

1.2 Unternehmen

In diesem Teil werden das **Unternehmens-** und das **Gründerprofil** dargestellt, erste **Unternehmensziele** festgelegt und die **Unternehmensorganisation** skizziert.

1.2.1 Unternehmens- und Gründerprofil

Das Profil umfasst folgende Punkte:



Geschäftsidee und Vision

Zunächst ist die **eigene Geschäftsidee** verständlich und genau zu erklären. Diese kann um eine langfristige **Unternehmensvision** ergänzt werden.

Vision = Vorstellungsbild der angestrebten Zukunft

Suchen Sie im Internet nach einer Unternehmensvision. Stellen Sie diese zusammen mit dem Unternehmen kurz in der Klasse vor.

DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Eine **Unternehmensvision** ist ein **Vorstellungsbild**, wie sich das Unternehmen **langfristig entwickeln** soll. Sie dient als Inspiration und Antriebsquelle.

Beispiel: Unternehmensvision von Netflix
"To continue being one of the leading firms of the streaming entertainment era."



Wichtige Personen

Alle **Schlüsselpersonen** (Unternehmensgründer/innen, Geschäftsführer, wichtige Teammitglieder etc.) und deren **fachliche Qualifikationen** sind aufzulisten. Dabei soll erkennbar sein, dass die Gründer/innen in der Lage sind, die Geschäftsidee erfolgreich umzusetzen.

Rechtsform und Firmenname

Die **Wahl der Rechtsform** zählt zu den schwierigsten Entscheidungen. Mithilfe von Kriterien können die Vor- und Nachteile der Rechtsformen abgewogen werden. Zusätzlich ist auch ein **Firmenname** festzulegen, wobei die gesetzlichen Vorschriften zu beachten sind.

Unternehmensstandort

Die **Wahl des Standortes** will gut überlegt sein, da eine nachträgliche Änderung meist hohe Kosten verursacht.

Die persönlichen Voraussetzungen für eine Gründung haben Sie in Band 1 im Kapitel „Schritte für die Unternehmensgründung“ kennengelernt.

Wiederholen Sie in der Klasse, welche Kriterien für die Wahl der passenden Rechtsform herangezogen werden können.

DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Unternehmensgründer/innen sollten bei der Suche nach dem passenden Standort auf **beschaffungsseitige**, **produktionsbezogene** und **absatzorientierte Standortfaktoren** achten.



Die Betriebsart ist für die einzelnen Standortfaktoren entscheidend.

Beispiele

- Industriebetriebe achten auf eine gute Verkehrsanbindung, damit Rohstoffe etc. schnell angeliefert werden können.
- Internationale Unternehmen wählen ihren Firmensitz nach steuerlichen Gesichtspunkten aus (v. a. möglichst geringe Körperschaftsteuer).
- Lebensmittelhändler platzieren sich zumeist im Umkreis von Wohngebieten, um möglichst nahe bei den Kunden zu sein.

Eine praktische Entscheidungshilfe für die richtige Wahl des Standortes bietet die **Scoring-Methode (Punktwertmethode)**.

Schritte bei der Scoring-Methode

- 1 Überlegen Sie, welche **Standortfaktoren** für Ihre Geschäftsidee wichtig sind.
- 2 **Gewichten** Sie die Faktoren, d. h., schätzen Sie deren Wichtigkeit (Nutzen) ein. Der Gesamtnutzen aller Faktoren sollte 100 % ergeben.
- 3 **Bewerten** Sie die Standortalternativen anhand einer Skala. Vergeben Sie z. B. Punkte von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut).
- 4 **Multiplizieren** Sie die Bewertungspunkte mit der Gewichtung.
- 5 **Addieren** Sie die gewichteten Punkte pro Standort.
- 6 Jener Standort mit dem **höchsten Ergebnis** entspricht Ihren Anforderungen am besten.



Wenn die Betriebsanlage negative Auswirkungen (z. B. Lärm, Staub) auf die Nachbarn oder die Umwelt hat, ist eine Betriebsanlagengenehmigung erforderlich.