbung als Marketinginstrument eingesetzt?
- ☐ Werden besondere Werbeaktionen durchgeführt?

- ☐ Darstellung der Vertriebsstrategie des Unternehmens
- ☐ Vertriebskonzept
- ☐ Zielgruppenanalyse
- ☐ Preisgestaltung
- ☐ Werbung und Absatzförderung
- ☐ Marktstellung und Ziele
- ☐ Markteinführungsstrategie
- ☐ Detaillierte Erläuterung der Vertriebsorganisation, der Vertriebswege und der Vertriebspartner und der Mitarbeiter

- ☐ Die Auswahl der Rechtsform orientiert sich an der Zielsetzung des Unternehmens:
  - Wer ist an der Gründung beteiligt?
  - Welche Ziele haben die Gesellschafter?
  - Bestehen große Risiken, die eine Haftungsbegrenzung erforderlich machen?
  - Sollen Mitarbeiter beteiligt werden?
  - Wie hoch ist der Eigenkapitalbedarf?
  - Soll zukünftig neues Kapital aufgenommen werden?
- ☐ Berücksichtigen Sie bei der Planung auch die steuerlichen Unterschiede der Rechtsformen
- ☐ Nach der Auswahl der Rechtsform, stellen Sie die weiteren Schritte zur Gründung dar

- ☐ Welche grundsätzlichen Chancen und Risiken bestehen im Unternehmen und/oder Markt?
- ☐ Wie werden die Risiken minimiert?
- ☐ Welche Alternativen sind möglich?
- ☐ Bestehen weitergehende Chancen, die zusätzliches Kapital erforderlich machen?
- ☐ Simulation des Unternehmenserfolges in einer best-worst-case Betrachtung

- ☐ Berechnen Sie die zu erwartenden Umsätze
- ☐ Wie hoch sind die Kosten?
- ☐ Ermitteln Sie die Kostenarten anhand von Vergleichszahlen der Branche
- ☐ Kennen Sie den Mindestumsatz (Break-Even-Analyse)?
- ☐ Stellen Sie die Planungen und Controllinginstrumente vor
- ☐ Die Darstellung sollte die Zielsetzung der Empfänger berücksichtigen und eine realistisch-optimistische Planung beinhalten

- ☐ Darstellung der betrieblichen Investitionen der nächsten drei bis fünf Jahre
- ☐ Stellen Sie das notwendige Kapital kurz-, mittel- und langfristig dar
- ☐ Berücksichtigen Sie auch Investitionen in den nächsten Jahren
- ☐ Prüfen Sie den Ansatz der Kosten anhand von Angeboten
- ☐ Die Darstellung sollte die Zielsetzung der Empfänger berücksichtigen und eine realistisch-optimistische Planung beinhalten



- ☐ Wie entwickelt sich der Cash-Flow kurz-, mittel- und langfristig?
- ☐ Planen Sie die Einnahmen und Ausgaben sehr konservativ?
- ☐ Berücksichtigen Sie die Zahlungsmoral der Branche
- ☐ Bedenken Sie Zahlungsverzögerungen der betrieblichen Steuern wie z.B. Umsatzsteuer
- ☐ Planen Sie Liquiditätsreserven für unplanmäßige Lasten
- ☐ Berücksichtigen Sie bei Ihrer Planung auch die monatlichen und saisonalen Verschiebungen der Liquidität

- ☐ Klären Sie die Zielgruppen der angebotenen Leistungen
- ☐ Diskutieren Sie die angemessene Ausstattung des Unternehmens
- ☐ Stellen Sie die Investitionen und Kosten zusammen
- ☐ Diskutieren Sie die variablen Faktoren der Umsatzberechnung
- ☐ Planen Sie die Umsätze auf monatlicher Basis für das erste Jahr
- ☐ Planen Sie die Veränderungen der variablen Faktoren für die nächsten zwei Jahre

# Die mögliche Unterstützung



1. Auswahl Steuerberater
2. Auswahl notwendiger Versicherungen (Zusammenarbeit mit kompetentem Versicherungsmakler -> Empfehlung über Berater möglich)
3. Aufbau eines Controlling-Instrumentariums für die Erstellung regelmäßiger Soll-Ist Vergleiche (regelmäßige Prüfung der Unternehmensentwicklung)
4. Externe Unterstützung (zum Ausgleich fehlender Kompetenz)

## Succeed GmbH

Aschaffenburger Straße 1  
64807 Dieburg

Telefon: +49 (0) 6071 / 20 05 50  
Telefax: +49 (0) 6071 / 20 05 55

M.Mundt@succeed-gmbh.de  
www.succeed-gmbh.de



Ansprechpartner:  
Mathias Mundt



Wir geben Antworten

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit.

**SUCCEED**

SOLUTIONS FOR YOUR SUCCESS