



Daniel Reiser und Sascha Katzmann gründeten den Onlineshop deinbonbon.de.

GRÜNDUNGSFINANZIERUNG

Perfektionisten gefragt

Extrem günstige Zinskonditionen, volle Fördertöpfe, niedrige Kredithürden: Firmengründer haben derzeit gute Chancen, unter optimalen Bedingungen ihr Geschäft zu starten. Wie Sie die Finanzierung richtig angehen.

▶ Jung, dynamisch, kreativ: Die besten Voraussetzungen, um den Start in die Selbstständigkeit zu wagen. Daniel Reiser (26) und Sascha Katzmann (26) entwickelten ihr Geschäftskonzept, als sie nach einem außergewöhnlichen Geburtstagsgeschenk für eine Freundin suchten. Die Beiden führen den Onlineshop Deinbonbon.de – einen Spezialanbieter für Süßwaren in Stuttgart. Verbraucher wie auch Firmen können auf der Homepage aus mehr als 60 verschiedenen Bonbon- und 20 Fruchtgummisorten ihre persönliche Mischung zusammenstellen. Dabei wählen sie aus mehreren edlen Verpackungen aus und versehen das Präsent – der besondere Clou – mit einem persönlichen, selbstentworfenen Etikett. Katzmann und Reiser betreiben den Shop in Vollzeit seit Oktober vergangenen Jahres. „Es war für uns kein Problem, an das notwendige Kapital für den Start zu kommen“, sagt Daniel Reiser.

Die finanziellen Rahmenbedingungen sind gut

Im ersten Schritt entwickelte der studierte Technologiemanager einen detaillierten Businessplan. „Wir haben daran rund einen Monat gefeilt, bis uns die Konzeption perfekt erschien.“ Zudem wurde das Unternehmerduo von einem Gründungscoach unterstützt. So kamen von der Hausbank auch nur wenige Nachfragen. Wohl auch deshalb, weil die beiden Gründer das Geschäft bereits rund 1,5 Jahre lang vorher getestet hatten. „Wir betrieben den Shop nebenberuflich auf kleinerer Flamme“, so Reiser.

Deshalb brachten die jungen Existenzgründer einen gewissen Firmenwert sowie Vorräte und Anlagevermögen mit in die Finanzierung ein. Außerdem konnten sie anhand der Bilanz sowie der Gewinn- und Verlustrechnung aus dem Vorjahr die Tragfähigkeit des Konzeptes darlegen. Unterm Strich ein enormer Vorteil bei einem Finanzierungsbedarf von rund 80.000 Euro ohne weitere eigene Mittel.

Die Finanzierung fußt jetzt auf einem günstigen Förderkredit der KfW-Bankengruppe aus dem Programm Startgeld. Die Zinsen bewegen sich mit knapp unter 3 Prozent auf einem kaum mehr zu unterbietenden Niveau. „Wenn wir Glück haben, frisst die Inflation die Zinslast langfristig auf“, spekuliert Reiser. Daneben engagieren sich die Hausbank sowie das staatliche Landesförderinstitut L-Bank. Die Bürgschaftsbank des Landes Baden-Württemberg sicherte Kredite ab.

Das Beispiel zeigt: Derzeit scheinen die finanziellen Rahmenbedingungen für eine Geschäftsgrün-



„Viele Businesspläne werden den Anforderungen der Kreditinstitute nicht gerecht.“

Meinolf Schürholz
Unternehmensberater in Düsseldorf

dung nahezu idealtypisch zu sein. Zum einen bewegen sich die Zinsen für Darlehen auf historisch niedrigem Niveau. Zum anderen sind die Fördertöpfe voll. Außerdem wird das öffentlich bereitgestellte Gründungskapital nur relativ verhalten in Anspruch genommen.

Denn nach einer Statistik des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) wurden im vergangenen Jahr so wenig Firmen gegründet wie

zuletzt vor der Wiedervereinigung. Und nur jedes fünfte Unternehmen startet im Handel. Zum Vergleich: 63 Prozent steigen in einer Dienstleistungsbranche ein. Auch ging die Zahl der Gründungen im Handel allein 2011 gegenüber Vorjahr um rund 10 Prozent zurück. Die Ursachen sehen die Experten des DIHK weniger in schlechten Marktchancen als vielmehr in der positiven Stimmung am Arbeitsmarkt.

Die Banken zeigen sich in diesem Umfeld durchaus aufgeschlossen, cleveren Existenzgründern die notwendige Starthilfe zu leisten. „Allerdings auch nur unter der Voraussetzung, dass die Newcomer ihr Vorhaben professionell vorbereiten“, sagt Harald Hof, Gründungsspezialist bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) München und Oberbayern (siehe Interview Seite 54).

Detaillierte und realistische Planzahlen

Zum Beispiel erwarten die Geldinstitute detaillierte und realistische Planzahlen für die nächsten drei bis fünf Jahre. „Viele Businesspläne werden den Anforderungen der Banken und Sparkassen allerdings nicht ansatzweise gerecht“, beklagt Meinolf Schürholz, unabhängiger Unternehmensberater in Düsseldorf. Ein Grund: Um den Geschäftsverlauf glaubwürdig und nachvollziehbar zu planen, müssen Markt und Wettbewerb detailliert analysiert werden. „Die Jungunternehmer haben in der Regel zu den notwendigen Daten und Fakten aber keinen Zugang“, sagt Schürholz. Mit den Branchenberichten der Geldinstitute können sie sich zwar einen ersten Überblick verschaffen, „doch als Grundlage für eine qualifizierte Planung reicht das Zahlenwerk nicht aus“, meint der Experte. Abhängig von der Branche greifen erfahrene Unternehmensberater auf verschiedene Quellen wie etwa Marktdaten der Verbände, Studien von Unternehmensberatungen oder Daten aus Betriebsvergleichen zurück. Anhand der gewonnenen Erkenntnisse gilt es, das eigene Geschäftsfeld klar abzugrenzen, die Sortimentsauswahl zu treffen, die Preiskalkulation sowie die Deckungsbeitragsrechnung aufzustellen.

„Vielleicht frisst die Inflation unsere Zinslast auf.“

Daniel Reiser (links)
Gründer des Onlineshops Deinbonbon.de

FOTO: DEINBONBON.DE



„Das Ziel war es, die Finanzierung so schnell wie möglich zu sichern.“

Ramona Damske
Inhaberin eines Fachgeschäfts für Drogeriewaren, Lebensmittel und Dekoartikel

FOTO: PHILIPP OBERGASSNER/STUTTGARTER ZEITUNG

Geld für Gründer

Bankkredit: Ohne das klassische Darlehen läuft nichts. Deshalb gilt es, die Hausbank als erstes zu überzeugen. Einzureichen ist ein detaillierter Businessplan, der das Geschäftskonzept selbsterklärend darlegt. Die Bank wird sich auch für das betriebswirtschaftliche Fachwissen des Unternehmers interessieren. Seine Qualifikation ist ebenfalls darzulegen.

Weitere Infos: existenzgruender.de

Förderprogramme: Die Förderbanken der Länder sowie die KfW unterstützen Gründer traditionell mit verschiedenen Programmen.

Weitere Infos bietet etwa die Datenbank
foerderdatenbank.de

Bürgschaften: Die Bürgschaftsbanken ermöglichen Kredite, wenn Sicherheiten fehlen. Die Durchleitung erfolgt genauso wie beim Förderkredit über die Hausbank.

Eine Übersicht aller Bürgschaftsbanken gibt es unter:
vdb-info.de

Beteiligungsgesellschaften: Traditionell für Großinvestitionen, aber neuerdings auch in kleineren Beträgen: Stille Beteiligungen sind sinnvoll, wenn Gründer ihr Eigenkapital stärken müssen. Die Jungunternehmer stellen den Antrag direkt bei einer Beteiligungsgesellschaft. Eine Übersicht der Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften finden Gründer unter vdb-info.de

Weitere Infos auch unter bvkap.org

Das braucht Zeit. Gründerin Ramona Damske zum Beispiel bereitete ihren Businessplan über drei lange Monate vor. Die Jungunternehmerin führt in Baiersbrunn ein Fachgeschäft für Drogeriewaren, Lebensmittel und Dekoartikel. Zur Selbstständigkeit entschloss sie sich, nachdem ihr ehemaliger Arbeitgeber Schlecker in die Insolvenz ging. Den Businessplan erstellte sie gemeinsam mit ihrem Mann und ihrem Steuerberater. Auch nahm sie eigens an einer Schulung der IHK teil. „Ziel war es, die Finanzierung so schnell wie möglich zu sichern“, erklärt Damske. Deshalb war es ihr wichtig, von vornherein vollständige Unterlagen beizubringen. „Die Hausbank hat uns für die Qualität der Unterlagen gelobt“, erinnert sich die 50-Jährige. Die Strategie ging auf. Das Geldinstitut winkte den Antrag beim ersten Anlauf durch und brachte einen Förderkredit der L-Bank inklusive Absicherung der Bürgschaftsbank Baden-Württemberg ins Spiel. Die Rückmeldungen aus Stuttgart kamen innerhalb weniger Wochen.

Über Fördermöglichkeiten aktiv informieren

Wenn die Finanzierung so reibungslos läuft wie bei Damske, ist das der Idealfall. Erfahrungsgemäß bringen die Hausbanken die günstigen Förderprogramme aber nicht immer von sich aus auf den Tisch. „In diesen Fällen ist es legitim, das Thema selbst anzusprechen“, so Hof. Deshalb empfiehlt er Gründungswilligen, sich am besten vorab über die Förderchancen und die einzelnen Programme zu informieren. Neben

Hier drin:
Fördermittel der NRW.BANK

Wir fördern Ihre Unternehmensgründung.

Die NRW.BANK fördert Unternehmensgründungen mit zinsgünstigen Krediten, Darlehen zum Ausgleich mangelnder Sicherheiten und zur Stärkung des Eigenkapitals sowie mit Eigenkapital-Finanzierungen. Fragen Sie Ihre Hausbank – oder direkt uns: Tel. 0211 91741-4800 (Rheinland) oder 0251 91741-4800 (Westfalen-Lippe). www.nrwbank.de



Offerten der Länder kommt in den meisten Fällen das Programm Startgeld der KfW infrage. Finanziert wird bis zu einem Volumen von 100.000 Euro – für eine Vielzahl der Gründungen im Einzelhandel durchaus ausreichend. Es ist kein Eigenkapitalanteil notwendig, und die Laufzeit beträgt bei einem derzeitigen Zinssatz ab 2,89 Prozent effektiv bis zu zehn Jahre. Außerdem übernimmt die KfW eine obligatorische Haftungsfreistellung von 80 Prozent.

Bei so günstigen Konditionen liegt es nahe, den Kreditrahmen entsprechend großzügig zu bemessen. „Gründungswillige veranschlagen ihren Kapitalbedarf häufig zu niedrig“, weiß Schürholz. Es liegt in der Natur engagierter Jungunternehmer, mit Euphorie und Optimismus an die Sache heranzugehen. „Da-

gegen ist auch nichts einzuwenden, solange der Existenzgründer nicht die Bodenhaftung verliert“, warnt Schürholz. So sollte in jedem Fall eine Kriegskasse vorgehalten werden, welche für drei bis sechs Monate die laufenden Fixkosten, Neuware sowie die Lebenshaltung abdeckt. Denn Nachfinanzierungen kommen in der Regel nicht nur teuer, sondern sind für Gründer auch schwer zu bekommen.

Jungunternehmer Reiser und sein Kollege haben damit bisher keine Probleme. Mittelfristig ziehen sie sogar in Erwägung, eine Beteiligungsgesellschaft mit einzubeziehen. „Damit beschäftigen wir uns konkret, wenn wir expandieren“, sagt Reiser.

EVA-MARIA NEUTHINGER □

Interview

„Nicht auf ein einzelnes Pferd setzen“



Harald Hof unterstützt als Existenzgründungsberater der IHK München und Oberbayern zahlreiche Start-ups im Einzelhandel.

Ist es für Gründer im Handel derzeit ein Leichtes, an Kapital zu kommen?

Damit wäre die Situation sicherlich zu positiv dargestellt. Aber die Rahmenbedingungen mit langfristigen Kreditzinsen von teilweise unter 1 Prozent im Jahr sind sicherlich außerordentlich gut zu bewerten. Dennoch agieren die Banken nach wie vor vorsichtig bei

der Kreditvergabe. Das bedeutet, sie prüfen die Tragfähigkeit der Geschäftskonzepte sehr genau. Leichtes Spiel haben Gründungswillige sicher nicht.

Wie bereitet der Jungunternehmer sich auf das Gespräch mit der Bank am besten vor?

Im Idealfall setzt er nicht auf ein einzelnes Pferd, sondern avisiert mit verschiedenen Geldinstituten Verhandlungen. Es kann durchaus sein, dass die Finanzierungszusage nicht gleich beim ersten, sondern beim dritten Anlauf klappt. Das muss nicht einmal mit der Qualifikation oder dem Auftreten des Gründers zusammenhängen.

Womit dann?

Die Kreditinstitute haben unterschiedliche Sichtweisen auf die Risiken. Auch kann es sein, dass eine Bank keine weiteren Gründungen in einer Branche mehr unterstützen will, wenn sie bereits verschiedene Unternehmen in der Sparte betreut. Der Wettbewerber ist dagegen vielleicht bereit, sich an der Finanzierung zu beteiligen.

Wie gehen Jungunternehmer bei der Gesprächsführung vor?

Wir empfehlen, zunächst telefo-

nisch vorzufühlen und zu testen, wie der Firmenkundenberater reagiert. Am besten wendet sich der Jungunternehmer direkt an die Hauptstelle, das größte Haus am Platz. Zumindest in der Region München kassieren die Banken für persönliche Kreditgespräche vor Ort mitunter eine Gebühr von mehreren Hundert Euro. Das Geld kann man sich sparen, falls die Bank schon am Telefon abwinkt. Zeigt sich der Firmenkundenberater aufgeschlossen, vereinbart der Gründer einen persönlichen Termin und reicht seinen Businessplan vorab ein. Kritische Punkte können so direkt beim ersten Gespräch geklärt werden.

Welche Erwartungen haben die Banken in puncto Rücklagen des Gründers?

Rund 30 bis 40 Prozent Eigenkapital sollte der Jungunternehmer selbst mit einbringen. Die Hausbank wird auch nach Sicherheiten fragen. Das gilt selbst dann, wenn ein Förderinstitut etwa mit einer Haftungsfreistellung einsteigt. Wer hat, muss geben. Das Privathaus als Sicherheit wird sich bei der Finanzierung nur in seltenen Fällen raushalten lassen.

INTERVIEW:

EVA-MARIA NEUTHINGER □

Frühbucherbonus!
Jetzt anmelden und
bis zu 300,- € sparen!
www.conferencegroup.de/handelsmarken13

4. Deutscher Handelsmarken Gipfel

Private Label versus Markenartikel – Wer gewinnt im Kampf um den Kunden?

4. und 5. Juni 2013 | Dorint Pallas Hotel | Wiesbaden

Im Fokus:

Der Handelsmarken-Boom ist vorbei – Welche Perspektiven bieten sich in gesättigten Märkten?

Die Themenschwerpunkte:

- **Private Labels in Deutschland** – Die Zahlen. Die Fakten. Die Trends.
- **Internationale Strategien** – Welche Handelsmarken-Konzepte sind in Europa erfolgreich?
- **Differenzierung und Diversifikation** – Preiseinstieg. Premium. Bio: Die neuen Strategien der Eigenmarken
- **Zwischen Marke und Handelsmarke** – Produktinnovationen und Pricing
- **Der grüne Erfolgsfaktor** – Nachhaltigkeit als Chance für die Sortimentsentwicklung
- **Category Management** – Der Spagat zwischen Handels- und Herstellermarke am Point of Sale
- **Wettkampf der Ideen** – Sind Eigenmarken ein Geschäftsmodell für jedermann?

+ FACHAUSSTELLUNG
HANDELSMARKE 2013

Die Referenten:



Markus Buntz
Geschäftsführer,
Globus SB-Warenhaus
Holding



Giannina Feuerstein
Produktmanagerin
Eigenmarken,
tegut...



Ernst Markus Nölken
Geschäftsführer,
Nölken Hygiene Products



Britta Gallus
Head of Regulatory
Affairs, Metro



Edward Appleton
European Consumer
Insights Manager,
Avery Zweckform



Volker Kohlmann
Head of Sales and
Marketing Food-
Service, Mühlfelder



Marcel Inäbnit
Geschäftsführer,
Rotho (CH)



Dieter Overath
Geschäftsführer,
Fairtrade



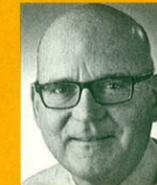
Thomas Eickhoff
Geschäftsführer /
Partner,
Grabarz & Partner



Andrea Thumm
Geschäftsführung,
NCC - Natural
Cosmetics Consulting



Prof. Rüdiger Goetz
Geschäftsführer
Kreation, KW43
BRANDESIGN / Grey



Hermann Sievers
Managing Director
Germany,
International Private
Label Consult

Dr. Wolfgang Adlwarth, Division Manager Strategisches Marketing, GfK Panel Services Deutschland | **Sebastian Schreijen**, Associate Director Value Added Processing, Rabobank International (NL) | **Dr. Kai-Michael Schaper**, Associate Partner, Horn & Company | **Dr. Tobias Maria Günter**, Director, Simon-Kucher & Partners
Prof. Dr. Gerdum Enders, Inhaber, Global Mind Network

Eine Veranstaltung von: **the conference group**

Ein Unternehmen der
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag

Medienpartner: **Lebensmittel
Zeitung**