

Entrepreneurship & (Aus-)Gründungen an der TH Wildau

Ein Leitfaden für Gründer/innen und Gründungsinteressierte
an der Technischen Hochschule Wildau

Startup Center der TH Wildau
Hochschulring 1
15745 Wildau
startupcenter@th-wildau.de

Stand 21. Juli 2021



Das im Startup Center integrierte Projekt „START LEAN+“ wird durch das Ministerium für Soziales, Gesundheit, Integration und Verbraucherschutz (MSGIV) sowie durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Energie (MWAE) aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Landes Brandenburg gefördert.

Überblick: Warum ein Leitfaden?	3
Services an der TH Wildau	3
Startup Center	3
Patentservice	4
Transferservice	5
Forschungsservice	6
Infrastruktur für Entrepreneur*innen an der TH Wildau	6
ViNN:Lab	6
Opportunity:Lab	7
Tech:Lab	7
Präsenzstellen	7
Hochschul-IP und Ausgründung	8
Erfindungen von Mitarbeitenden / Ausgründung	9
Pflichten der Gründer*innen	10
Anmeldung einer gewerblichen Tätigkeit	10
Gründen im Nebenerwerb	11
Selbstständigkeit im Nebenerwerb für Studierende	12
Selbstständigkeit im Nebenerwerb für Hochschulangestellte	12
Selbstständigkeit im Nebenerwerb für verbeamtete Kolleg*innen	12
Business-Checkliste	13
Gründungsteam	13
Produkt oder Dienstleistung	14
Geistiges Eigentum (Intellectual Property)	15
Markt, Wettbewerb und Zielkundschaft	16
Marketing	18
Unternehmensorganisation	19
Finanzplan	20
Chancen und Risiken	21
Finanzierungsmöglichkeiten einer Gründung	22
Öffentliche Fördermittel	22
Kredite / Darlehen	23
Investments	23
Crowdfunding	24
Quellen	26

Überblick: Warum ein Leitfaden?

Anwendungsorientierte Forschung und die Kooperation mit der Wirtschaft und öffentlichen Verbänden gehören zum Alltag an der Technischen Hochschule Wildau. Gemeinsam mit der Brandenburgischen Technischen Universität Cottbus-Senftenberg verfolgen wir eine **Wissens- und Technologietransferstrategie**, damit Wissen, das in der Hochschule entsteht, auch zur wirtschaftlichen Nutzung gebracht wird.

Entrepreneurship und Unternehmensgründungen aus der Hochschule heraus zu fördern ist ein wichtiger Bestandteil des Wissenstransfers. An der Technischen Hochschule Wildau gibt es mehrere **Anlaufstellen**, die Gründungsinteressierte bei Ihrem Vorhaben unterstützen. Das Angebot reicht von Beratungen, Prototypenbau und Workshops bis hin zur gemeinsamen Finanzierung im Rahmen von Gründungsstipendien. In diesem Leitfaden geben wir Ihnen einen Überblick über die verschiedenen Angebote, aber auch über inhaltliche Aspekte, die Sie bei Ihrer Gründung berücksichtigen sollten.

In der ersten Hälfte des Leitfadens finden Sie die verschiedenen Anlaufstellen aufgeführt und deren Angebote erläutert. Die zweite Hälfte des Leitfadens gibt Ihnen einen Überblick über die wichtigsten Themengebiete, denen Sie bei Ihrer eigenen Gründung begegnen werden.

Services an der TH Wildau

Die einzelnen Serviceangebote rund um den Themenbereich Wissenstransfer sind an der Technischen Hochschule Wildau im **Zentrum für Forschung und Transfer** gebündelt. Die Bereiche Transfer- und Forschungsservice, sowie das Startup Center arbeiten eng zusammen und helfen dabei, eine Brücke zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu schlagen, den Wissenstransfer in beide Richtungen zu fördern und eine Gründungskultur zu etablieren. Der Zusammenschluss im Zentrum für Forschung und Transfer spiegelt sowohl den Transfer durch Projekte der angewandten Forschung und Entwicklung mit und für Unternehmen als auch den Transfer über einzelne Personen wider.

Startup Center

Bei dem Startup Center laufen alle Themen rund um Entrepreneurship und Unternehmensgründung zusammen. Entsprechend ist das Startup Center die erste

Anlaufstelle, wenn das Thema Entrepreneurship grundsätzlich von Interesse ist, Sie eine **Gründungs idee** haben oder bereits die ersten Schritte in Richtung **eigenes Unternehmen** gegangen sind. Die Mitarbeiter*innen stehen für **persönliche Beratungsgespräche** zur Verfügung, in denen die individuellen Bedarfe für Ihr Vorhaben gemeinsam besprochen werden. Sollte es Fragestellungen geben, die eine detaillierte Auseinandersetzung oder Unterstützung brauchen, vermittelt das Startup Center für Sie **kostenfreie Coaching-Einheiten**, bei denen Sie mit Expert*innen (Steuerberater*innen, Unternehmensberater*innen) ihr jeweiliges Anliegen im Detail besprechen können. Digitale und analoge **Workshops** zu unterschiedlichen Entrepreneurship-Themen geben Ihnen das Know-how und Werkzeug an die Hand, um Ihnen das nötige Wissen rund um Ihre Geschäftsidee zur Verfügung zu stellen. Flankiert werden die Workshops von temporären Intensiv-Einheiten, in denen Sie in **kompakten Sessions** an Ihrer eigenen Idee arbeiten können. Netzwerkveranstaltungen, bei denen Sie nicht nur andere Entrepreneur*innen, sondern auch wichtige Partner*innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Finanzierung kennenlernen können, werden ebenfalls vom Startup Center initiiert.

Auch bei der Suche nach weiteren Teammitgliedern unterstützt das Startup Center, genauso wie bei der Beantragung von **Fördergeldern**, beispielsweise dem EXIST-Gründerstipendium.

Das Startup Center ist erreichbar unter:

<https://www.th-wildau.de/startupcenter>

Patentservice

Der Patentservice ist die zentrale Anlaufstelle für die Beschäftigten der TH Wildau, wenn es um Fragen des geistigen Eigentums (englisch: intellectual property, IP) und Schutzrechte geht. Das geistige Eigentum umfasst unter anderem Erfindungen, Software, kreative Werke und Know-how. Die Schutzmöglichkeiten für geistiges Eigentum bestehen aus gewerblichen Schutzrechten, dem Urheberrecht und verwandten Schutzrechten, sowie Geschäftsgeheimnissen. Zu den gewerblichen Schutzrechten gehören neben Patenten unter anderem Gebrauchsmuster, Marken und Designs.

Unter den IP und Schutzrechten sind es die Erfindungen und Patente, mit denen sich der Patentservice am häufigsten beschäftigt. Der Patentservice evaluiert, ob für die jeweilige Erfindung eine Patentanmeldung möglich und sinnvoll ist. Die TH Wildau strebt die bestmögliche Sicherung und Verwertung Ihrer Schutzrechte an. Der Patentservice arbeitet hierfür mit externen Partner*innen zusammen. Die Erfinder*innen oder Urheber*innen (z. B. Software) werden in den Prozess mit einbezogen. Auch an den erzielten Einnahmen werden die Erfinder*innen gemäß Arbeitnehmererfindungsgesetz beteiligt.

Der Patentservice kann auch von **Studierenden** und **Stipendiat*innen** der TH Wildau in Anspruch genommen werden, die keinen Arbeitsvertrag mit der TH Wildau haben. Nutzen Sie die Beratungsmöglichkeiten, um gezielt abzuschätzen, ob Ihre Innovation geschützt werden kann, wie der Schutz erfolgen kann und welche formellen Schritte hierfür notwendig sind.

Der Patentservice ist erreichbar unter:

<https://www.th-wildau.de/forschung-transfer/zentrum-fuer-forschung-und-transfer/patentservice/>

Transferservice

Der Transferservice ist die **Schnittstelle** zwischen Unternehmen und der TH Wildau. Forschungsergebnisse können durch den Transferservice aus der Hochschule raus an die Wirtschaft herangetragen werden und die Entwicklung neuer Produkte und Verfahren damit vorantreiben. Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen sind **Kooperationen** mit Hochschulen und die Verwertung von Forschungsergebnissen besonders interessant, da diese meist nicht über eigene Forschungs- & Entwicklungsabteilungen verfügen. Der Transferservice schlägt somit die Brücke zwischen Hochschule und Unternehmen. Wichtige Bestandteile des Brückenschlags sind einerseits das Matchmaking zwischen Unternehmen und Forschungsbereichen und andererseits die Finanzierung von Forschungs- und Transferprojekten. Zu deren Unterstützung gibt es verschiedene Förderprogramme, mit deren Mitteln die Transferprojekte den finanziellen Rückenwind bekommen.

Der Transferservice ist erreichbar unter:

<https://www.th-wildau.de/forschung-transfer/zentrum-fuer-forschung-und-transfer/transferservice/>

Forschungsservice

Der Schwerpunkt des Forschungsservices besteht in der Unterstützung und Beratung zu **Forschungsvorhaben**. Zentraler Bestandteil ist hierbei passende **Förderprogramme** zu dem jeweiligen Vorhaben zu finden, um dessen Finanzierung sicherzustellen. Neben der Finanzierung unterstützt der Forschungsservice auch im Bereich **Vernetzung**. Hierzu gehören sowohl die Akquise von passenden Projektpartner*innen als auch die Vernetzung zu weiteren Forschungseinrichtungen und der persönliche Erfahrungsaustausch von Forschenden.

Der Forschungsservice ist erreichbar unter:

<https://www.th-wildau.de/forschung-transfer/zentrum-fuer-forschung-und-transfer/forschungsservice/>

Infrastruktur für Entrepreneur*innen an der TH Wildau

ViNN:Lab

DAS ViNN:Lab ist der **Makerspace** der TH Wildau. Hier stehen den Nutzer*innen Geräte zur Entwicklung von **Prototypen** und zur Umsetzung eigener Projekte zur Verfügung. Neben 3D-Druckern, Lasercuttern und Plottern, können auch einzelne Computerarbeitsplätze genutzt werden. Die Infrastruktur kann im Rahmen des Open-Lab-Days und nach einer kurzen Erstunterweisung frei verwendet werden. In regelmäßigen **Tutorials** werden die einzelnen Geräte im Detail vorgestellt und nützliche Hinweise für weitere Tools gegeben. Das ViNN:Lab kann sowohl von Hochschulangehörigen als auch externen Personen genutzt werden.

Weitere Informationen zum ViNN:Lab finden Sie hier:

<https://vinnlab.th-wildau.de/>

Opportunity:Lab

Raum zum Arbeiten, sei es allein oder in der Gruppe, bietet das Opportunity:Lab auf dem Campus der TH Wildau. Das Opportunity:Lab ist ein **Coworkingspace**, in dem Arbeitsplätze und Räume zum kollaborativen Austausch zur Verfügung stehen. Die bereitgestellte technische Infrastruktur ermöglicht es, eigene Vorhaben umzusetzen. In den Räumlichkeiten finden zudem regelmäßig **Workshops und Tutorials** statt, die rund um das Thema **Entrepreneurship und Karriereentwicklung** informieren. Das Opportunity:Lab kann **nur von Angehörigen** der TH Wildau genutzt werden.

Weitere Informationen zum Opportunity:Lab finden Sie hier:

<https://www.startinn.de/index.php/labs/opportunitylab/>

Tech:Lab

Im Tech:Lab der TH Wildau stehen allen interessierten Hochschulangehörigen die notwendige **Hard- und Software** für die Umsetzung von **digitalen Vorhaben** zur Verfügung. Das Tech:Lab legt einen besonderen Schwerpunkt auf künstliche Intelligenz und digitale Integration. Zu diesen Themenbereichen können Hightech-Arbeitsplätze für Einzel- oder Gruppenarbeiten genutzt werden. Zur Verfügung stehen unter anderem Machine Learning Kits, Tiefensensoren, Hochleistungsrechner und Virtual/Augmented Infrastrukturen. Die Mitarbeiter*innen des Tech:Labs stehen Ihnen für Einweisungen in die Hard- und Software, sowie für individuelle Fragen zu Seite. Für die Erstellung von digitalen **Prototypen** und die **Testung** von Software kann die Infrastruktur des Tech:Labs ebenfalls genutzt werden.

Weitere Informationen zum Tech:Lab finden Sie hier:

<https://www.startinn.de/index.php/labs/techlab/>

Präsenzstellen

Nicht nur am Campus, sondern auch an insgesamt drei weiteren Standorten in Brandenburg bietet die TH Wildau zusammen mit Kooperationspartner*innen Räume für die Umsetzung eigener Projekte. Die Präsenzstelle in **Luckenwalde** ist als **Makerspace** konzipiert. Das heißt,

dass neben Coworking-Möglichkeiten auch technische Infrastruktur genutzt werden kann, um eigene Prototypen zu entwickeln und zu fertigen. Die Einbindung regionaler Unternehmen und die Öffnung für die Zivilgesellschaft ermöglichen zudem einen Austausch auch über die Hochschulgrenzen hinaus und schaffen Raum für Kollaboration. Begleitend werden von den Hochschulen Workshops in den Präsenzstellen veranstaltet, um die Ideengenerierung und den interdisziplinären Austausch weiter anzukurbeln. Auch für eigene Veranstaltungen können die Räumlichkeiten in Absprache mit den verantwortlichen Mitarbeiter*innen gebucht werden.

Einen Überblick über alle Präsenzstellen der TH Wildau finden Sie hier:

https://innohub13.de/regionale_praesenzstellen/

Hochschul-IP und Ausgründung

Gemäß **Arbeitnehmererfindungsgesetz** (ArbnErfG) und **Urheberrechtsgesetz** (UrhG) in Verbindung mit dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) ist eine Hochschule in der Regel Eigentümerin aller durch ihre Beschäftigten generierten Arbeitsergebnisse wie Dienstleistungen, Software, Marken und Designs. Dies gilt ebenfalls für das damit verbundenen Know-how. Wenn Sie diese IP in Ihrer Ausgründung verwenden möchten, müssen Sie die entsprechenden Rechte daran zuerst von der Hochschule erwerben. Die Richtlinie der aktuellen Schutzrechts- und Verwertungsstrategie der Technischen Hochschule Wildau sieht Folgendes vor: Die Hochschule unterstützt ihre Hochschulgründer*innen, indem sie mit ihnen Vereinbarungen trifft, die die besondere unternehmerische Situation einer Existenzgründung berücksichtigen. Die Einräumung von Rechten kann durch eine Lizenzvereinbarung oder eine Übertragungsvereinbarung zustande gekommen sein. Der Patentservice ist Ihr Ansprechpartner, wenn Sie geistiges Eigentum der Hochschule in Ihrer Ausgründung nutzen wollen. Oft sind es Erfindungen oder Software, die Sie selbst als Arbeitnehmer-Erfinder*in oder Arbeitnehmer-Urheber*in erschaffen haben. Sie können aber auch von Ihren Kollegen*innen an der TH Wildau stammen, oder es kann sogar eine Gemeinschaftserfindung der TH Wildau mit externen Partner*innen sein.

Erfindungen und Software von Mitarbeitenden / Ausgründung

Erfindungen, die Sie während Ihres Arbeitsverhältnisses an der TH Wildau generieren, sollten Sie zeitnah dem Patentservice melden bzw. mitteilen. Sofern Sie an der TH Wildau beschäftigt sind, ist die Meldung einer Diensterfindung sowie eine Mitteilung über eine freie Erfindung Pflicht. Hierfür gibt es aber zwei Ausnahmen (gem. ArbNErfG):

1. Lehnt ein*e Erfinder*in aufgrund bestehender Lehr- und Forschungsfreiheit die Offenbarung der Diensterfindung ab, so ist die Person nicht verpflichtet die Erfindung dem Dienstherrn zu melden. Will die Person die Erfindung zu einem späteren Zeitpunkt offenbaren, so ist dies dem Dienstherrn unverzüglich zu melden.

2. Eine Verpflichtung zur Mitteilung freier Erfindungen besteht nicht, wenn die Erfindung offensichtlich im Arbeitsbereich des Betriebes des Arbeitgebers nicht verwendbar ist.

Das Beschäftigungsverhältnis kann unterschiedlich ausgestaltet sein; beispielweise können Arbeitnehmer*innen der TH Wildau Studierende sein, die als wissenschaftliche Hilfskräfte arbeiten. Für Ihre Melde- bzw. Mitteilungspflicht spielt es keine Rolle, ob die Erfindung von Ihnen allein oder von Ihnen zusammen mit anderen Erfinder*innen geschaffen wurde und ob Ihre Miterfinder*innen ebenfalls Arbeitnehmer*innen der TH Wildau sind.

Folgende Beispiele zeigen, dass es komplizierte Konstellationen von Erfinderteam, Entstehungszeitraum der Erfindung und Arbeitsvertragssituation geben kann. Diese können dazu führen, dass die TH Wildau Mitinhaberin einer Erfindung ist:

1.) Erfinder/Erfinderteam: Eine Erfindung kann von mehreren Personen geschaffen werden, z. B. von eine*r EXIST-Stipendiat*in und ein*er TH-Arbeitnehmer*in, wobei Stipendiat*in (auch EXIST-Stipendiat*in) ohne Arbeitsvertrag mit der Hochschule kein*e Arbeitnehmer*in der Hochschule ist.

2.) Der Zeitraum einer Erfindungsentstehung kann relativ lang sein. Es ist z. B. möglich, dass eine Erfindung, die während eines EXIST-Stipendiums vollendet wurde, teilweise bereits vor dem Beginn des Stipendiums entstanden ist.

Zu jeder Erfindung, die in einer Ausgründung benutzt wird (inkl. solcher, die während eines EXIST-Stipendiums vollendet wurden), sollte zunächst geklärt werden, ob es mindestens einen Erfinder unter den Erfindern gibt, der während der Entstehung der Erfindung im Arbeitsverhältnis mit der TH Wildau stand. Falls ja, sollte die o.g. Meldepflicht bzw. Mitteilungspflicht aus dem ArbNErfG geachtet werden. Der Patentservice prüft, ob es sich

bei Ihrer Erfindung oder Ihrem Erfindungsanteil um eine Diensterfindung oder um eine freie Erfindung handelt.

Die Definitionen der Diensterfindung und der freien Erfindung sowie das ArbnerfG finden Sie hier:

<https://www.gesetze-im-internet.de/arbnerfg/BJNR007560957.html>

Software (Apps bzw. Computerprogramme) gehören zu Werken, die vom Urheberrecht geschützt sind. Nach Urheberrechtsgesetz (UrhG) bleibt das Urheberrecht beim Schöpfer des Werkes und ist nicht übertragbar, nur die Verwertungs- und Nutzungsrechte an dem geschaffenen Werk sind übertragbar. Die Verwertungsrechte stehen i. d. R. ausschließlich der Hochschule zu, wenn das Werk in Erfüllung von arbeits- oder dienstvertraglichen Verpflichtungen erstellt wurde (§ 69b UrhG bzgl. Software, § 43 UrhG bzgl. Sonstiger urheberrechtsfähiger Werke). Die in Software implementierten Verfahren können als computerimplementierte Erfindungen gelten, wenn sie Lösungen konkreter technischer Probleme mit technischen Mitteln zum Gegenstand haben. Wenn Sie mit einer (auch nur teilweise) an der Hochschule geschaffene Software gründen möchten, sollten Sie diese Frage beantworten: Gab es unter den Personen, die an der Erstellung der Software schöpferisch beteiligt waren, mindestens eine Person, die während der Erstellung der Software im Arbeitsverhältnis mit der TH Wildau stand? Falls ja, sollten Sie sich zeitnah mit dem Patentservice in Verbindung setzen, um zu klären, wem die Software gehört.

Wenn Sie eine Erfindung oder eine Software, die ganz oder anteilig der TH gehört, in Ihrer Ausgründung nutzen wollen, bitte lesen Sie dazu den Absatz „Hochschul-IP und Ausgründung“.

Pflichten der Gründer*innen

Anmeldung einer gewerblichen Tätigkeit

Wenn Sie mit der Erbringung Ihrer Dienstleistung oder dem Verkauf Ihres Produktes starten, ist es notwendig, dass Sie Ihre Tätigkeit anmelden. Hierbei lohnt sich ein Blick darauf, welche **Art der Tätigkeit** Sie ausüben werden. Die geplante Tätigkeit entscheidet darüber, ob ein

Gewerbe angemeldet werden muss. Ausgenommen von der Pflicht zur Anmeldung eines Gewerbes sind die „Freien Berufe“. Hierzu zählen neben Architekt*innen und Ärzt*innen auch Kreativschaffende. Wer zur Anmeldung einer gewerblichen Tätigkeit verpflichtet ist, kann aus der [Gewerbeordnung](#) entnommen werden.

Je nach Rechtsform, in der Sie gründen, sind bei der **Gewerbeanmeldung** unterschiedliche Unterlagen vorzulegen. Gründen Sie als Einzelunternehmer*in, ist die Gewerbeanmeldung relativ schnell durchgeführt und wird in Wildau digital erfasst. Wenn Sie eine Kapitalgesellschaft gründen, benötigen Sie bei der Anmeldung des Gewerbes bereits Informationen zu dem Unternehmen in Gründung, wie die Handelsregisternummer und den beim Amtsgericht eingetragenen Namen. Planen Sie daher im Falle der Gründung einer Kapitalgesellschaft mehr Zeit für die formellen Schritte ein (mehr hierzu auch im Abschnitt zu Rechtsformen). Mit der Gewerbeanmeldung werden Sie auch in eine der **Kammern** aufgenommen. Die Industrie- und Handelskammer ist die Interessensvertretung für alle Gewerbetreibende, die Handwerkskammer für alle Unternehmen, die ein Handwerk ausüben. Die Mitgliedschaft ist verpflichtend und unabhängig von der Größe Ihres Unternehmens. **Freiberufliche** Gründer*innen müssen eine steuerliche Anmeldung bei dem jeweils zuständigen Finanzamt vornehmen. Von diesem wird eine Steuernummer und ggf. eine Umsatzsteuer-ID in Abhängigkeit von den prognostizierten Erlösen ausgestellt. Diese benötigen Sie für die Rechnungserstellung.

Auf der [Gründerplattform des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie](#) ist eine Schritt für Schritt-Anleitung für die notwendigen Behördengänge aufgeführt.

Gründen im Nebenerwerb

Ein Unternehmen muss nicht immer in Vollzeit gegründet werden, auch gibt es die Möglichkeit, (zunächst) im Nebenerwerb zu gründen. Der größte Vorteil einer Gründung im Nebenerwerb ist das **geringere Risiko**, das Sie persönlich eingehen. Sollte das Vorhaben nicht erfolgreich sein, haben Sie keinen vollständigen Einkommensverlust. Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie in Abhängigkeit von Ihrem Haupterwerb weiterhin **sozialversichert** sind. Bei der Gründung im Nebenerwerb sind jedoch ein paar **zusätzliche Aspekte** zu berücksichtigen in Abhängigkeit von Ihrer aktuellen Situation und der Haupttätigkeit, der Sie weiterhin nachgehen werden.

Selbstständigkeit im Nebenerwerb für Studierende

Die Gründung eines Unternehmens kann auch während des Studiums erfolgen. Gerade im Studium entstehen oft Produkt- oder Gründungsideen, die nicht auf die Zeit nach dem Abschluss mit ihrer Umsetzung warten möchten. Bei dem Start in das eigene Unternehmen während des Studiums sollten aber ein paar formelle Aspekte berücksichtigt werden.

Die Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit muss bei der gesetzlichen **Kranken- und Pflegekasse** gemeldet werden. Wie bei anderen Tätigkeiten, die neben dem Studium ausgeführt werden, gilt auch bei der Selbstständigkeit, dass diese nicht über 20 Stunden pro Woche während der Vorlesungszeit in Anspruch nehmen darf, damit Sie weiterhin den Status als Student*in behalten und ggf. studentisch versichert bleiben.

Neben dem zeitlichen Umfang der Tätigkeit ist auch die Höhe der Einnahmen aus dem jungen Unternehmen wichtig, sollten Sie **BAFÖG** und Kindergeld erhalten. Für den weiteren Bezug von BAFÖG gilt die Grenze von 5.400€ Gewinn pro Jahr. Oberhalb dieses Betrages wird der BAFÖG-Satz schrittweise gekürzt. **Kindergeld** kann auch bei Gründung eines Unternehmens weiterhin bezogen werden. Allerdings sollte hierzu Rücksprache mit der entsprechenden Kindergeldstelle gehalten werden.

Selbstständigkeit im Nebenerwerb für Hochschulangestellte

Für Beschäftigte, deren Arbeitsverhältnis dem Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst der Länder unterliegt, gilt, dass vor Aufnahme einer Tätigkeit im Nebenerwerb diese dem Arbeitgeber schriftlich mitgeteilt werden muss. Sollte die Nebentätigkeit im Konflikt zu dem Arbeitsverhältnis stehen oder dessen Ausübung hierdurch gefährdet werden, kann der Arbeitgeber die Nebentätigkeit untersagen oder unter Auflagen stellen. Grundsätzlich sollten die Nebentätigkeit und der Haupterwerb in Summe nicht deutlich über der zeitlichen Belastung einer Vollzeittätigkeit liegen.

Selbstständigkeit im Nebenerwerb für verbeamtete Kolleg*innen

Die Pflichten und Rechte für verbeamtete Kolleg*innen, die im Nebenerwerb ein Unternehmen gründen möchten, wird durch das [Bundesbeamtengesetz](#) §§97-105 geregelt. Grundsätzlich müssen alle nebenberuflichen, entgeltorientierten Tätigkeiten von dem **jeweiligen Dienstherrn genehmigt** werden. Für verbeamtete Personen gelten darüber hinaus

zeitliche und monetäre Grenzen, die bei der Ausübung einer Nebentätigkeit eingehalten werden müssen. So darf maximal ein Fünftel der regelmäßigen Wochenarbeitszeit für eine Nebentätigkeit aufgebracht werden und durch diese nicht mehr als 40% des jährlichen Endgrundgehalts erwirtschaftet werden. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die Nebentätigkeit nicht im inhaltlichen Konflikt zu der Haupterwerbstätigkeit steht und die Unbefangenheit der verbeamteten Person eingeschränkt wird.

Business-Checkliste

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine kurze Übersicht über die zentralen Themen, die Sie bei der Gründung Ihres Unternehmens berücksichtigen sollten. Die Angaben sollen Ihnen Impulse für eine vertiefende Auseinandersetzung mit offenen Fragestellungen geben. Sollten Sie Unsicherheiten oder Fragen in den folgenden Kapiteln haben, kontaktieren Sie gerne die Mitarbeiter*innen des Startup Centers.

Das Startup Center ist erreichbar unter:

<https://www.th-wildau.de/startupcenter>

Gründungsteam

Zentral für den Erfolg eines Unternehmens sind die Personen, die dieses gründen und leiten. Egal ob Sie als Solo-Entrepreneur*in oder mit einem mehrköpfigen Team loslegen, bestimmte Fragen und Hinweise sollten Sie dabei im Hinterkopf behalten. Dabei geht es sowohl um die **Fähigkeiten** und wie sich diese im Team verteilen, als auch die **Persönlichkeiten** Ihrer Teammitglieder. Der Vorteil von Teamgründungen ist, dass sich die Verantwortlichkeiten auf mehrere Schultern verteilen lassen. Doch wer übernimmt welche Aufgaben? Hierfür sind gute Kenntnisse der jeweiligen Fähigkeiten und Stärken notwendig. Voraussetzung für das Erkennen ebendieser ist, dass die einzelnen Personen sowohl sich selbst als auch den anderen Teammitgliedern ehrlich gegenüber sind. Das mag wie eine Bagatelle klingen, ist aber eine der größten Herausforderungen gleich zu Beginn Ihres Gründungsweges. Denn offene Kommunikation ist nur möglich, wenn eine gemeinsame Vertrauensbasis besteht und man „die gleiche Sprache spricht“.

Definieren Sie gemeinsam, wer welche Kompetenzen besitzt und stellen Sie dies den **Aufgaben**, die in Ihrem Unternehmen anstehen, gegenüber. Bei diesem Prozess ist es eventuell hilfreich gemeinsam mit ein*er Coach*in zu arbeiten. Der externe Blick kann insbesondere bei sich anbahnenden Konflikten sehr hilfreich sein. Vielleicht werden Sie im Austausch mit Ihrem Team feststellen, dass gewisse Lücken bestehen und die Fähigkeiten nicht vollumfänglich die definierten Aufgaben abdecken. Es ist besser Lücken zu entdecken (und diese später zu schließen), als Aufgaben Personen zu übergeben, die nicht zu ihnen passen.

Eine **klare Aufgabenverteilung** ist auch in der Kommunikation Ihres Unternehmens nach außen sehr wichtig. Zukünftige Kund*innen und Geschäftspartner*innen brauchen klare Ansprechpartner*innen für ihre Anliegen. Für jeden Aufgabenbereich sollte Sie daher klare Verantwortlichkeiten definieren. **Interdisziplinarität** und Heterogenität der Teammitglieder kann hierbei ein entscheidender Vorteil sein. Durch das unterschiedliche fachliche Know-how der Teammitglieder können Aufgaben leichter verteilt werden. Allerdings sollte, wie oben bereits erwähnt, in einem Team die gleiche Sprache gesprochen werden. Das gemeinsame Grundverständnis kann in heterogenen Teams erschwert sein.

Einen guten Einstieg in das Thema „Gründungsteam“ bietet die Plattform fuer-gruender.de:
<https://www.fuer-gruender.de/wissen/existenzgruendung-planen/organisation/management/>

Produkt oder Dienstleistung

Das Produkt, das Sie vermarkten möchten oder die Dienstleistung, die Sie anbieten, ist das Herzstück Ihres neuen Unternehmens. Egal ob es sich hierbei um ein neuartiges, innovatives Produkt handelt oder Sie sich mit einer Dienstleistung, die es vielleicht in ähnlicher Form bereits gibt, selbstständig machen möchten, gibt es zentrale Aspekte, die immer berücksichtigt werden sollten.

Ein Unternehmen kann nur erfolgreich sein, wenn es für das angebotene Produkt **Kund*innen** gibt. Versuchen Sie daher von Anfang an die **Bedürfnisse** Ihrer Kund*innen im Blick zu behalten. Regelmäßige **User-Testings und Kund*innen-Befragungen** können Sie schon in der Ideenphase durchführen. Hierfür reicht in der Regel ein rudimentärer Prototyp oder eine visualisierte Präsentation Ihrer Produktidee. Das Produkt muss auf die Bedürfnisse Ihrer

Kund*innen zugeschnitten sein. Nutzen Sie daher das Feedback, das Sie erhalten, um weiter an dem Produkt zu arbeiten. Nur wenn Sie die Bedürfnisse Ihrer Kund*innen besser befriedigen können, als Ihre Wettbewerber, können Sie auch erfolgreich sein. Der **Lean Startup-Ansatz** schlägt daher einen **kontinuierlichen Kreislauf** aus Prototypen-Erstellung und Nutzer*innen-Tests von Anfang an vor. So stellen Sie sicher, dass Sie die Kund*innen nicht aus dem Blick verlieren.

Um das Produkt bzw. die Produktidee potenziellen Kund*innen (aber auch weiteren Stakeholdern) vorstellen zu können, müssen Sie diese klar und verständlich darstellen können. Insbesondere wenn es sich um sehr technische oder auch disruptive und innovative Produkte handelt, kann die einfache Darstellung bzw. das Herunterbrechen der Idee auf die Kernelemente sehr schwierig sein. Behalten Sie dabei folgende Fragen im Hinterkopf und versuchen Sie diese mit jeweils einem Satz zu beantworten:

- Was genau ist der Kern Ihrer Produktidee?
- Was unterscheidet Ihr Produkt von bereits bestehenden Angeboten?
- Welchen Nutzen hat Ihr Produkt aus Sicht der Kund*innen?

Das **Alleinstellungsmerkmal** Ihres Produkts oder Dienstleistung sollte dabei auch für die Kund*innen von Wert sein. Es genügt folglich nicht, einfach nur etwas anders zu machen als die Konkurrenz. Sondern die Andersartigkeit sollte auch von den Kund*innen als Mehrwert betrachtet werden.

Geistiges Eigentum (Intellectual Property)

Für ein Unternehmen ist es wichtig, die eigene Intellectual Property (kurz: IP) zu schützen und eine Verletzung fremder IP zu vermeiden.

Gerade wenn Sie ein technologiebasiertes oder kreatives Unternehmen gründen, schaffen Sie einen Wettbewerbsvorteil, wenn Sie sich frühzeitig um die Sicherung Ihrer IP kümmern. Zu empfehlen ist hierfür eine **IP-Inventur**, in der Sie Ihre bereits erschaffene und zukünftige IP erkennen und erfassen. Das können beispielsweise Erfindungen, Software, Know-how, Designs für Ihre Produkte, Namen oder Logos für Ihr Unternehmen, Ihre Produkte, Dienstleistungen, oder Domainnamen sein. Für die rechtliche Sicherung Ihrer IP sollten Sie sich von **Patentanwälten oder IP-Rechtsanwälten** beraten lassen.

Für eine IP-basierte Gründung ist die frühzeitige Etablierung eines professionellen IP-Managements zu empfehlen. Das IP-Team eines Startups arbeitet in der Regel mit externen Anwalt*innen und Berater*innen zusammen, da die vielfältigen Aufgaben auf diesem Gebiet nur von unterschiedlich spezialisierten Fachpersonal erledigt werden können.

Über Software und Computerimplementierte Erfindungen:

Computerprogramme (Software) gehören zu den Werken, die vom Urheberrecht geschützt sind. Auch wenn Software als solche in Deutschland vom Patentschutz ausgeschlossen ist, sind softwarebezogene, sogenannte computerimplementierte Erfindungen patentierbar.

Über IP und Schutzmöglichkeiten für IP:

https://www.dpma.de/service/kmu/geistiges_eigentum/index.html

https://www.dpma.de/service/schutzrechte_kurz_erklaert/index.html

Mehr zum Thema:

https://www.dpma.de/patente/patentschutz/schutzvoraussetzungen/schutz_computerprogramme/index.html

Einen hilfreichen Ratgeber über das geistige Eigentum bei Existenzgründung finden Sie hier:

<https://www.123recht.de/ratgeber/wirtschaftsrecht/Die-Existenzgruendung-und-das-acuteGeistige-Eigentumacute-a68726.html>

Markt, Wettbewerb und Zielkundschaft

Gute Kenntnisse von Ihrem Markt sind entscheidend, um im Vorfeld Chancen und Risiken abwägen zu können und valide Annahme über den potenziellen Umsatz treffen zu können.

Als ersten Schritt sollten Sie Ihr Unternehmen einem **Gesamtmarkt** zuordnen, Bspw. Software, Gastronomie, Biotechnologie, ... Prüfen Sie, welche Produkte, die Ihrer Idee ähnlich sind, hier bereits angeboten werden. Wenn Sie dies definiert haben, beobachten Sie, ob sich allgemeine **Trends oder Entwicklungen** abzeichnen. Dies ist entscheidend, um eine Prognose über die Entwicklungen des Markts treffen zu können. Prüfen Sie auch, wie hoch die bisherigen **Umsätze** der bestehenden Anbieter*innen waren, um das allgemeine **Marktpotenzial** ableiten zu können. Dieser erste Überblick kann bereits eine

Entscheidungshilfe sein, um zu bewerten, ob sich der Eintritt in einen bestimmten Markt überhaupt lohnt.

Bei der Analyse des Markts spielt auch die (potenzielle) Konkurrenz eine wichtige Rolle. Nehmen Sie Ihre wichtigsten **Wettbewerber*innen** genauer unter die Lupe und schauen Sie sich deren Produkte bzw. Dienstleistungen genau an. Analysieren Sie auch die konkurrierenden Unternehmen als Ganzes: Welches Image haben sie? Welche Vertriebswege werden genutzt? Was sind die Stärken und Schwächen der Konkurrenz? Konkurrierende Unternehmen zu analysieren, hilft Ihnen dabei, Ihr Alleinstellungsmerkmal genauer zu schärfen und bislang ungenutzte **Potenziale** zu erkennen und für sich umzusetzen. Auch Marktbarrieren, wie bestehende Monopole oder Schutzrechte auf Verfahren und Produkte können Sie durch eine sorgfältige Recherche frühzeitig entdecken und bei sich abzeichnenden Schwierigkeiten gegensteuern.

In Abhängigkeit davon, für wen Sie Ihr Produkt entwickeln oder wem Sie Ihre Dienstleistung anbieten, wird eventuell auch der wahrgenommene Nutzen durch die Kund*innen variieren. Daher ist es wichtig, dass Sie festlegen, wen Sie mit Ihrem Produkt / Ihrer Dienstleistung adressieren möchten, wer also Ihre Zielkundschaft ist. Hierfür ist es hilfreich seine Kund*innen in einzelne Segmente zu unterteilen. Der erste Schritt ist dabei festzulegen, ob Sie ein Konsumgut oder Investitionsgut verkaufen möchten. Bei den Konsumgütern sind Ihre Kund*innen die Endnutzer*innen, man spricht hier vom **B2C**-Bereich (Business to Customer). Die Kund*innen von Investitionsgütern sind hingegen andere Unternehmen, also der **B2B**-Bereich (Business to Business). Diese erste Unterscheidung hat entscheidende Bedeutung, da Sie entweder individuelle Personen adressieren oder Unternehmen. Die jeweiligen Motive über den Kauf eines Produkts sind im B2C- und B2B-Bereich naturgemäß unterschiedlich. Neben der groben Einteilung, ob Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung Unternehmen oder Endkonsument*innen adressiert, sollten Sie die potenziellen Kund*innen weiter eingrenzen. Hierfür können Sie demografische (Alter, Einkommen, Beruf...), geografische (Länder, Städte...) und psychografische (Einstellung, Lifestyle...) Kriterien nutzen. Auch verschiedene Verhaltensmerkmale, wie z. B. der bevorzugte Wareneinkauf und Markenbewusstsein können Sie als Unterscheidungskriterien nutzen. Versuchen Sie Ihre Zielkund*innen so genau wie möglich zu beschreiben. Doch auch hierbei gilt: verlieren Sie die echten Menschen nicht aus den Augen, sondern validieren Sie auch die Annahme über Ihre Zielkund*innen durch User-Testings und Befragungen.

Marketing

Bei dem Begriff „Marketing“ kommt wahrscheinlich gleich der Gedanke an TV-Werbespots, umfangreiche Plakatkampagnen und Online-Anzeigen auf. Doch zu Marketing gehört mehr als die reine Bewerbung des Produkts oder der Dienstleistung. Marketing bedeutet, dass die **Führung des gesamten Unternehmens marktorientiert** erfolgt. Gleich zu Beginn eines neuen Unternehmens können hierfür die passenden Weichen gestellt werden. Eine marktorientierte Unternehmensführung ist schließlich nur möglich, wenn definiert ist, welcher Markt bedient werden soll und wie sich die Kundschaft zusammensetzt. Die Grundpfeiler des Marketings sind die vier „P’s“: **Produktpolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik und Distributionspolitik (Product, Price, Promotion, Place)**. Die Ausgestaltung dieser vier Elemente wird auch als „Marketing-Mix“ bezeichnet.

Die Produktpolitik beschreibt, **welche Produkte und Dienstleistungen** Sie Ihrer Kundschaft anbieten: Stellen Sie ein Produkt oder mehrere Produkte her? Bieten Sie für unterschiedliche Segmente Produktvariationen an? Wie sind die Produkte gestaltet, wie ist deren Qualität?

Neben den Produkten und Dienstleistungen, die Sie über Ihr Unternehmen anbieten, ist auch die **Preisgestaltung** ein Element des Marketings. Für die Preisgestaltung ist die Zahlungsbereitschaft der Kundschaft zentral. Das Preis-Leistungs-Verhältnis muss für die korrekte Festlegung der Preisstrategie definiert werden. Auch die Gewährung von Preisnachlässen etc. sind Bestandteil der Preispolitik.

Hilfreiche Links zur Marktrecherche:

Statistisches Bundesamt:

https://www.destatis.de/DE/Home/_inhalt.html

Brancheninformationen:

<https://www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Gruendungswissen/Brancheninformationen/inhalt.html>

Konjunkturberichte des Zentralverbands des Deutschen Handwerks:

<https://www.zdh.de//fachbereiche/wirtschaft-energie-umwelt/konjunktur-umfragen/konjunkturberichte/>

Gerade für junge Unternehmen ist die **Kommunikation** entscheidend für den Erfolg. Nur wenn Ihre Kundschaft das Unternehmen und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen kennt, können sie diese auch kaufen. In Abhängigkeit davon, welches Produkt bzw. welche Dienstleistung Sie anbieten können sich verschiedene Strategien anbieten, um einen ersten Kundenkontakt herzustellen. Von Social Media über Messepräsenzen und persönliches Direktmarketing reichen die Optionen für die Kommunikation.

Unternehmensorganisation

Auch bei der Gründung Ihres Unternehmens sollten Sie bereits im Hinterkopf haben, wie Sie dieses strukturieren möchten. Am Anfang werden die Aufgaben vermutlich nur auf wenige Personen verteilt sein, aber sobald Ihr Unternehmen zu wachsen beginnt, ist eine klare **Aufgabenteilung** und Organisation der Arbeitsabläufe notwendig. Da die Prozesse in jedem Unternehmen unterschiedlich sind, gibt es auch hierfür kein Patentrezept, das zu allen (jungen) Unternehmen passen würde.

Neben der Organisation nach innen, ist auch die Organisation nach außen ein wichtiger Aspekt. Die **Rechtsform** eines Unternehmens entscheidet über die Rechte und Pflichten eines Unternehmens. Hier ein paar Entscheidungs- bzw. Orientierungshilfen:

- Gründen Sie alleine oder im Team? Im Fall einer **Einzelgründung** kann für den Anfang eine Gewerbeanmeldung oder Eintragung als Kauffrau oder Kaufmann genügen. Sobald mehrere Personen bei der Gründung des Unternehmens beteiligt sind, bieten sich andere Rechtsformen an.
- Mit welchem Kapital wollen Sie **haften**? Je nach Rechtsform wird entweder mit privatem Vermögen oder mit dem Firmenvermögen gehaftet. Gerade in der Gründungsphase lässt sich dies aber nicht immer eindeutig trennen. Hier lohnt ein Blick auf die individuelle (Vermögens-)Situation.
- Wie viel **Kapital** wollen Sie einbringen? Für die Gründung einer GmbH ist ein Stammkapital in Höhe von mindestens 25.000€ einzubringen, eine UG hingegen kann schon mit einem Wert von 1€ gegründet werden.
- Wie viel **Zeit** haben Sie? Die Gründung eines Einzelunternehmens oder einer GbR ist schnell erledigt und sollte nicht länger als ein paar Stunden dauern. Die Gründung

einer Kapitalgesellschaft (GmbH, UG) erfordert jedoch die Einbindung einer Notarin oder eines Notars und kann bis zu mehreren Wochen dauern.

- Welche **Buchhaltung** nutzen Sie? Je nach Rechtsform gibt es unterschiedliche Vorgaben zur Buchhaltung und zur Abführung von **Steuern**. Falls Sie sich unsicher sind, besprechen Sie mit einer Steuerberaterin oder einem Steuerberater ihr geplantes Unternehmen, um aus steuerlicher Perspektive die optimale Rechtsform zu finden.
- Möchten Sie **Investor*innen** einbinden? Investor*innen werden davor zurückschrecken in ein Unternehmen mit persönlicher Haftung einzusteigen. Falls Sie Investor*innen anwerben möchten, ist die Wahl einer Kapitalgesellschaft ratsam.

Finanzplan

Der Finanzplan übersetzt **Ihr Vorhaben in Zahlen** und stellt die zu erwartenden Einnahmen und Ausgaben der nächsten Jahre dar. Je nach Bedarf kann der Zeithorizont hierbei kürzer oder länger gefasst werden, in der Regel werden drei Jahre als Zeitraum genutzt. Da der Finanzplan auf Annahmen über **zukünftige Entwicklungen** beruht, sollten Sie immer auch Spielraum für Schwankungen mit einkalkulieren. Wenn der Finanzplan gewissenhaft erstellt wurde und auf validierten Annahmen (siehe Hinweise zu Preisgestaltung) beruht, lassen sich aus diesem, **potenzielle Engpässe und Risikofaktoren** ablesen. Nehmen wir als Beispiel an, dass die Produktion Ihres Produkts von Rohstofflieferungen abhängt, die einen erheblichen Anteil der entstehenden Kosten haben. So hat schon eine kleine Schwankung der Rohstoffpreise einen starken Einfluss auf die Rentabilität Ihres Unternehmens.

Auch der **Break-Even**, also der Zeitpunkt, zu dem ihr Unternehmen erstmals keine Verluste mehr erwirtschaftet, ist aus der Finanzplanung ablesbar. Ebenso das notwendige Kapital, das Sie ggf. fremdfinanzieren müssen.

Die Finanzplanung ist für Geldgeber*innen, wie Banken, Investoren und Fördereinrichtungen zentraler Bestandteil, um über **Kreditgewährung**, ein **Investment** oder eine **Förderung** zu entscheiden. Daher sollte dem Finanzplan viel Aufmerksamkeit geschenkt werden und die getroffenen Annahmen stets durch sorgfältige Recherche validiert werden.

Da das Thema Finanzplanung sehr komplex ist, gibt es zahlreiche Tools, die die Erstellung erleichtern sollen:

Über Unternehmerheld kann ein Finanzplan ohne Excel erstellt werden:

<https://www.unternehmerheld.de/plan/finanzplan/>

Excel-basierte Vorlage der Südwestfälischen IHK:

<https://www.sihk.de/starthilfe/existenzgruendung/intensivberatung/bpt-sihk-index-812030>

Excel-Vorlage des BPW:

<https://www.b-p-w.de/de/downloads/vorlagen/>

Chancen und Risiken

Um Chancen nutzen zu können und Risiken nicht zu einer Gefahr für das Unternehmen werden zu lassen, bedarf es einer grundlegenden Auseinandersetzung und Analyse. Zentral ist hierbei, sowohl die **teaminternen** Stärken und Schwächen als auch die Chancen und Risiken **des Marktes** bzw. **des Umfelds** zu betrachten.

Ein klassisches Tool, um Chancen und Risiken zu erkennen und hieraus Handlungsstrategien abzuleiten ist die **SWOT-Analyse**. Sie stellt die Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threads (Risiken) einander gegenüber. Bei der SWOT-Analyse betrachten Sie sowohl Ihr eigenes Unternehmen, als auch die Umwelt (Bsp. Konkurrenz, Marktbedingungen etc.) Ihres Unternehmens. Die vier Elemente werden in Form einer Matrix dargestellt. Aus den Ergebnissen lassen sich Handlungsbedarfe ableiten, z. B. ob das Team durch weitere Personen und deren Know-how ergänzt werden muss oder auch, ob eventuell eine Neuausrichtung des Unternehmens auf einen anderen Markt erfolgen sollte.

Das aus der Analyse der Chancen und Risiken sich bereits ableiten lässt, ob die Entwicklung eines Produkts für einen bestimmten Markt überhaupt Erfolgsaussichten hat, ist es ratsam, diese gleich zu Beginn des Gründungsvorhabens durchzuführen.

Finanzierungsmöglichkeiten einer Gründung

Von der Finanzierung rein aus Eigenmitteln über die Einbindung von Banken und Investor*innen bis hin zum Crowdfunding gibt es eine Bandbreite verschiedener Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmensgründungen. Auch hier gilt: es gibt keine Standardlösung, die für alle jungen Unternehmen gleichermaßen angewandt wird, sondern es sollte individuell geschaut werden, was die jeweiligen Kapitalbedarfe sind, welche Art von Produkt oder Dienstleistung man anbietet und welche Haftungsregelungen gelten. Es können bzw. sollten auch verschiedenen Finanzierungsarten je nach aktuellem Kapitalbedarf und unternehmerischer Ausgangslage miteinander kombiniert werden.

Öffentliche Fördermittel

Öffentliche Fördermittel sind für junge Unternehmen besonders interessant, da sie gegenüber anderen Finanzierungsmöglichkeiten einen großen Vorteil bieten: Sie müssen nicht (bzw. nur teilweise) zurückgezahlt werden oder sind zinsgünstiger als andere Finanzierungsoptionen. Bei öffentlichen Fördermitteln muss zwischen Zuschussprogrammen und Förderkrediten unterschieden werden.

Zuschussprogramme bieten für unterschiedliche Zwecke finanzielle Unterstützung. Der große Vorteil von Zuschüssen ist, dass keine Rückzahlung erfolgen muss. Zu den Zuschussprogrammen zählen zum Beispiel das EXIST Gründerstipendium, das BAFA-Coachingprogramm und das Brandenburger Programm „Gründung innovativ“. Jedes Zuschussprogramm hat einen eigenen Fokus, sowohl in der Hinsicht, welche Unternehmen gefördert werden als auch wofür die Gelder zur Verfügung gestellt werden. Da die Beantragung von Förderprogrammen meist einen hohen administrativen Aufwand mit sich bringt und die Bewilligungsvoraussetzungen jeweils unterschiedlich sind, sollte im Vorfeld geprüft werden, welche Programme für das eigene Vorhaben überhaupt relevant sind. Das EXIST Gründerstipendium und das Brandenburger Programm „Gründung innovativ“ richten sich ausschließlich an Gründungsvorhaben, die ein innovatives Produkt oder Dienstleistung entwickeln. Das BAFA-Coachingprogramm, über das ein Zuschuss für ein Unternehmenscoaching gewährt werden kann, stellt solche Voraussetzungen nicht.

Förderkredite müssen, im Gegensatz zu Zuschüssen, zurückgezahlt werden. Doch meist sind die Zinsen deutlich niedriger als bei anderen Krediten und es werden zusätzlich Möglichkeiten, wie tilgungsfreie Jahre gewährt. Bei Förderkrediten gilt in der Regel das „Hausbankenprinzip“. Das heißt, dass der Kredit bei der bestehenden Hausbank beantragt wird und dieser gemeinsam mit der jeweiligen Förderbank zur Verfügung gestellt wird.

Kredite / Darlehen

Neben Förderkrediten gibt es auch die Möglichkeit, Darlehen oder Mikrokredite für die Finanzierung des Gründungsvorhabens zu nutzen. Insbesondere für klassische Geschäftsideen, die die hohen Anforderungen von Fördermitteln nicht erfüllen, für Gründungen im Nebenerwerb oder Einzelunternehmer*innen sind Gründungsdarlehen eine solide Alternative. Im Gegensatz zu Zuschüssen sind Darlehen regulär zurückzuzahlen und zu verzinsen. Die Konditionen werden jeweils individuell mit der Hausbank besprochen. Voraussetzung für die Gewährung eines Gründungsdarlehens ist in der Regel die Vorlage eines vollständigen Businessplans. Wird lediglich geringes Startkapital benötigt, reicht eventuell auch die Nutzung eines **Mikrokredits**. Die Beantragung und Bewilligung von Mikrokrediten ist in der Regel mit weniger formellen Aufwand verknüpft, als bei regulären Krediten. Allerdings ist auch die Kreditsumme mit bis zu 25.000 € deutlich niedriger. Mikrokredite werden von Investitions- und Förderbanken vergeben.

Eine Übersicht über die verschiedenen Institutionen, die Finanzierungsmöglichkeiten für Unternehmensgründungen anbieten, ist auf der Gründerplattform des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie zu finden:
<https://gruenderplattform.de/finanzierung-und-foerderung/finanzierung-finden/foerderung-bekommen>

Investments

Insbesondere bei hohem Kapitalbedarf und risikoreichen Gründungsvorhaben, deren Erfolgsaussichten z. B. aufgrund eines hohen Innovationsgrades nur schwer zu kalkulieren sind, ist ein Investment oft die passende Finanzierungsform. Kredite oder Darlehen über hohe

Summen mit gleichzeitig hohem Risiko werden von Banken selten vergeben. Es gibt verschiedene Formen des Investments bzw. Investor*innen.

Venture Capital oder auch Wagniskapital ist eine Finanzierungsmöglichkeit, für die Investor*innen in der Regel nicht nur Unternehmensanteile sondern auch Mitspracherecht über das Unternehmen einfordern. Die Summen, die über Venture Capital vergeben werden, liegen oft im Hunderttausender-Bereich. Investments erfolgen meist, wie der Name „Wagniskapital“ schon sagt, in risikoreiche und innovative Unternehmen. Zielstellung ist ein erfolgreicher Exit. Das heißt, dass die VC-Geber*innen nach einem gewissen Zeitraum wieder aus dem Unternehmen aussteigen, mit einem möglichst hohen Profit. Venture Capital wird in Form von „VC-Fonds“ zur Verfügung gestellt. Neben rein privatwirtschaftlichen Fonds, gibt es auch öffentliche Beteiligungsgesellschaften.

Ein Investment durch **Business Angels** ist ähnlich wie ein VC-Investment, wobei die Angels in der Regel Privatpersonen sind, die mit ihrem privaten Vermögen in junge Unternehmen investieren. Dementsprechend sind die investierten Summen niedriger als bei VC-Investments. Oft stehen Business Angels den jungen Unternehmer*innen auch persönlich zur Seite und unterstützen sie als Mentor*innen.

Crowdfunding ist eine Investment-Möglichkeit, bei der nicht nur einzelne Kapitalgeber*innen eingebunden werden, sondern eine große Zahl an Unterstützer*innen Geld für das Unternehmen zur Verfügung stellen. Statt Unternehmensanteile zu vergeben, erhalten die Crowd-Investor*innen andere finanzielle Anreize, wie eine Beteiligung zukünftiger Gewinne. Für Crowdfunding gibt es, wie beim Crowdfunding entsprechende Plattformen, auf denen sich Projekte präsentieren und Unterstützer*innen gesucht werden können.

Crowdfunding

Wie beim Crowdfunding ist auch das Crowdfunding eine Möglichkeit, Kapital durch die **Einbindung vieler Unterstützer*innen** zu akquirieren. Hierfür gibt es spezialisierte Plattformen, welche für die Abwicklung des Projekts genutzt werden können. Je nach Plattform variieren die Transaktionsgebühren. Vor dem Start des Crowdfundings sind der Kapitalbedarf und die Dauer des Crowdfundings festzulegen. Begleitend ist eine Crowdfunding-Kampagne zu erstellen, die über das Produkt oder die Dienstleistung informiert. Für Unterstützer*innen können zudem zusätzliche **Anreize** angeboten werden,

wie die Zusicherung eines Produkts aus der ersten Marge oder ähnliches. Entscheidend beim Crowdfunding ist, dass das eingesammelte Geld nur ausgezahlt wird, wenn die Kampagne erfolgreich war und innerhalb des festgelegten Zeitraums die zuvor definierte Summe akquiriert werden konnte. Durch die Notwendigkeit hohe Aufmerksamkeit zu erreichen, ist Crowdfunding eine geeignete Gelegenheit, um bereits auf das Produkt aufmerksam zu machen, ist aber auch mit sehr hohem Aufwand verbunden.

Quellen

Balderjahn, Ingo; Specht, Günter 2007: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart, 2007. S.170ff

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie auf der Plattform gruenderplattform.de:
<https://gruenderplattform.de>, zuletzt abgerufen am 23.11.2020;

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2020a): Alle Infos rund ums Gewerbe anmelden.
https://gruenderplattform.de/?0&renderId=5b83b9301fb93306737f4ee4&analysis_type=1&analysis_value=30
zuletzt abgerufen am 30.11.2020

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2020b): Diese Finanzierungsmöglichkeiten solltest du kennen.
<https://gruenderplattform.de/finanzierung-und-foerderung/finanzierung-finden/finanzierungsmoeglichkeiten>
zuletzt abgerufen am 04.01.2021

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2021): Gründung während des Studiums: Förderung?
<https://www.existenzgruender.de/SharedDocs/BMWi-Expertenforum/Gruendungsplanung/Studenten-Schueler/Gruendung-waehrend-des-Studiums-Foerderung.html> zuletzt abgerufen am 04.01.2021

Gründerküche: Gründen als Student – von der Uni in die Selbständigkeit
<https://www.gruenderkueche.de/fachartikel/gruenden-als-student-von-der-uni-in-die-selbstaendigkeit/>;
zuletzt abgerufen am 04.01.2021

Klein, René: Behördenwegweiser. Der Weg zur erfolgreichen Existenzgründung <https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-gruenden/unternehmen-anmelden/behoerdenwegweiser/>; zuletzt abgerufen am 30.11.2020

Klein, René: Wer gehört beim Start-up zum Gründer- und Managementteam? <https://www.fuer-gruender.de/wissen/existenzgruendung-planen/organisation/management/>; zuletzt abgerufen am 04.01.2021

Klein, René: Gesellschaftsformen für Gründer und Unternehmen, auf der Plattform Für-Gründer.de:
<https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-gruenden/unternehmensformen/gesellschaftsformen/>;
zuletzt abgerufen am 14.10.2020

Maurya, Ash 2013: Running Lean. Das How-to für erfolgreiche Innovationen, Köln, O'Reilly Verlag, 2013. S. 71ff.

Neumann, Christian; Goldner, Lisa: Gründen im Studium: Tipps für die Selbständigkeit als Student:
<https://www.gruender.de/gruendung/gruenden-im-studium/>; zuletzt abgerufen am 04.01.2021

Dr. Dr. h.c. Schierenbeck, Henner 2003: Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, Ouldenburg Wissenschaftsverlag GmbH, München, 2003. S. 265ff

Schutzrechts- und Verwertungsstrategie der Technischen Hochschule Wildau vom 26.06.2019

Tarifgemeinschaft deutscher Länder (2019): Tarifvertrag für den öffentlichen Dienst der Länder (TV-L), abzurufen unter: https://www.tdl-online.de/fileadmin/downloads/rechte_Navigation/A_TV-L_2011_01_Tarifvertrag/TV-L_i.d.F.des%C3%84TV_Nr.11_VT_2020.pdf; zuletzt abgerufen am 06.01.2021