



VORVVORT

Der Bundeswirtschaftsminister besucht mit jungen Start-ups das Silicon Valley. Die Bundeskanzlerin macht Berliner Web-Unternehmern ihre Aufwartung. Gründen liegt im Wahljahr bei Politikern voll im Trend.

Start-ups: Fitnesskur für den Mittelstand

nd das ist gut so. Nicht zuletzt unserem starken Mittelstand verdanken wir, dass Deutschland die konjunkturelle Achterbahnfahrt der letzten Jahre so gut überstanden hat. Die Unternehmen haben auch in der Krise Innovationen vorangetrieben und auf ihre qualifizierten Mitarbeiter gesetzt.

Neulinge für den Wettbewerb

Für einen wettbewerbsfähigen Mittelstand brauchen wir Pioniere, die mit pfiffigen Ideen Platzhirschen Beine machen. In manchen Großstädten gibt es mittlerweile eine recht vitale Szene junger IT-Start-ups. Sie profitieren von lebendigen Netzwerken aus Geschäftspartnern, Investoren, Hochschulen und Forschungseinrichtungen.

Breites Gründungsfeld

Doch das ist nur ein kleiner Ausschnitt der Realität.Gerade einmal drei Prozent aller Unternehmensgründungen zwischen 2008 und 2011 waren IT- oder Web-Start-ups. Die meisten Gründer sind mit einfachen Geschäftskonzepten auf lokalen Märkten unterwegs. Das ist zwar durchaus auch innovativ, allerdings schaffen Hightech-Start-ups nach fünf Jahren mehr als doppelt so viele Arbeitsplätze wie andere Gründungen.



"Für einen wettbewerbsfähigen Mittelstand brauchen wir Pioniere, die mit pfiffigen Ideen Platzhirschen Beine machen."

Dr. Marc Evers, Leiter des Referats Mittelstand, Existenzgründung, Un-ternehmensnachfol-

Verhaltende Gründerzahlen

Zudem ist die Zahl der Gründungen zuletzt stark zurückgegangen. Im Jahr 2012 erkundigten sich ein Viertel weniger Personen bei den Industrieund Handelskammern zur Selbstständigkeit. Die weiterhin gute Lage am Arbeitsmarkt gab wenig Raum für "Gründungen aus der Not". Qualifizierten Leuten boten sich erneut gute Einkommensperspektiven - gerade in Zeiten zunehmenden Fachkräftemangels. Einschränkungen bei der Gründungsförderung für Arbeitslose haben zusätzlich dämpfend gewirkt. Immerhin führten die IHKs rund 250.000 Gespräche mit Existenzgründern.

Gründungen den Weg ebnen

Das sind Alarmsignale, aber kein Anlass, schwarzzumalen. Denn auch das sehen die IHKs: Die Gründer sind deutlich besser vorbereitet auf die Selbstständigkeit als in den Vorjahren, auch viele arbeitslose Gründer. Und: Viele innovative Projekte lassen sich mit kleinem Geldbeutel anschieben. Für Apps und Online-Marktplätze braucht man keine Fabrik, sondern einen klugen Kopf.

Deutschland war und ist das Land der Tüftler. Und wir haben das Potenzial, dass das auch in Zukunft so bleibt. Wir müssen allerdings unsere Schätze besser heben. Für Hightech-Gründungen muss mehr privates Beteiligungskapital aktiviert werden, etwa durch bessere Möglichkeiten zur steuerlichen Verlustverrechnung und einen rechtssicheren gesetzlichen Rahmen für Investoren.

Start-ups brauchen mehr Freiräume und weniger Bürokratie. Gerade international orientierten IT-Start-ups hilft es, wenn sie in den Amtsstuben ein Angebot in englischer Sprache finden. Auch sollte eine Empfehlung der EU umgesetzt werden: Gründer sollen alle nötigen Informationen zu Genehmigungen, Finanzierung und öffentlicher Unterstützung an einem Ort erhalten können. In Deutschland bieten sich hierfür die Startercenter der IHKs an, die bereits einen Gründerservice aus einer Hand anbieten - von Erstauskunft über Businessplancheck, Hilfen bei Finanzierung und Förderanträgen bis zur Unterstützung bei der Gewerbeanzeige.

Alle gesellschaftlichen Akteure müssen zu einem positiven Unternehmerbild beitragen. Dies gilt insbesondere für Schulen, Hochschulen und auch Unternehmer. "Selbstständigkeit" und "Wirtschaft" gehören bundesweit in die Lehrpläne.

Dr. Marc Evers



"Gerade in der Seedphase fehlt es in Deutschland an Kapital für Start-ups. Crowd investing ändert dies."

Verantwortlich für den Inhalt dieser Ausgabe:



Tel: +49308871129-53

Fax: +49308871129-37 E-Mail: goekhan.balci@mediaplanet.com

Business Development Manager:

Madlen Duderstedt **Editorial & Production Manager:**

Jennifer Pott **Layout & Design:**

Redaktion: Franziska Manske

Text: Paul Howe, Steffen Kessler, René S. Klein, Susann Gläser, Christoph Kolbe, Dr. Bertram Dressel, Annika Zimmermann, Dr. Andreas Lutz, Susanne Gläser

Lektorat:

Joseph Lammertz Managing Director & V.i.S.d.P.:

Carl Henric Holmberg

Mediaplanet Verlag Deutschland GmbH

Münzstraße 15, 10178 Berlin

www.mediaplanet.com

Vertriebspartner:

Frankfurter Allgemeine Zeitung, am 20. Juni 2013 Print: Märkische Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH Potsdam (MVD)



Kostenlose Beratung: **Deutscher Franchise-**Verband e. V. bietet Franchise-Sprechtage an

Ob im Handel, dem Dienstleistungssektor, in der Gastronomie, oder im Handwerk, wer sich für eine Selbstständigkeit im Franchising interessiert, kann aus rund 1.000 Systemen

Worauf es auf dem Weg zum Franchische Franchise-Verband e. V. (DFV). In Kooperation mit zahlreichen Industrie- und Handelskammern bietet der DFV regelmäßige Franchise-Sprechtage an. Franchise-Interessenten können sich in 45-minütigen Einzelberatungen individuell und kostenfrei beraten lassen. Die nächsten Beratungen finden statt am

- 25. Juli in der IHK München
- 15. August in der HK Hamburg ■ 17. September in
- **IHK Hannover**



www.franchiseverband.com

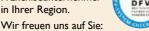


Eine lohnenswerte Management-Herausforderung im Zukunftsmarkt Seniorenbetreuung

Ein einzigartiges Franchisemodell:

- Nicht-medizinische Betreuung von Senioren Zuhause
- In 17 Ländern mit über 1.000 Franchisepartnern vertreten
- Über I Millionen Menschen, die von Home Instead betreut werden **●** Abrechnung mit den Kassen
- Sinnvolles Geschäftsmodell für Branchenfremde

Werden auch Sie Franchiseunternehmer in Ihrer Region.



Home Instead Seniorenbetreuung

02234/209099-0 bewerbung@homeinstead.de www.franchising-homeinstead.de



Das Franchise-System für nachhaltigen Kaffeegenuss

sfcc ist ein modernes Unternehmen auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft.

Die fast 15-jährige Erfolgsgeschichte spricht für sich. Unsere 15 eigenen und 7 Franchise Coffee Places bieten unseren Gästen in einem entspannten, stylischen Design ein hochwertiges Sortiment mit hohem Bio und Fairtrade Anteil. Mit handmade coffees und Sandwiches sorgen wir für den einzigartigen sfcc Genuss.

Sie wollen Teil von sfcc werden, dann freuen wir uns über Ihre Nachricht an u.umnus@sfcc.de

san francisco coffee company gmbh, Luisenstraße 14, 80333

www.sfcc.de

kkiosk

Kompetent, modern mit Zukunft

Wir suchen Franchisenehmer, die mit uns in die Zukunft gehen.

k kiosk ist der Allround-Kiosk für den täglichen Bedarf, Das Sortiment verbindet unsere drei Kernkompetenzen: Presse. Tabak und Convenience. Außerdem bietet k kiosk praktische Services wie Lotto/Toto, Postdienstleistungen und Ticketverkauf sowie ein Angebot an Kalendern, Gruß- und Telefonkarten - alles unter einem Dach.

Wir bieten attraktive Standorte in Einkaufszentren, Warenhäusern und stark frequentierten Lagen. Somit erreicht k kiosk die Kunden in den Innenstädten, in denen ein fachkundiger Presse- und Tabakwaren-

Flächengröße: 30 bis 60 Ouadratmeter

Unsere moderne Ladengestaltung und ein einheitlicher Markenauftritt machen uns unverwechselbar. Das Konzept wird mit professionellen Marketingleistungen unterstützt.

Sie haben Fragen zu vakanten Standorten?

Gern berät Sie Herr Markus Hofmann unter der Telefonnummer 040-28015632 oder per E-Mail: info@valoraretail.de

www.valoraretail.de

Schülerhille // Das Original. Seit 1974.

Die Schülerhilfe gehört zu den führenden Nachhilfeanbietern Deutschlands. Wir verfügen über fast 40 Jahre Erfahrung in der individuellen Förderung von Schülerinnen und Schülern sowie in der Zusammenarbeit mit Eltern und öffentlichen Schulen. Wir sind der größte Franchise-Geber im Bildungsbereich im deutschsprachigen Raum.

Bildung – ein Markt mit Zukunft

Jeder vierte Schüler nimmt heute Nachhilfe. Tendenz steigend. Ein guter Grund, sich in diesem Zukunftsmarkt selbstständig zu

Wir bieten Gründern ein nachhaltiges Konzept mit hoher Erfolgsquote sowie geringe Investitionskosten bei attraktiven Einkommensperspektiven. Sie müssen kein Pädagoge sein, um mit der Schülerhilfe erfolgreich zu sein. Wir suchen Manager, die unternehmerisch denken und handeln und Interesse an Bildungsthemen mitbringen.

www.schuelerhilfe-franchise.de



Herr Schepers, Herr Lenger, KFC gibt es seit 70 Jahren. Seit neuestem wirbt KFC mit dem Slogan "Ist das noch Fast Food?". Was verbirgt sich dahinter?

Wir kochen in unseren Restaurants täglich auf traditionelle Art. Dabei verwenden unsere ausgebildeten KFC Köche frisches Hähnchenfleisch, das sie täglich per Hand nach genau festgelegten Abläufen marinieren, panieren und zubereiten. Eben handmade in KFC.

Die spezielle Art der Zubereitung von bestem, natürlich gewachsenem Hähnchenfleisch, die Unternehmensgründer Colonel Harland Sanders (1890-1980) bereits 1939 entwickelt hat, sowie seine geheime Rezeptur aus elf Kräutern und Gewürzen sind die Grundlage für den ganz besonderen KFC Geschmack. Zudem wird das Hähnchenfleisch nur von Lieferanten bezogen, die nicht nur den gesetzlichen Standards sondern auch den strengen KFC Qualitätsanforderungen gerecht werden.

Im vergangenen Jahr wurde KFC erneut als "Bestes Fast Food-Restaurant" im Bereich Servicequalität ausgezeichnet. Warum ist Service in einem Schnellrestaurant so wichtig und wie wird dieser bei KFC realisiert?

Für ein Lächeln haben wir immer Zeit: Neben gutem Essen erwartet unsere Gäste auch erstklassiger Service. In den KFC Restaurants auf der ganzen Welt beweist unser Team täglich aufs Neue, wie herzlich und kompetent eine schnelle Bewirtung sein kann. Unser Ziel ist es, Deutschlands beliebteste Fastfood Marke zu werden. Dies erreichen wir durch die einzigartige Rezepturen unserer Produkte und den hervorragenden Service unserer Mitarbeiter, der im Jahr 2012 erneut vom Deutschen Institut für Servicequalität ausgezeichnet wurde.

Qualität wird in der Fastfood-Branche immer wichtiger. Wie stellt KFC die Qualität der Produkte sicher?

Bei uns wissen die Kunden, was sie bekommen. KFC setzt wann immer es geht auf frische Zutaten, die kurz nach der Lieferung von sorgfältig ausgebildeten Mitarbeitern in der Restaurantküche von Hand zubereitet werden. Alle unsere Lieferanten unterliegen strengsten und ständigen Qualitätskontrollen.

Weltweit gibt es bereits über 17.000 KFC Restaurants. Wie entwickelt sich KFC in Deutschland?

Im Jahr 2012 wurden 16 neue Restaurants eröffnet. Doch das war erst der Anfang der KFC-Expansionsstrategie: KFC hat dieses Jahr mit dem Start der ersten TV-Kampagne in Deutschland einen großen Schritt nach vorne gemacht. Seit der Erstausstrahlung am 29. Januar 2013 ist unser Umsatz auf vergleichbarer Restaurantfläche im zweistelligen Prozentbereich gestiegen. Derzeit haben wir 93 Restaurants, wovon die Mehrzahl einen Umsatz zwischen 1,5 und 2,5 Mio € macht. Bis zum Jahr 2015 wollen wir auf über 200 Restaurants wachsen. Dabei soll die Mehrzahl der Betriebe von Franchisenehmern selbstständig geführt werden.



KFC Gourmet Chicken

Wie können Unternehmensgründer bei KFC einsteigen und was sind die Voraussetzungen?

Wir suchen begeisterungsfähige Unternehmertypen, die eine hohe Dienstleistungsorientierung oder fundierte gastronomische Berufserfahrungen sowie idealerweise Personalführungskenntnisse vorweisen können. Damit die Unternehmensgründung auf eine solide finanzielle Grundlage gestellt werden kann, sollte ein Eigenkapital in Höhe von mindestens 200.000 EURO vorhanden sein.

Inwiefern bietet das KFC Franchisemodell erfahrenen Gastro-Unternehmern Entwicklungs- und Ex-

pansionsmöglichkeiten?

Wir möchten zusammen mit unseren Partnern wachsen. Daher besteht für wachstumshungrige Unternehmertypen die Möglichkeit, nach erfolgreichem Start im KFC Franchisesystem weitere Betriebe zu eröffnen. Wir stehen noch am Anfang unserer Expansion, so dass es noch mehr als genügend erfolgsversprechende neue Standorte für Franchisepartner gibt.

Was verbirgt sich hinter dem sogenannten Business-Rental-Modell?

Unser Franchisemodell basiert auf dem Prinzip der Risikoteilung der Investition. KFC kauft das Grundstück und baut das Restaurant darauf auf eigene Kosten, während der Franchisepartner das bewegliche Inventar erwirbt. Der Franchisepartner mietet das Gebäude von KFC und muss daher weniger liquide Mittel zu Beginn der Geschäftstätigkeit aufbringen.

Und was ist der Kern der One-System Philosophie?

KFC holt sich die Meinung der Franchisepartner ein und involviert sie bevor Entscheidungen getroffen werden. Dabei achten wir bei der Entwicklung unserer Standards auf die Wirtschaftlichkeit der Franchisenehmer. Franchisebetriebe profitieren zudem von dem Know-How der spezialisierten Mitarbeiter in unserem Restaurant Support Center.

Der Deutsche Franchiseverband verpflichtet über seinen Ethikkodex seine Mitglieder zu seriösem Franchising. Ist KFC Mitglied im DFV?

KFC steht für faires Franchising. Aus diesem Grund sind wir Mitglied im Deutschen Franchiseverband.

Wohin können sich potenzielle KFC Franchisepartner wenden, um mehr über das Erfolgsmodell KFC zu erfahren?

Auf unserer Homepage www.kfc.de finden sich im Bereich Franchise weitere Informationen zum Franchisesystem von KFC. Dort ist auch ein Antragsformular für Franchiseinteressenten hinterlegt. Das Formular kann ausgefüllt und an KFC geschickt werden. Wir setzen uns dann umgehend mit dem potentiellen Franchisepartner in Verbindung.







Kentucky Fried Chicken

(Great Britain) Limited, German Branch, Wanheimer Str. 49, 40472 Düsseldorf, sogoodfranchising@kfc.de

MEDIA

NEWS

Eine Selbstständigkeit im Franchising ist attraktiv: Allein 2012 stieg die Zahl der Franchisenehmer um rund 6.000 auf 72.700 selbstständige Unternehmer, die sich einem Netzwerk angeschlossen haben. Dabei handelt es sich nicht nur um Existenzgründer. Der Franchisegedanke gewinnt auch zunehmend bei bestehenden Unternehmern an Bedeutung. Immer häufiger erkennen Entscheider in Unternehmen die Vorteile von Kooperationen und Netzwerken, wie sie das Franchising bietet.



FRANCHISING IN DEUTSCHLAND:

Vielfältige Möglichkeiten für Existenzgründer und bestehende Unternehmer

■ Diese positive Entwicklung hängt mit der zunehmend wachsenden Erkenntnis zusammen, dass eine sinnvolle Arbeitsteilung viele Vorteile bietet und nachhaltige Synergien schafft. Konkret: Franchising verbindet die Vorteile von großen Unternehmen (Marktmacht) mit denen von kleineren Unternehmen (Marktnähe). Der Franchisegeber ermöglicht die Übernahme und Umsetzung seines markterprobten Geschäftskonzeptes und entwickelt es kontinuierlich weiter. Der Franchisenehmer profitiert von der etablierten Marke mit Schutzrechten, Einkaufsvorteilen, Schulungen sowie Unterstützung beispielsweise in betriebswirtschaftlichen Fragen, in Marketing und PR. Hinzu kommt, dass für moderne Systeme transparente Strukturen, Abläufe

und Finanzierungsverhältnisse eine immer wichtigere Rolle spielen – zum Vorteil aller Franchisepartner. Denn eine hohe Transparenz stärkt das Vertrauen und hat positive Auswirkungen auf die nachhaltige Qualität eines Systems. Der Franchisenehmer erhält in modernen Franchisenetzwerken mit seinen Erfahrungswerten vor Ort eine immer größere Bedeutung. Damit ändert sich natürlich auch das Bild der Franchisegeber, die ihrerseits Transparenz vorleben müssen. Insgesamt profitiert das



Franchising von diesem Selbstverständnis - wie sich nicht zuletzt auch anhand der wirtschaftlichen Entwicklung ablesen lässt.

Dauerhaft gute wirtschaftliche Entwicklung

Allein 2012 wuchs das Franchising deutlicher als in den Vorjahren: So stieg die Zahl der Franchisenehmer gegenüber 2011 um neun Prozent auf 72.700 Selbstständige. Bei den Beschäftigungsverhältnissen ist sogar ein Plus von zehn Prozent auf 546.200 Mitarbeiter zu verzeichnen. Diese positive Entwicklung wird komplettiert durch ein leichtes Wachstum beim Gesamtumsatz von etwas über einem Prozent auf 61,2 Milliarden Euro. Einzig bei der Zahl der Franchisegeber ist von 2011 auf 2012 ein marginaler Rückgang von 990 auf 985

Systeme festzustellen. Nach Branchen ist der Dienstleistungssektor mit 48 Prozent der größte Bereich. Hierauf folgt der Handel, in dem 27 Prozent aller Systeme angesiedelt sind. Das Gastgewerbe liegt bei 17 Prozent. An vierter Stelle steht das Handwerk mit acht Prozent aller Systeme.

Trotz dieser positiven Entwicklung stellt Torben L. Brodersen, Geschäftsführer des Deutschen Franchise-Verbandes e. V. (DFV) in Berlin, doch auch fest, dass viele Franchisegeber ihre Wachstumsziele 2012 nicht erreichen konnten. Dies spiegeln auch Ergebnisse einer internen Umfrage unter den DFV-Mitgliedern wider: So konnten rund 37 Prozent der befragten Franchise-Unternehmen "nur" mit bis zu fünf neuen Partnern wachsen. Hinzu kommen

rund zehn Prozent, die überhaupt keine Franchisenehmer hinzugewonnen haben. Das Potenzial im Franchising ist somit noch nicht ausgeschöpft.

Auf die Zukunftsfähigkeit von Konzepten achten

Wer sich als Existenzgründer oder bestehender Unternehmer für eine Selbstständigkeit im Franchising interessiert, sollte bei der Konzeptauswahl neben der sprichwörtlich "guten gegenseitigen Chemie" besonders auf die Alleinstellungsmerkmale und auf die Nachhaltigkeit des Systems achten. Letztgenannte Aspekte sind maßgeblich für die Zukunftsfähigkeit eines Franchise-Unternehmens. Hierbei spielt auch die Nachhaltigkeit und ihre strategische Verankerung eine zuneh-

ANZEIGE

Eine ordnungsgemäße Buchführung ist Pflicht!

Ein DATAC Buchführungsbüro bietet Ihnen neben einer perfekten Buchhaltung und günstigen Preisen auch

- übersichtliche und verständliche Auswertungen
- Offene-Posten-Verwaltung
- ein straffes und pünktliches Mahnwesen
- digitales Archiv: papierloses Büro
- und vieles mehr!

Mit dem Modul DATAC24 erhalten Sie von einem DATAC Buchführungsbüro außerdem ein Instrument, mit dem Sie jederzeit Einblick in die tagaktuellen Zahlen haben.

Finden Sie ein DATAC Büro in Ihrer Nähe und lassen Sie sich Ihre Vorteile zeigen unter www.buchhalter.datac.de



So haben Sie als Existenzgründer die Zahlen immer im Blick!





mend wichtige Rolle. Eine solche Positionierung ist unter dem Begriff des Green Franchisings mit dem Grundverständnis zum nachhaltigen Handeln in ökonomischer, ökologischer, sozialer und kultureller Hinsicht zusammengefasst. Dabei ist klar, dass vorausschauendes und zukunftsorientiertes Handeln für jedes Unternehmen wichtig ist. Franchisesysteme haben allerdings die Chance, wegweisendes Handeln zu multiplizieren und im wahrsten Sinne systematisch mit ihren Partnern zu teilen - zum Vorteil für Unternehmen und Gesellschaft. Eine Ausrichtung im Sinne des Green Franchisings beeinflusst somit auch die Zukunftsfähigkeit eines Systems dauerhaft.

Geschäftsmodelle mit viel Potenzial sind im Handwerk und im Pflege- und Betreuungssektor zu finden. Zudem gibt es Bestrebungen, auch in anderen Bereichen des Gesundheitswesens - wie Ärzte, Heime, Krankenhäuser, Apotheken - Franchisekonzepte zu etablieren. Des Weiteren ist im Bereich "Alternative Energien" eine positive Entwicklung festzustellen. Aber auch bei den wesentlichen Pfeilern des Franchisings mit Handel, Gastronomie und Dienstleistungssektor gibt es innovative Konzepte.

Franchisegründungen sind erfolgreicher

Wie erfolgreich eine Selbstständigkeit im Franchising ist, dokumentiert eine aktuelle Studie unter dem Titel "Franchising – Erfolgsgarant für Unternehmensgründungen?" Diese vom DFV be-

auftragte Erhebung zeigt, dass Franchisegründer im Durchschnitt nach einem Jahr noch zu 94 Prozent aktiv sind. Bei unabhängigen Gründungen sind es dagegen etwa 85 Prozent. Zwei Jahre nach der Gründung existieren noch 90 Prozent der Franchisenehmer und 75 Prozent der "allgemeinen Existenzgründer". Im dritten Jahr sind noch 83 Prozent der Franchise-Unternehmer aktiv und 68 Prozent der übrigen Selbstständigen. Gründe für ein Ausscheiden im Franchising sind Insolvenz, wirtschaftliche/finanzielle Gründe (ohne Insolvenz) und persönliche Gründe. Der Studie lag eine umfangreiche Datenbasis von Unternehmensgründern im Franchising zugrunde, deren Systemzentralen über einen definierten Zeitraum die Qualitätsüberprüfung des DFV - den DFV-System-Check - absolviert haben. Dem gegenüber wurden die Zahlen aus dem KfW-Gründungsmonitor 2011 gestellt.

■ Fazit: Eine Gründung mit einem im DFV angeschlossenen Franchisesystem kann vergleichsweise erfolgreicher sein als eine unabhängige Existenzgründung. Erfolgreiche Franchisegründungen sprechen auch für erfolgreiche Franchisegeber, da sie für Transparenz, Fairness, Seriosität und Professionalität stehen. Ein Großteil dieser Systeme ist Mitglied in der Qualitätsgemeinschaft des DFV und unter www.franchiseverband.com zu finden.

CHRISTOPH KOLBE redaktion.de@mediaplanet.com

VIRTUELLE FRANCHISE-MESSE

Das passende

Franchise-

Franchisesystem finden

Die Franchise-Wirtschaft bietet unzählige Geschäftskonzepte für angehende Existenzgründer. Die Auswahl ist groß. Erst recht, weil bei vielen Franchisesystemen auch Quereinsteiger willkommen sind. Die virtuelle Franchise-Messe im FranchisePORTAL hilft bei der Orientierung.

Existenzgründer bringen verschiedenste Qualifikationen, Vorerfahrungen und Erwartungen mit in eine Selbstständigkeit. Mindestens genauso vielfältig sind die unterschiedlichen Angebote für eine Franchise-Partnerschaft.

Sie unterscheiden sich beispielsweise in der Investitionshöhe, der Markenbekanntheit, den Unterstützungsleistungen für Partner, der Möglichkeit eines Homeoffice oder Ladenbetriebes und natürlich dem zentralen Tätigkeitsfeld. Die Möglichkeit eines einfachen Quereinstiegs lässt die Zahl der Optionen weiterwachsen.

■ Tipp: Die Virtuelle Franchise-Messe

Bei der Suche nach dem individuell passenden Angebot hilft die Virtuelle Franchise-Messe unter www.franchiseportal.de. Hier stellen sich rund 300 Franchiseund Lizenzsysteme vor. Interessenten können sich mit Daten, Fakten und Videos über Franchisesysteme informieren und auch gleich Kontakt zum Franchisegeber aufnehmen.

Weitere Informationen finden Sie unter:
www.franchiseportal.de

STEFFEN KESSLER

redaktion.de@mediaplanet.com

ANZEIGE





Mit unserem erfolgreichen Franchise-Modell starten Sie Ihre Zukunft als Unternehmer im Unternehmen. Schwimmen Sie mit auf der Welle einer etablierten Marke: NORDSEE.

Interesse? Sprechen Sie uns an: franchise@nordsee.com Weitere Informationen unter www.nordsee.com/franchisewelt





MEDIA

INSPIRATION

Zentrale Steuerung, Standardisierung und Multiplikation

Interview mit Valerie Holsboer, Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbandes der Systemgastronomie (BdS).



Valerie Holsboer Hauptgeschäfts-führerin des Bundesverbandes dei Systemgastrono-mie (BdS)

Frau Holsboer, was genau ist Systemgastronomie und inwiefern unterscheidet sie sich von "normaler" Gastronomie?

Wir sind eigentlich sehr "normal". Aber Spaß beiseite, diese Frage kommt oft. Deshalb haben wir Mitte 2012 erstmals eine offizielle Definition "Systemgastronomie" veröffentlicht. Wesentliches Merkmal ist ein klar definiertes Konzept, das auf die drei Kriterien "zentrale Steuerung", "Standardisierung" und "Multiplikation" ausgerichtet ist. Es geht dabei hauptsächlich um die Prozessabläufe und Produkte, die vereinheitlicht sind. Unsere Gäste erwarten exakt gleiche Qualität, Beschaffenheit und Service unabhängig von Standort, Tageszeit und Inhaber des jeweiligen Markenrestaurants. Die komplette Definition inklusive einer ausführlichen Kriterienliste kann unter www.bundesverband-systemgastronomie.de eingesehen werden.

■ Was hat es mit der "Charta der Systemgastronomie" des Bundesverbandes der Systemgastronomie auf sich?

Systemgastronomie kann vieles sein, aber uns geht es bei der Charta um Qualität. In einer 360-Grad-Betrachtung verpflichten sich hierin die BdS-Mitglieder zu verantwortungsvollem Umgang in der Franchisebeziehung, bezüglich der Zulieferer und natürlich im Umgang mit den Mitarbeitern und Gästen. Denn das Verhalten jedes einzelnen Unternehmers ist geeignet, das Bild der gesamten Branche zu prägen, und in der Systemgastronomie geht es eben nur im Team.

■ Welche Vorraussetzungen müssen Unternehmen eigentlich erfüllen, um ein Teil des BdS zu werden?

Das BdS-Präsidium legt bei der Aufnahme neuer Mitglieder großen Wert auf ein klares Bekenntnis zur Tarifbindung. Nur wer sich als verlässlicher Arbeitgeber positioniert, kann auch vom BdS als ein solcher unterstützt werden. Wer in die BdS-Gemeinschaft eintreten möchte, muss zudem sicherstellen, dass seine Systemmerkmale und damit die Marke einem kontinuierlichen Sicherungs- und Optimierungsprozess unterzogen werden. Wir suchen Systemer mit Herz und Leidenschaft!

■ Kommen wir zum Thema Unternehmensgründung im Bereich der Systemgastronomie. Franchising ist hier ein großes Thema. Warum?

Franchising kann ein absolutes "Win-win-Verhältnis" mit Synergien zu beidseitigem Vorteil sein: Der Franchisegeber kann mit starken Partnern wachsen und seine Marke

ZENTRAL GESTEUERT: Die Steuerung der einzelnen Filialen erfolgt in einem

hierarchischen Aufbau. FOTO: SHUTTERSTOCK

weiterentwickeln. Durch den Input der Franchisenehmer bleibt die Marke im ständigen Austausch lebendig. Optimalerweise findet ein ständiger Gedankenaustausch in alle Richtungen statt. Die Franchisenehmer profitieren von der Markenstärke und können auf umfassendes Know-how sowie Serviceleistungen zurückgreifen. Nicht zu unterschätzen ist auch die Motivation, die aus der Markengemeinschaft hervorgeht.

Für wen kommt eine Existenzgründung in der Systemgastronomie in Frage? Wer eignet sich?

Entscheidend ist, dass die betreffende Person Unternehmergeist hat. Denn bei aller Einbindung durch die Marke bleibt der Franchisenehmer kaufmännisch verantwortlich und trägt Verantwortung für seine Beschäftigten und die Betriebe.Er muss also mit Menschen und Zahlen gleichermaßen umgehen können. Reiner Idealismus und nur die Freude am Konzept genügen nicht, müssen

aber zwingend hinzukommen. Gefragt ist die Mischung aus investieren, delegieren und sich selbst engagieren. Ein guter Franchise-

nehmer verbringt mehr Zeit in seinem Store als auf dem Golfplatz.

Was sollten Gastro-Gründer beachten?

Es gibt bereits einige erfolgreiche Marken und diese entwickeln sich auch ständig weiter. Wer jetzt noch mit einem neuen Konzept einsteigen möchte, der muss sich ein klares Profil und Alleinstellungsmerkmal geben. Das kann in einer bisher unbesetzten Nische liegen entweder auf das Produkt oder Ambiente bezogen. Gerade hatten wir wieder unsere Jahresmitgliederversammlung mit rund 150 Teilnehmern und da wurde mir deren Erfolgsrezept wieder klar: Es ist die Mischung aus Unternehmertum und Leidenschaft!

■ Welchen Tipp möchten Sie künftigen Systemgastronomen geben?

Mir liegt ein gutes und produktives Miteinander zwischen Franchisenehmern und Franchisegebern genauso wie zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern am Herzen.Wir beobachten seit Jahren, dass hinter Erfolg immer eine Teamleistung steht.Geben Sie sich hier Spielregeln beziehungsweise nutzen Sie die, die BdS-Mitglieder in den Tarifverträgen für das Beschäftigungsverhältnis bereits gefunden haben.

> FRANZISKA MANSKE redaktion.de@mediaplanet.com

FRANCHISING-MODELLE

Franchise für Manager und Führungskräfte

Im Franchising sind unterschiedliche Geschäftskonzepte für verschiedene Gründertypen zu finden. Auch für Manager und Führungskräfte bietet die Franchise-Wirtschaft interessante Optionen.

Im Fokus von "Management-Konzepten" stehen eher Führungsaufgaben sowie die strategisch-gestalterische Arbeit am Unternehmen als der direkte Dienst am Kunden. Sei es nach der Gründung eines Einzelbetriebes (Schwerpunkt: Führungsaufgaben) oder in einem größeren Rahmen als Multi-Unit- oder Master-Franchisenehmer.

Multi-Unit-Franchising

Für die Franchisezentrale bedeuten Franchisenehmer mit gleich mehreren Standorten eine geringere Komplexität in der Betreuung. Durch den Betrieb mehrerer Standorte gewinnt der Franchisenehmer hingegen an Einfluss. Durch mehrere Standorte kann er seine wirtschaftliche Leistung gegenüber einem Einzelbetrieb vervielfachen.

Master-Franchising

Häufig expandieren internationale Franchisesysteme über den Verkauf von nationalen Master-Lizenzen. Der Master kennt sich im Zielgebiet aus und passt das Konzept an. Zunächst übernimmt er den Aufbau des ersten nationalen Pilotbetriebes und anschließend Aufgaben eines Franchisegebers. wie beispielsweise die Partner-Rekrutierung.

STEFFEN KESSLER

redaktion.de@mediaplanet.com

ANZEIGE

Selbstständig und doch ein Team: Werden Sie Franchise-Partner bei SUBWAY® Sandwiches!

SUBWAY® Sandwiches ist die frische Fast Food-Alternative, direkt vor den Augen der Gäste zubereitet. Damit bedient SUBWAY® den Wunsch, sich in einer schnelllebigen Zeit ausgewogen und bewusst zu ernähren.

SUBWAY® Sandwiches sucht in ganz Deutschland passende Franchise-Partner mit...

- Leidenschaft für unsere Weltmarke
- Gästefokus und Unternehmergeist
- Hands-On-Mentalität und Lust, ein Team von bis zu zehn Mitarbeitern zu führen
- Begeisterung, Teil eines starken Netzwerks von mehr als 350 Franchise-Partnern



Vor sieben Jahren habe ich bei Subway Sandwiches als Mitarbeiter angefangen. Heute bin ich mein eigener Chef und leite zwei Restaurants. Vom Einkauf bis zur Werbung und im Austausch mit anderen Unternehmern erleichtert mir die Partnerschaft meinen Alltag. Und ich profitiere als Subway Partner natürlich von der starken Marke.









EXPERTENPANEL

Frage 1:

Wer kann gründen und welche Voraussetzungen muss man mitbringen?

Frage 2

Wo sehen Sie die Vorteile in Ihren Franchisesystem? Wie werden Sie vom Franchisegeber unterstützt?

Frage 3:

Für wen eignet sich das Franchising, welcher Unternehmertyp muss man sein, um erfolgreich zu sein?



Heiko Meierdierks (links) und Michael Klinge DATAC Buchführungsbüro Klinge & Meierdierks GmbH

Als staatlich geprüfte Bilanzbuchhalter (IHK) haben wir uns im Jahr 2009 dazu entschlossen, als Dienstleister mit einem Buchführungsbüro in die Selbstständigkeit zu gehen. Ausgestattet mit der notwendigen Fachkenntnis und Berufserfahrung war es eine der vordringlichsten Aufgaben, während der Gründungsphase einen starken Partner zu finden. Mit der DATAC AG haben wir diesen bereits nach kurzer Zeit finden können.

Als Franchisegeber bietet die DATAC uns in erster Linie die Software für die Bearbeitung lfd. Finanzbuchhaltungen und die Erstellung lfd. Lohnabrechnungen. Diese können wir für unsere Mandantenbuchhaltungen optimal nutzen, da sie sehr flexibel auf die Besonderheiten unterschiedlicher Branchen und Betriebsgrößen eingeht. Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Anbietern zeigen sich unter anderem durch die digitale Archivierung von Belegen, inklusive OCR-Erkennung und DATAC24. Sowohl für die Gewinnung von neuen Mandanten als auch hinsichtlich der Zufriedenheit unserer bestehenden Mandanten sind diese Wettbewerbsvorteile unschätzbar.

Im nunmehr vierten Jahr der Selbstständigkeit hat sich die Entscheidung für DATAC bewährt. Wirtschaftlich erfolgreich und mit einer gesunden Mandantenstruktur bleibt es dennoch unerlässlich, täglich motiviert den Mandanten seine volle Aufmerksamkeit zu widmen

(DATAC Buchführungsbüros arbeiten gem.§ 6 Steuerberatungsgesetz, Erledigung der lfd. Finanz- und lfd. Lohnbuchhaltung ohne Rechts- und Steuerberatung)



Johannes Gerhard Franchisepartner Morgengold Frühstücksdienste Franchise GmbH

Gründen kann prinzipiell jeder, der sich klar macht: Selbstständigkeit bedeutet nicht nur unternehmerische Freiheit, sie erfordert auch eine gewisse Risikobereitschaft. Es ist unabdingbar, eigene Entscheidungen treffen und umsetzen zu können – mit allen positiven wie möglichen negativen Konsequenzen. Darüber hinaus zählt eine hohe Einsatzbereitschaft und Organisationsstärke.

Der größte Vorteil ist das erfolgreich erprobte
Konzept: frische Backwaren zum Frühstück
an die Haustür geliefert. Dabei profitiere ich
vor allem vom Morgengold Web-System, das
mir die effiziente Organisation meiner heute
rund 2.000 Kunden ermöglicht. Auch die persönliche Betreuung spielt eine große Rolle. Als
Morgengold-Partner wurde ich von Anfang an
in allen Bereichen wie Logistik, Vertrieb, Organisation und in betriebswirtschaftlichen
Fragen unterstützt und geschult – nicht
zuletzt durch das Seminarangebot der
systemeigenen Morgengold-Akademie.

Auch
Morge
Franc
genzu
ternel
gagen
kannt
zung genzu
hat

Auch mit einem erfolgreichen Konzept wie Morgengold Frühstücksdienste gibt man als Franchisepartner nicht die eigene unternehmerische Verantwortung ab. Erfolgsentscheidend sind auch hier die Fähigkeiten des Unternehmers, seine Persönlichkeit und sein Engagement. Wer bereit ist, von der Markenbekanntheit, dem Know-how und der Unterstützung der Zentrale zu profitieren und im Gegenzug gewisse Systemvorgaben einzuhalten, hat als Franchisepartner eine echte Chance.



Stephanie Grothe Franchisepartnerin Subway Sandwiches, Bad Schwartau

Aus meiner eigenen Erfahrung weiß ich, wichtig ist vor allem Leidenschaft für die Weltmarke und das Konzept, Sandwiches, Wraps und Salate frisch vor den Augen der Gäste zuzubereiten. Subway Sandwiches sucht dafür in ganz Deutschland passende Franchisepartner, die sich selbstständig machen möchten, aber trotzdem von einem starken Team profitieren wollen. Franchisepartner sollten selbst anpacken können und Profi im Umgang mit Gästen sein, denn ausgezeichneter Service ist das A und O. Da das Restaurantkonzept sehr flexibel und unkompliziert ist, sind die Investitionskosten vergleichsweise niedrig. Auch das war für mich ausschlaggebend.

Als Franchisepartner von Subway profitiere ich von einer sehr starken, weltweit bekannten Marke und von einem Netzwerk, das beim Wareneinkauf und dem überregionalen Marketing zusammenarbeitet. Die Systemzentrale bietet mir zudem eine breit aufgestellte Unterstützung: Neben einer persönlichen Betriebsberatung und vielen Schulungsangeboten für mich als Unternehmer und meine Mitarbeiter stehen zum Beispiel auch Echtzeit-Controlling-Instrumente für die Betriebsführung zur Verfügung

Subway sucht Unternehmer, die zum Konzept passen und zu denen das Konzept passt. Franchisepartner mit Gästefokus und Unternehmergeist, die durchschnittlich rund zehn Mitarbeiter führen können und dafür Sorge tragen, dass standardisierte Prozesse in einer einheitlich hohen Qualität umgesetzt werden. Bei Subway können sie dabei auf ein erprobtes Geschäftskonzept vertrauen und müssen das Rad nicht neu erfinden.



Alexander Steinke Franchisepartner Town & Country Haus Lizenzgeber GmbH

Sein eigener Chef werden kann zunächst einmal jeder, der nach Selbstständigkeit strebt. Wer hierfür keine eigene Geschäftsidee und kein entsprechendes Unternehmenskonzept hat, kann mit einem etablierten Franchisesystem auf ein erprobtes Konzept und eine effektive Marktstrategie setzen. Als Gründer muss man zudem bereit sein, Zeit und Geld zu investieren und das damit verbundene unternehmerische Risiko zu tragen.

Franchise hat mir vor allem den Markteinstieg deutlich erleichtert. Bereits im ersten Jahr habe ich über 20 Häuser verkauft und so Normalverdienern ihren Traum vom Eigenheim erfüllen können. Neben Einkauf, Marketing und Beratung profitiere ich bei Town & Country Haus vor allem vom Wissenstransfer. Außerdem kann ich mich als Unternehmer persönlich sowie mein Unternehmen kontinuierlich weiterentwickeln, um meine Expansionsziele zu realisieren und meine Marktposition nachhaltig zu festigen. Nicht umsonst hat Town & Country Haus gerade den Deutschen Franchise-Preis 2013 erhalten.

Ohne großes Engagement und Leidenschaft geht es auch im Franchise nicht. Auch gilt es, als Unternehmer ein Konzept zu finden, das zu den eigenen Fähigkeiten, Stärken und Einkommenserwartungen passt. Branchenkenntnisse sind meist nicht erforderlich. So habe ich in Schulungen alles Wichtige zum Hausverkauf und Hausbau erfahren. Das macht Town & Country Haus auch für Quereinsteiger interessant. Gefragt sind echte Macher mit Führungsstärke.



Stefan FietzFranchisepartner NORDSEE
GmbH, Karlsruhe

Grundsätzlich kann jeder Franchisepartner bei NORDSEE werden, Kenntnisse in der Systemgastronomie sind jedoch von Vorteil. Auch ein hohes Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Marke und den Mitarbeitern sowie Spaß an der Arbeit in einem gut organisierten System mit unternehmerischen Freiheiten sollten potenzielle Interessenten mitbringen

NORDSEE verbindet hervorragend Tradition und Innovation. Als europaweite Nummer eins in Sachen Fisch ist sie eine starke Marke mit viel Potenzial. Unterstützung erhalte ich von den Fachabteilungen in der Zentrale und der eigenen Franchise-Abteilung. Die Partnerschaft zwischen Franchisegeber und uns Franchisenehmern ist stimmig. Auch der Kontakt zwischen den Franchisekollegen ist ausdrücklich gewünscht und wird von der Company sogar gefördert.

Generell ist Franchise eine tolle Möglichkeit, um sich selbstständig zu machen. Hunger nach Herausforderungen, gute Führungsqualitäten und betriebswirtschaftliches Denken sind dabei das A und O. Leidenschaft und Einsatzbereitschaft sind ebenfalls unerlässlich.



INSPIRATION

Frage: Hat ein Start-up ohne IT- oder Technologie-Hintergrund heute noch Chancen auf Realisierung?

Antwort: Ja! Das beweist das junge Unternehmen "Wellthy" und baut mit einem innovativen, marktreifen Konzept und einem qualifizierten Team mutig eine ganz neue "WELLT".

BODY – FOOD – MIND: FRISCHER WIND FÜR DEN FITNESSMARKT

INTERVIEW

TIMO SWITALLA

16-Stunden-Tage, sieben Tage pro Woche, 365 Tage pro Jahr. Für Timo Switalla dreht sich das Leben seit über 18 Monaten nur um eins: um ein urbanes Lebenskonzept, das ganzheitlich, konsequent und bezahlbar ist, kurz: Wellthy. Im Interview spricht der Jungunternehmer über den langen Weg zur Marktreife.

Was ist Wellthy?

Kurz gefasst: Back to the roots! Ein speziell entwickeltes Bodyweight-Training mit einer Vitalküche sowie einer Fitness- und Gesundheits-Akademie. Dabei erfinden wir aber keine künstlichen Fitnesswelten, sondern wir befriedigen das Grundbedürfnis nach einem gesunden Leben ohne Verzicht. Wellthy verknüpft symbiotisch drei essenzielle Bereiche: Fitness, Ernährung und Wissen - Body, Food and Mind.

Können Sie das etwas genauer erläutern?

Body steht ausschließlich für das Training mit dem effektivsten Fitnessgerät der Welt: dem eigenen Körper. Bei uns gibt es sowohl Gruppenworkouts für jedes Fitnessniveau als auch individuelle Trainingseinheiten mit zertifizierten Personal Trainern, zu flexiblen Öffnungszeiten und ohne Vertragsbindung, also keine Monatsbeiträge oder Knebelverträge. Wir bieten ein Prepaid-System an, welches dem Kunden zusätzlich ein komplettes Ernährungs-und Fitnesspaket bietet. Food steht für saisonale und regionale Küche, welche den Trainingsansatz konsequent unterstützt. Erschwingliche Tagesgerichte sowie eine Vielzahl weiterer abwechslungsreicher Speisekreationen sind vor Ort, to go und per Lieferservice erhältlich. Im Bereich Mind werden knackige Kurse angeboten, in denen das Wissen vermittelt wird, welches im Ernährungsund Fitnessbereich benötigt wird. Zudem haben wir den Memberclub WELL-C, die Community. Der Aus-



Timo Switalla Gründer & Geschäftsführer Wellthy UG & Co. KG

tausch von Erfahrungen, gemeinsames Workout oder die Verabredung zu einem gesunden Essen stehen hier im Vordergrund.

■ Wie kamen Sie auf dieses urbane Lebenskonzept?

Ein bekanntes Problem in Metropolen: Es gibt nur Fastfood oder überteuerte Lifestyle-Küche. Jahrelang war ich als Berufstätiger und Leistungssportler auf der Suche nach einer Kombination aus bezahlbarem, vitalstoffreichem Essen, effizientem Körpertraining und der Vermittlung von Wissen, leider ohne nennenswerten Erfolg. Die Idee, diese drei Bereiche miteinander in einem Konzept zu verbinden, war geboren. Seminare, Kochkurse und Workshops sowie ein Online-Shop und ein umfangreiches Online-An-

gebot an Webinaren, Datenbanken und Rezepten runden das Konzept ab.

■ Und jetzt steht Wellthy in den Startlöchern ...

... ja, wir sind bereit! Alle Hausaufgaben sind gemacht. Die Infrastruktur steht, alle Kooperationspartner, genauso wie ein hochqualifiziertes Team. Nun müssen wir nur noch den letzten Finanzierungsschritt gehen.

■ Das ist bestimmt nicht leicht.

Das stimmt. Bei einer Vielzahl der heutigen Start-up-Finanzierungen geht der Trend zu IT, kurzfristigen Beteiligungen und einem schnellen Exit. Das wollen wir nicht. Wir suchen nach Partnern, mit denen wir dann nachhaltige Synergien schaffen. Nach der erfolgreichen Pilotierung in Berlin ist eine zügige Marktbesetzung in weiteren deutschen Großstädten geplant. Durch die ständige Weiterentwicklung und Lizensierung eigener Produkte wird die perfekte Grundlage für

ein modernes Franchisesystem geschaffen. Heute und in Zukunft bieten sich eine Vielzahl von gewinnbringenden Chancen für strategische Partner und Investoren.

■ Was macht Sie da so sicher?

Das Feedback. Ich bin niemand, der die Idee im stillen Kämmerlein ausgetüftelt hat. Hinter mir stand schnell ein hoch qualifiziertes Team aus Ernährungswissenschaftlern, Unternehmensberatern, Ökotrophologen, Sportwissenschaftlern und systemischen Coaches sowie Köche und Personal Trainer. Das ganze Team arbeitet derzeit aus großer eigener Überzeugung. Auch dieser Aspekt zeigt, dass Wellthy funktioniert, denn niemand mit der Expertise dieser Mannschaft investiert nur aus Spaß Lebenszeit in ein Projekt, das nicht funktionieren wird. Wenn wir morgen eröffnen, ist der Laden übermorgen voll - davon bin ich über-

ANNIKA ZIMMERMANN redaktion.de@mediaplanet.com

SUPERBUDE







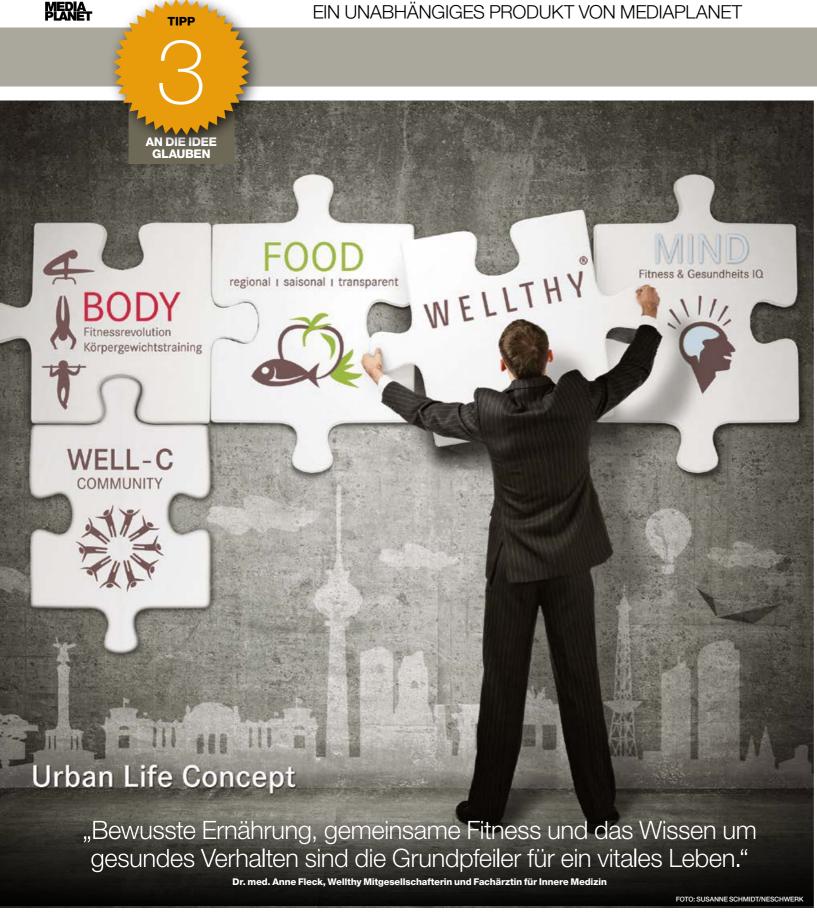
Erfolgreich mit

■ Vor fünf Jahren wurde im Hamburger Stadtteil St. Georg ein völlig neues Hotelkonzept realisiert. Und im vergangenen Jahr eröffnete bereits das zweite Hotel. Eine Erfolgsgeschichte.

"Wohnen bei Freunden, leben im Hotel. Wer hier eincheckt, ist Besucher und Besuchter, Gast und Gastgeber, Bewunderer und Bewunderter in einem. Die Mischung aus Budgethotel und Hostel, maßgeschneidert auf eine Zielgruppe: ein junggebliebenes Publikum mit großer Reiselust, die nicht 08/15 wohnen möchten. Professioneller Service in legerem Umfeld, Schlafgelegenheiten in innovativem Design ohne unnötigen Schnickschnack, kostenfreies WLAN, Flatscreen-TVs,

ein junges, vielleicht etwas verrücktes Team sowie eine Lounge,in der immer was los ist. Das war vor fünf Jahren unsere Idee", erzählen Jörn Hoppe und Kai Hollmann. Und dank eines Teams aus Architekten, dem Design-Team Dreimeta aus Augsburg und viel Fleißarbeit wurde diese auch in kurzer Zeit realisiert. "Uns wurde eine Investitionssumme von vier Millionen Euro zur Verfügung gestellt. Genug Geld, um unsere Träume zu verwirklichen", so Jörn Hoppe.

Wie bei jeder Neugründung gab es natürlich auch beim Team der Superbude nicht nur Höhen. Besonders die erdachten Selbstservice-Leistungen mussten den Gästen so erläutert werden, dass ein Verständnis für das Konzept und das Preis-Leistungs-Verhältnis



DEGUT 2013

Deutsche Gründer- und Unternehmertage

Jedes Jahr Ende Oktober finden die Deutschen Gründerund Unternehmertage (deGUT) statt. Mit über 6000 Teilnehmern und mehr als 130 Ausstellern ist die deGUT eine der wichtigsten Veranstaltungen für junge Unternehmer und alle, die es werden wollen.

Ein umfangreiches, kostenloses Seminarprogramm sowie Experten und Berater von Banken, Wirtschaftsverbänden, Kammern und anderen Institutionen informieren über alles, was man bei einem Start in die Selbstständigkeit wissen muss. Auch Unternehmen, die sich bereits etabliert haben, erfahren viel Wissenswertes zu Themen wie Marketing, Verkauf, Recht oder Personal. Vor Ort sind viele prominente Gründer, die aus ihrer unternehmerischen Praxis erzählen, individuelle Fragen beantworten und persönliche Tipps geben.

Im Rahmen der deGUT wird der KfW-Award GründerChampions verliehen. Prämiert wird ein Unternehmen aus jedem Bundesland, das nicht älter als fünf Jahre ist. Innovation und Kreativität sowie die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung sind Kriterien für die Auswahl.

Bewerbungen sind noch bis zum 1. August 2013 unter www. degut.de möglich.

- Deutsche Gründer- und Unternehmertage
- 25./26.10.2013 Berlin
- www.degut.de

der Superbude

entsteht. Hoppe: "So bitten wir die Gäste beispielsweise, das Frühstücksgeschirr nach dem Verzehr selbst in Abräumstationen zu vertauen, geben aber dafür die Möglichkeit, von 07.00 bis 12.00 Uhr zu frühstücken."

Besonderes Interieur

Die Designidee, Materialien und Dinge sinnentfremdet zu verarbeiten und dabei spielerisch einen neuen Zweck zu kreieren, kam vom Designbüro "Dreimeta". So wurden zum Beispiel Küchenschränke aus Überseekisten gebaut und aus alten Wasserrohren sind Regale und Tische entstanden. Am 18. April 2008 öffnete die Superbude schließlich ihre Türen für Backpacker, junge Geschäftsreisenden und Neugierige dieser Welt. "Bei

der geschickten Marketingkampagne ,Jeans Spende' wurden zukünftige potenzielle Gäste gebeten, ihre gebrauchten Jeans als Bezugsstoff für unsere Sofas zu spende: im Gegenzug wurden die Gäste zur Eröffnung eingeladen und konnten dann ihre 'alte Jeans' im 'neuen Look' bewundern und die Superbude ausprobieren. Dies generierte wiederum Presse und innerhalb von ein paar Wochen war quasi Leben in der Bude", erzählt Kai Hollmann.

365 Tage, 24 Stunden und immer gut drauf

Bereits drei Jahre nach der Eröffnung wurde die Superbude St. Pauli geplant. "Diesmal hatten wir 'nur' knapp 1,5 Millionen Euro zur Verfügung, mussten aber auch keine Re-



novierung/Sanierung des Gebäudes zahlen, da ein Projektentwickler auch gleichzeitig Vermieter der Immobilie ist. Doch die Summe, die wir für das Interior Design und Pre-Opening hatten, haben wir genutzt. Wir haben tolle Kooperationspartner, die wir für unser Konzept begeistern konnten und die sich gerne in unserer Superbude präsentieren wollen. Eine gemeinsame Ansprache der gleichen Zielgruppen ist ein großer Teil des

Marketingkonzeptes, Networking und Synergien nutzen lautet die Devise." Am 22. Februar 2012 öffnete diese unter dem Motto "Take a Schanze on me!" auf St. Pauli ihre Türen.

Rocken auf St. Pauli

Neben 61 Zwei-, zwei Fünf-, 24 Vierbettzimmern und einem Sechsbettzimmer lockt die Superbude St. Pauli mit ihrer weltweit sicher einzigartigen DC Rockstarsuite by EMP, mit Barkühlschrank und Couchlandschaft, Surroundsystem von Bose und Playstation bietet die Behausung Platz für sechs amtierende oder künftige Rockstars oder ihre wechselnden Begleitungen. Geschlafen wird dabei in Reihe unterhalb der aufklappbaren Studiobühne, die nicht nur über professionelle Beleuchtungstechnik, sondern auch über eine versenkbare Leinwand für die Beamerprojektion verfügt. So wandelt sich die Suite auf Knopfdruck vom Schlafzim mer wahlweise zum Proberaum, zum Kinosaal, zu Hamburgs privatestem Club oder zur Location für Pressegespräche anlässlich von Record-Releases inklusive Live-Kost-

Erneut volles Haus, begeisterte Kritiken im Internet und glückliche Gäste, lassen eine weitere Expansion erhoffen. Die Macher der Superbude haben es geschafft. Diese besondere Erfolgsgeschichte zeigt: Manchmal führen auch unkonventionelle Wege zum Ziel.

FRANZISKA MANSKE

redaktion.de@mediaplanet.com



INSPIRATION

Finanzierung und Unterstützung

Finanzierungsexperte Thomas Dankwart spricht im Interview über das Finden des passenden Investors.



Dankwart Mitglied des Vor-**Business Angels** Club Berlin-Brandenburg e. V.

Herr Dankwart, was sind die wichtigsten Investorenarten?

Insgesamt gibt es sehr viele, unterschiedliche Investorengruppen, aber nur wenige, die sich um technologieorientierte Start-ups kümmern.Deshalb kommt der Business-Angels-Finanzierung eine immer größere Bedeutung zu. Neben kommerziellen VC-Gebern können Beteiligungsgesellschaften von Konzernen wichtige strategische Partner sein. Sie sind immer auf der Suche nach technologieorientierten Gründungsideen, die gut in ihr Portfolio passen. Dann gibt es noch die staatlichen Fördereinrichtungen und Beteiligungsgesellschaften und die neuen, internetbasierten Finanzierungsformen wie Crowdfunding und Crowdinvesting, deren Entwicklung man beobachten

Wo finden Gründer den richtigen Investor?

Was "richtig" im Sinne Ihrer Frage ist, hängt meist stark vom Einzelfall ab und von der Phase, in der sich der Gründer beziehungsweise das Gründungsteam befindet. Der richtige Investor ist der, der neben einem maßgeschneiderten Finanzierungsmodell auch die Unter-



KRÄFTIGE FINANZSPRITZEN seitens der Investoren setzen einen gut durchdachten Businessplan inklusive realistischer Kostenkalkulation voraus. FOTO: SHUTTERSTOCK

stützung für die Gründer anbietet, die sie benötigen, zum Beispiel bei der strategischen Ausrichtung, dem Vertriebsaufbau oder auch der Internationalisierung. Und hier sind das Erfahrungswissen und die Kontakte erfahrener Unternehmer ein wesentlicher Vorteil für die Gründer, der sich auch bei der Wertentwicklung ihrer Unternehmen positiv auswirkt. Man findet sie in Internetforen sowie regionalen und internationalen Netzwerken und auf Gründermessen. Insbesondere regionale Start-up-Veranstaltungen wie beispielsweise die Matching-Veranstaltungen der Business Angels sind interessante Plattformen.

■ Wie treten sie an diese heran?

Auf jeden Fall gut vorbereitet. Vor der Ansprache sollte klar sein, welche Wünsche man als Gründer neben der finanziellen Beteiligung an der eigenen Gründungsidee hat. Diese zusätzlichen Erwartungen an den Investor sind wichtig für die passende Auswahl der potenziellen Investoren. Business Angels bringen beispielsweise ihr gesamtes Know-how ein. Das schnelle Geldverdienen steht bei ihnen nicht im Vordergrund.

Auf was sollten Gründer dabei besonders achten?

Gründer sollten eine klare Vorstellung von der eigenen Geschäftsidee haben. Dazu gehört ein aussagefähiger Geschäftsplan, der klar fokussiert ist und eine realistische Einschätzung des Gründers von der Realisierung seiner Geschäftsidee und den erwarteten Chancen und Risiken widerspiegelt. Außerdem ist es für den Erfolg wichtig, dass der Gründer dem Investor das Gefühl vermittelt, dass er voll hinter seiner Idee steht, weiß, worüber er spricht, und bereit ist, alles dafür zu tun, seine Geschäftsidee zu realisieren.

Was sollten sie keinesfalls tun?

Gründer sollten gut vorbereitet in Investorengespräche gehen, sich über ihre Gesprächspartner informieren. Im Gespräch oder in der Präsentation sollten sowohl das Geschäftskonzept als auch die Erwartungshaltung an die Gesprächspartner kurz und präzise formuliert werden. Wer unvorbereitet oder unsicher in ein Gespräch geht, hat bereits verloren.

Auf was legen Investoren Wert?

Investoren bewerten sowohl die Geschäftsidee als auch den Gründer beziehungsweise das Gründerteam. Dem Gründer muss man zutrauen, dass er sein Vorhaben auch erfolgreich in die Tat umsetzen kann. Außerdem muss die Chemie stimmen, denn oft ist der Eindruck, den der Investor vom Gründer gewinnt, ausschlaggebend für die Investitionsentscheidung. Die Geschäftsidee ist dann interessant, wenn die Aussagen zum Alleinstellungsmerkmal, zu den Marktchancen des Produkts, zum Wachstumspotential sowie zur Skalierbarkeit des Geschäftsmodells den Investor ansprechen und er eine Realisierungschance sieht.

Wann sind sie bereit, zu investieren?

Die Anforderungen an interessante Gründungsideen habe ich gerade skizziert. Je nach Investorengruppe und der Motivation für ein Investment ist entscheidend, ob der Gründer bereit ist, die Entscheidungskompetenzen zu teilen oder perspektivisch die Mehrheit sogar abzugeben. Außerdem ist für den Investor ausschlaggebend, wie stark der Gründer selbst ins Risiko geht und bereit ist, seine Gewinne zu teilen.

FRANZISKA MANSKE

-örderungen in Anspruch nehmen

In Deutschland gibt es eine ganze Reihe von Fördermöglichkeiten für Gründer. "Die wichtigsten sind Gründungszuschuss, Beratungsförderung sowie Mikrokredita" sa Dr Andraas Lutz van gruendungszuschuss.de. **Der promovierte Betriebs**wirt ist einer der bekanntesten Existenzgründungsberater Deutschlands.

Der Gründungszuschuss

Der Gründungszuschuss ist die derzeit interessanteste Förderung und beträgt bis zu 18.000 Euro. Dieser Zuschuss ist nicht rückzahlbar und steuerfrei. "Es ist jedoch nicht ganz so einfach, den Zuschuss zu erhalten", so Lutz, "zudem bekommen Gründer von der Arbeitsagentur oft den Hinweis, dass ihnen der Zuschuss nicht zustehe. Davon sollte man sich jedoch nicht irreführen lassen, tatsächlich erhält ein Großteil derer, die den Antrag stellen und einen guten Businessplan vorlegen, dann doch den Zuschuss." Voraussetzung, um Anspruch auf den Grünzuschuss zu haben, ist, mindestens einen Tag arbeitslos zu sein und mindestens fünf Monate Restanspruch auf Arbeitslosengeld I müssen noch bestehen.

Die Beratungsförderung

Unter die geförderte Beratung fällt unter anderem das Vorgründungscoaching und nach der Gründung



Dies sind sehr großzügige Zuschüsse, durch die man sich von erfahrenen Unternehmensberatern unterstützen und dadurch viele Fehler vermeiden kann. Gefördert werden Gründer mit bis zu 90 Prozent der Beratungskosten. "Um die vollen 90 Prozent zu erhalten, muss man zuvor den Gründungszuschuss bewilligt bekommen haben. Doch auch für Gründer, die den Zuschuss nicht erhalten, gibt es Förderungen, bei denen 50 bis 70 Prozent der Kosten übernommen werden", erklärt Dr. Andreas Lutz.

Die Mikrokredite

Wie der Name Mikrokredite schon sagt, muss man diese zurückbezahlen." Gründer benötigen oft nur kleine Beträge, etwa um durch zusätzliche Marketingmaßnahmen ihre Startchancen zu verbessern. Beträ-

das Gründercoaching Deutschland. ge zwischen 1.000 und 10.000 Euro gibt es aber nicht von der Bank, sondern eben nur in Form eines Mikrokredits. Für die Banken würden sich Kredite in dieser Höhe einfach nicht rechnen, außer als teurer Dipso." Egal an welcher Förderung Grün der interessiert sind, wichtig ist, sich möglichst frühzeitig vor der Gründung zu informieren, noch bevor man kündigt beziehungsweise mit der Arbeitsagentur über die Gründungspläne spricht."In dem kostenlosen Webinar, das gründungszuschuss.de regelmäßig anbietet, klären wir Gründungswillige über die tatsächlichen Förderkriterien auf und geben Tipps zur optimalen Vorgehensweise. Machen Sie von Anfang an alles richtig und verbauen Sie sich keine Wege", rät der Förderexperte.

DR. ANDREAS LUTZ

redaktion.de@mediaplanet.com



CROWDFUNDING & CROWDINVESTING

Geld aus dem Netz

Während Bitcoins eine virtuelle Währung im Internet darstellen, geht es bei **Crowdfunding und Crowd**investing um echtes Geld für die Unterstützung von Kreativen und Start-ups.

Für sie ist so auch in Deutschland eine alternative Finanzierung zur Bank, zu Fördermitteln oder Business Angels entstanden. 2012 sind hierzulande zwei Millionen Euro für fast 500 Projekte per Crowdfunding eingesammelt worden. In diesem Jahr gehen wir bereits von bis zu sechs Millionen Euro aus. Dabei erhalten die Unterstützer als Dankeschön kreative Gegenleistungen. Bei einem Musiker können dies dann beispielsweise das Album zum Download oder Konzerttickets für die nächste Tour sein. Zwar lag die Finanzierungshöhe im ersten Quartal 2013 nur bei 5.500 Euro pro Projekt. Doch gerade in diesem Bereich ist es für Gründer und Selbstständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft oft schwierig, andere Finanzierungsquellen abseits der eigenen Sparbüchse zu erschließen. Und genau dies verändern Crowdfunding-Plattformen wie der Marktführer Startnext.

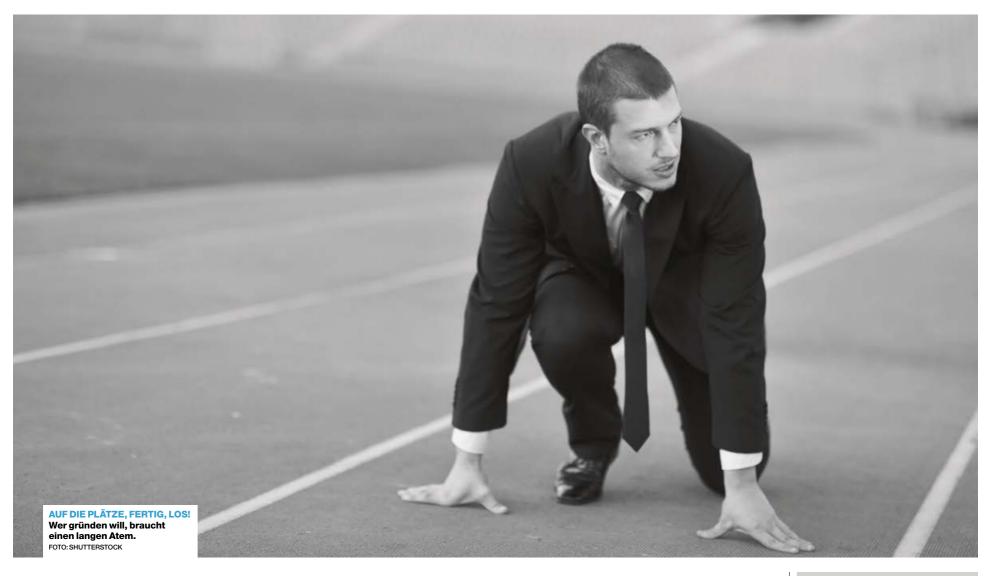
Mehr Kapital, aber dafür auch eine Beteiligung am Unternehmen bietet Crowdinvesting. So haben die vielen kleinen Business Angels bisher 7,6 Millionen Euro in über 70 Start-ups investiert - alleine in diesem Jahr sind bis zu 15 Millionen Euro möglich. Dabei sind mittlerweile auch Finanzierungen jenseits der Marke von 100.000 Euro üblich. Beim Startup AoTerra soll es sogar der Rekordwert von 750.000 Euro werden. Anfang Mai stand der Funding-Pegel bereits bei 700.000

Damit stellt Crowdinvesting nicht nur eine Alternative zum Business Angel dar, sondern auch zur klassischen Venture-Capital Finanzierung. Neben Kapital zu recht günstigen Konditionen erzielen die Start-ups auf den führenden Plattformen Seedmatch, Innovestment und Companisto oft auch einen guten Marketingeffekt. Begeisterte Investoren sollten sich jedoch darüber klar sein, dass sie neben den Chancen auch die Risiken einer Start-up-Beteiligung bis hin zum Totalverlust in Kauf nehmen.

RENÉ S. KLEIN

redaktion de@mediaplanet.com

INSPIRATION



Gründen ist kein Sprint, sondern ein Marathon

Interview mit Christian Manthey, Gründungsexperte und Bundesvorstand "Die Jungen Unternehmer – BJU" über den Weg in die Selbstständigkeit.



Christian Manthey Bundesvorstand Die Jungen Unternehmer – BJU | Klub der Gründer

■ Herr Manthey, wir wollen über den Weg in die Selbstständigkeit sprechen. Was ist die Grundvoraussetzung um sich selbstständig zu machen?

Eine gute Idee, die marktreif ist; eine gute Vorbereitung und das Wichtigste: die bewusste Entscheidung, sich selbstständig zu machen.

■ Was heißt denn "eine gute Vorbereitung" genau?

Mindestens sechs Monate vor der Selbstständigkeit, was ja auch die Kündigung des Jobs beeinhaltet, sollte man sich mit der Thematik Firmengründung intensiv auseinandersetzen. Denn als Gründer ist man Generalist und ein Geschäftsmodell besteht aus mehreren Bestandteilen: Man muss den Markt kennen, in Marketing und Finanzen fit sein, muss Einblicke in Vertrieb und Produktentwicklung haben, sollte aber auch die ganze Bürokratie nicht aus den Augen verlieren. Und auch die psychische Vorbereitung sollte man nicht vergessen.

■ Warum?

Gründen ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Man muss kontinuierlich eine hohe Leistung über einen langen Zeitraum abrufen können. Gründer sein ist kein Job von 8.00 bis 17.00 Uhr, eher zwölf bis 16-Stunden-Tage, sieben Tage die Woche, 365 Tage und das über mehrere Monate, wenn nicht sogar einige Jahre hinweg. Die Startphase verlangt alles von dem Gründer ab und dazu muss er bereit sein. Man darf jedoch auch nie vergessen, dass ein Unternehmen zu gründen auch Spaß macht. Wer also mit Herzblut dabei ist, arbeitet auch gern pausenlos an und in seinem Unternehmen.

■ Welche Fehler werden häufig gemacht und wie kann man diese vermeiden?

Zu wenig Vertrieb und Marketing ist ein häufiger Fehler. Ein Unternehmen kann nur überleben, wenn es Umsatz macht. Dafür muss man das Unternehmen aber kennen und jemanden finden, der für etwas bezahlt. Unternehmer, die keine Rechnungen schreiben, überleben auch nicht. Zudem sollte auch eine Produktanalyse am Markt durchgeführt werden. Interessiert meine potenziellen Kunden mein Produkt überhaupt? Also: Raus auf die Straße, ran an die potenzielle Zielgruppe. Nur wer fragt, gewinnt! Der Austausch mit Kunden ist in jedem Fall das A und O, auch nach der Gründung, denn nur so kann das Produkt optimiert und das Unternehmen erfolgreicher werden.

■ Was muss man während des Gründungsprozesses beachten?

Man muss sich seine Idee und seine Kunden immer wieder selbst reflektieren. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass man wenige Fixkosten anhäuft. Man sollte am Anfang alle Dienstleistungen outsourcen. Die ersten Mitarbeiter sollten das Kernteam werden, also Mitarbeiter mit ergänzenden Kompetenzen. Ganz

wichtig ist es natürlich auch, sein Netzwerk zu erweitern.

■ Wo findet man als Gründer Antworten auf seine Fragen? Zum Beispiel im Netzwerk "Klub der Gründer" von unserem Verband "Die Jungen Unternehmer - BJU".

■ Was steckt hinter der Idee "Klub der Gründer"?

Das sind vier Punkte: Gründern eine bundesweite Plattform zu geben, die sich nach der Gründung mit ihren Unternehmerbedürfnissen abgeholt fühlen; das Netzwerk zu vergrößern; Wissensaustausch unter Gründern. Dazu gibt es ein besonderes Programm. Dies bietet Praxisvorträge von erfahrenen Unternehmern, Gründerkochen, Wissensveranstaltungen und geschlossene Diskussionsstammtische. Alle Veranstaltungen sind für Gründer kostenlos. Unternehmertum ist eine starke wirtschaftliche Säule in Deutschland und die Jungunternehmer sind quasi die Zukunft unseres Landes, also müssen sie auch gefördert und unterstützt werden.

PAUL HOWE

redaktion.de@mediaplanet.com

GRÜNDEN NACH BAUKASTENPRINZIP

Einstieg leicht gemacht

Eine neue Internetplattform hilft Firmengründern auf dem Weg in die Selbstständigkeit.

Die Komplexität des Gründungsprozesses reduzieren, den Erfolg des Unternehmers maximieren. Mit diesem Ziel startete Michael Silberberger 2012 das Internetportal www.firma.de. Der erfahrene Seriengründer will mit dem firma.de-Firmenbaukasten-System Gründungen in Deutschland einfacherer, sicherer und für mehr Menschen attraktiv und durchführbar machen.

Das firma.de-System basiert auf einfachen Modulen (Businessplan, Firmengründung, Lohnabrechnung, Buchhaltung, Website, Telefonsekretariat, Gründercoaching, 1.000 Beratungsbausteine von zertifizierten Beratern), die alle miteinander kombiniert werden können. Gründer suchen sich auf dem Portal das passende Paket aus und die Experten übernehmen alle weiteren Formalitäten. Für den Gründer bedeutet dies: schnell betriebsfähig, kein Stress und volle Konzentration auf das eigene Business.

Laut der BMWI-Studie "Die Zukunft der Gründungsförderung – neue Trends und innovative Instrumente" stehen Plattformen, die Produkte und Dienstleistungen für Gründer bündeln, am Anfang eines Erfolgszyklus und werden Teile der Gründungsförderung privatisieren.

PAUL HOWE

redaktion.de@mediaplanet.com



NEWS

Nach der Gründung den Dienstwagen nicht vergessen

■ Ob nun beim Vor-Ort-Termin auf der Baustelle oder beim Meeting mit dem strategischen Partner: Der Firmenwagen ist die automobile Visitenkarte eines Unternehmens und sollte auch im Businessplan von Existenzgründern bedacht werden. Denn der Dienstwagen ist nicht nur Fortbewegungsmittel, sondern dient der Repräsentation des Unternehmens sowie der Mitarbeiterbindung.

Für jedes Fahrzeug im Fuhrpark kann der Arbeitgeber den Kredit oder die Leasingrate steuerlich absetzen. Nutzen die Mitarbeiter den Dienstwagen auch für private Zwecke, müssen sie nur ein Prozent des Listenpreises monatlich versteuern. Kein Wunder also, dass Firmenwagen rund 30 Prozent des deutschen Pkw-Marktes ausmachen. Der Anteil deutscher Konzernmarken bei Firmenwagen beträgt laut des Verbandes der Automobilindustrie (VDA) 86 Prozent, 16 Prozent mehr als der Marktanteil bei allen Pkw-Neuzulassungen.

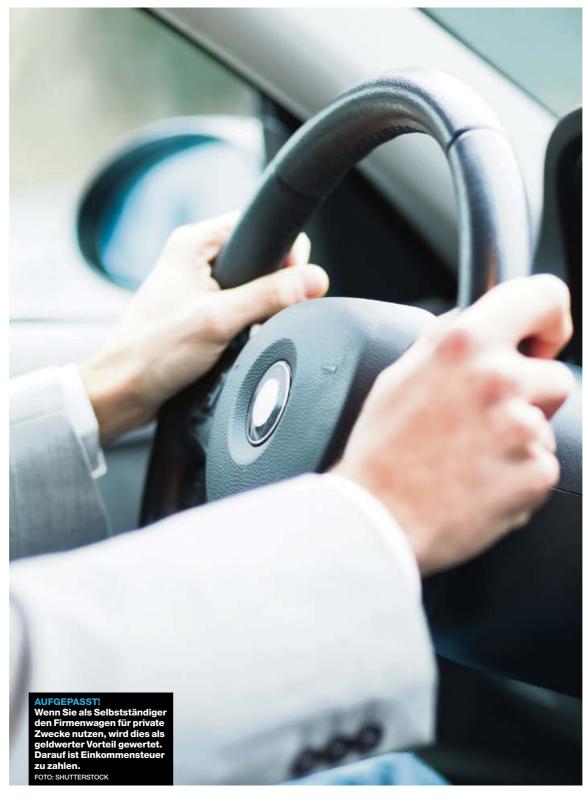
Die beliebtesten Firmenwagen

Laut Dataforce sind die zehn beliebtesten Dienstwagen der Golf, der Passat und der Touran von Volkswagen, der 3er und der 5er BMW, der A4 und A6 von Audi, die Mercedes C-Klasse, der Skoda Octavia und der Opel Astra. Fast zwei Drittel aller Firmenwagen sind Kleinwagen oder kommen aus der Mittelklasse. Mit einem Anteil von 25 Prozent ist die Kompaktklasse das umfangreichste Segment. Stark im Firmenwagensegment sind auch die "Dauerläufer" für den Außendienst. Meist wird ein sauberer und sparsamer Clean Diesel als Antriebsart gewählt.

Hoher Dieselanteil

Ein weiteres Charakteristikum des Firmenwagenmarktes ist also der hohe Dieselanteil, er liegt bei 68 Prozent gegenüber etwa knapp 50 Prozent bei den gesamten Pkw-Neuzulassungen. Bei der Kaufentscheidung für Firmenwagen stehen Effizienz und Wirtschaftlichkeit besonders im Vordergrund. Dieselmotoren haben dabei die Nase vorn, weil sie im Schnitt 25 Prozent effizienter sind. Damit verursachen Diesel-Pkw durchschnittlich 20 Gramm CO, pro Kilometer weniger als ein Pkw mit Benzinmotor. Sie schonen also nicht nur die Firmenkasse, sondern auch die Umwelt.

Die Rahmenbedingungen müssen stimmen



Doch nicht nur Marke und Antriebsart sind entscheidet für die Dienstwagenwahl, auch die Rahmenbedingungen. Gerade für Firmenkunden stellt Leasing die wichtigste Alternative zur Finanzierung dar. Die Vorteile liegen auf der Hand: Man zahlt nur für die tatsächliche Nutzung, ist immer mit den modernsten Modellen ausgestattet und ohne hohe Anschaffungskosten bleibt mehr Raum für Investitionen.

Doch damit all diese Vorteile auch optimal und individuell genutzt werden können, ist eine konsequente Serviceorientierung des Leasinganbieters unabdingbar. Hier ist es entscheidend, die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen. Dazu gehört ein umfassendes Full-Service-Lea-

sing, aber auch die Einrichtung zentraler Anlaufstellen in Form von Schwerpunkthändlern mit speziell für Firmenkunden geschultem Personal.

FRANZISKA MANSKE

redaktion.de@mediaplanet.com

FAKTEN

Captive

Captive ist eine herstellergebundene Finanzierungsgesellschaft, also eine herstellergebundene Bank. Jeder deutsche Fahrzeughersteller hat in seinem Unternehmen eine Finanzierungsgesellschaft, wie die Mercedes-Bank, die BMW-Bank, die MAN Finance, die VW-Bank.

■ Eine Captive kann man als absatzfördernde Institution innerhalb eines Konzerns verstehen. Der Kunde profitiert davon, wenn er seinen Firmenwagen bestellt und aus der gleichen Hand auch die Finanzdienstleistung bekommt, die individuell auf seine Bedürfnisse zugeschnitten ist.

■ Gegenüber der Hausbank ist eine Captive in der Lage, auch individuelle Kundenwünsche wie Zusatzdienstleistungen (zum Beispiel Versicherungsprodukte und Wartungsverträge) umzusetzen. Der Kunde profitiert also von kurzen Wegen bei der Bearbeitung und mehr Transparenz hinsichtlich der Gesamtbetriebskosten eines Fahrzeugs, da diese beim Kauf komplett zu überschauen sind und Fehlkalkulationen keine Chance mehr haben.

ANZFIGI

Leichter Abschied von einem spanischen Dorf

Aus Scheu vor der vermeintlichen Geheimwissenschaft "Steuern"

verschenken viele Selbstständige regelmäßig gutes Geld an den Fiskus.

Dass das Thema auch Spaß machen kann, zeigt jetzt ein ungewöhnliches Seminar.

Der Steuer- und Gründungsberater Andreas Görlich will die Selbstständigen für das Thema Steuern gewinnen. Es sei leider für viele die unpopulärste Disziplin im unternehmerischen Zehnkampf, so Görlich, der bisher über 500 Existenzgründern auf die steuerlichen Sprünge geholfen hat. "Gut verdaulich und mit einer gesunden Prise Humor!", das sei sein Erfolgsrezept. In seinem Seminar "Steuern, aber mit Spaß" kommen überflüssige Theorie und Juristendeutsch nicht vor. Ein Auszug aus dem Seminarprogramm:

Das liebe Steuerrecht, der Steuerzahler und der Fiskus

- Steuern als wichtige
 Disziplin im unternehmerischen
- Zehnkampf
 Selber machen oder ab zum Steuerberater?

Erstkontakt mit dem

Finanzamt

- Der Gründungsfragebogen: Ihre erste steuerliche Pflicht
- Wer bin ich: Gewerbetreibender, Freiberufler oder beides?

Gewinnermittlung

- Die zwei Ermittlungsarten, wie sie funktionieren und wer welche Methode anwenden darf
- Grundprinzipien der Einnahmen-Überschuss-Rechnung

Steuerarten

- Umsatzsteuer im Detail, Gewerbe- und Einkommenssteuer
- Liquiditätsfalle Steuervorauszahlung

Steuerliche Sonderfragen

Von der Besteuerung des Geschäftswagens bis hin zur Betriebsprüfung auf der sicheren Seite

Die mit interessanten Beispielen gestaltete Tagesveranstaltung öffnet Steuerlaien den leichten Zugang zum Thema. Das Seminar findet am 12.09. in Frankfurt, am 19.09. in Stuttgart und am 26.09. in Berlin statt.

Auch Buchhaltung kann leicht sein, mit der Cloud-Software Sage One – unserem Sponsoring Partner **www.sageone.de.**

Kontakt und Anmeldung: www.steuern-aber-mit-spass.de



IHR BMW HAT VIELE AUFGABEN. KAPITAL ZU BINDEN GEHÖRT NICHT DAZU.

Manchmal ist Ihr Kapital besser in einer guten Idee angelegt als in einem neuen Automobil. Das wissen auch wir. Deshalb bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Angebote für Geschäftsleasing – egal ob Einzeloder Flottenlösungen. Weitere Informationen speziell zu unseren attraktiven Versicherungsangeboten erhalten Sie bei Ihrem BMW Partner oder unter **www.bmwbank.de**

DIE LEASINGANGEBOTE VON BMW FINANCIAL SERVICES.

BMW FINANCIAL SERVICES. FREUDE BEGINNT MIT VERTRAUEN.



Mehr Mut zur Unternehmensgründung

Die Forschung in Deutschland bewegt sich im weltweiten Vergleich auf höchstem Niveau. Dies wird nicht zuletzt auch an den Nobelpreisen ersichtlich.

ERFOLGVERSPRECHENDE SYMBIO-SEN: Junge Unternehmen profitieren in Gründerzentren von professioneller Beratung und umfangreichem Know-how.

Fünf mal wurde deutschen Physikern die begehrte Auszeichnung in den letzten Jahren verliehen. Forschung ist jedoch nur eine der Voraussetzungen für wirtschaftliches Wachstum. Einen ganz wesentlichen Anteil an Wachstum und Wohlstand haben Innovationen. Doch erst wenn sich eine neue Idee oder Erkenntnis am Markt behaupten kann, spricht man von einer Innovation, aus der wiederum positive wirtschaftliche Effekte resultieren. Die Vermarktung von Ideen und neuen Produkten ist primäre Aufgabe der Unternehmen. Doch gerade in Zeiten der Globalisierung sind die Märkte durch Wettbewerber mehr denn je umkämpft. Hinzu kommt ein weiteres Problem: Im Vergleich zu anderen Ländern forscht Deutschland zu wenig. Die Kluft zu anderen Nationen vergrößert sich zunehmend. Soll dieser bedenklichen Entwicklung entgegengewirkt werden, muss nicht nur mehr geforscht, sondern auch die allgemeine Skepsis gegenüber technischen Entwicklungen abgelegt



Dr. Bertram Dressel Präsident ADT-Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründer-

"Die Scheu vor dem Risiko, ein Unternehmen zu gründen, muss abgelegt werden."

Wichtiger Katalysator für Wirt- Auch die Technologie- und Grünmuss zukünftig mehr Mut aufgebracht werden. Die Scheu vor dem Risiko, ein Unternehmen zu gründen, muss abgelegt werden. Hinderlich ist zudem, dass unsere bundesdeutsche Gesellschaft und damit auch die Kreditinstitute Unternehmern leider oftmals keine zweite Chance einräumen, wenn die Gründung einer Firma schon einmal gescheitert ist. Hier dürfen durchaus andere Länder als Vorbild herangezogen werden, die nach dem Motto "Aus Fehlern lernt man" agieren und auch nach einem Scheitern dabei unterstützen, ein neues Unternehmen aufzubauen.

schaftswachstum sind unbestrit- derzentren in Deutschland unten die Unternehmen. Auch hier terstützen Unternehmensgründer auf ihrem Weg. Das Risiko beim Aufbau eines Unternehmens zu scheitern, wird in den Zentren stark minimiert. Über 90 Prozent der Unternehmen, die in einem Technologiezentrum ansässig sind, etablieren sich erfolgreich am Markt. Diese Erfolgsquote kommt jedoch nicht von ungefähr. In den circa 400 Zentren in Deutschland, die im Bundesverband deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren (ADT e. V.) gebündelt sind, werden junge Unternehmen während ihrer Gründungsphase und einige Zeit danach aktiv begleitet. Die Zentren unterstützen durch Beratung, Know-how sowie einer Vielzahl weiterer Serviceleistungen. Das Serviceangebot ist dabei konsequent an den Erfordernissen der jungen Unternehmen ausgerichtet. Einen besonders hohen Stellenwert nehmen technologieorientierte junge Unternehmen ein. Gerade diese Unternehmen weisen einen hohen Innovationsgrad auf und wachsen nach der Etablierungsphase relativ stark. Mittlerweile sind in den Zentren über 16.000 Unternehmen, die über 150.000 hoch qualifizierte Arbeitsplätze geschaffen oder erhalten haben. entstanden. Die jungen Unternehmen profitieren insbesondere auch von den langjährigen Erfahrungen der Zentren mit Un-

Soll Deutschland weiterhin eine Rolle im internationalen Vergleich spielen, müssen noch einige Voraussetzungen geschaffen werden. Neben der Stärkung der Innovationskraft muss auch das Bildungssystem den Anforderungen weiter angepasst werden. Sollte dies nicht geschehen, werden wir mit anderen Nationen in puncto Forschung und Innovation zukünftig immer weniger Schritt halten können.

> **DR. BERTRAM DRESSEL** redaktion.de@mediaplanet.com

VentureCapital Magazin

Das VentureCapital Magazin ist das führende deutschsprachige Magazin rund um Beteiligungsfinanzierung, Venture Capital, Private Equity und M&A.

Als Plattform für Investoren und Entrepreneure liefert das Printmagazin monatlich Hintergrundberichte, Statistiken und Trends zum aktuellen Marktgeschehen und holt führende Branchenexperten vor das Mikrofon. Die Website www.vc-magazin.de und der 14-tägige Newsletter Private Equity Flash bieten topaktuelle News rund um Finanzierungsrunden, Exits und Personalia. Seit dem Jahr 2000 ist das VentureCapital Magazin das Sprachrohr der Beteiligungsbranche in der DACH-Region und steht für eine Gründer-. Eigenkapital- und Innovations-

Das Magazin versteht sich als Business Angel bis zum Buyout-Fonds) und Unternehmern (vom Gründer bis zum etablierten Mittelständler). Im Fokus stehen alle Branchen, in denen Innovationen geschaffen werden: von Apps, E-Commerce und Cloud-Diensten über Bio- und Umwelttechnologien bis zu Software-Anwendungen und Mobility-Konzepten. Alle Facetten der Assetklasse Private Equity werden verständlich dargestellt und für den Anleger fundiert aufbereitet.

SUSANNE GLÄSER

redaktion de@mediaplanet.com



NEWS



FUR HR BUSINESS IST AUSLAND JETZT INKLUSIVE.

WIR MACHEN MEHR FÜR IHR BUSINESS. WANN SOLLEN WIR STARTEN?



ŵ O₂ Shop ⁰ o2selbstaendige.de % 0800 10 90 040

Telefónica Germany GmbH & Co. OHG, Georg-Brauchle-Ring 23—25, 80992 München

*Tarif O₂ Blue All-in L Professional mit EU+ Travel Voice/SMS Option und EU+ Travel Daten Option (100 MB) gilt nur für Selbständige/Unternehmer: Mtl. Paketpreis für Tarif inkl. Option 33,61 € netto (39,99 € brutto). 24 Monate Mindestvertragslaufzeit. Anschlusspreis 25,20 € netto (29,99 € brutto). Mit der inkl. EU+ Travel Voice/SMS Option kosten aus-/eingehende Anrufe in bzw. aus EU-Mittgliedsstaaten sowie Island, Kroatien, Monaco, Norwegen, Schweiz, USA en dischweiz, Türkel lenkeine weiteren Kosten pro Minute an. Nat. Standardgespräche in alle dt. Molifiliedsstaaten sowie Island, Kroatien, Monaco, Norwegen, Russland, Schweiz, Türkei, Ukraine, USA und Kanada, danach 0,24 e/Minute brutto). Enthalten sind 1000 SMS in die bzw. aus den o.g. Teilnehmerländern, ab 1001 SMS: 0,08 e/SMS netto (0,10 e/SMS brutto). Preisangaben gelten jew. nur für Standardgespräche und -SMS, nicht für Sonderrufnummern, Gespräche und SMS auf See oder aus bzw. zu Satellitennetzen. Mobiles Surfen im dt. O₂ Norwegen, Staldschweiz, S