

Businessplan-Muster Handwerk für die Vorbereitung einer Existenzgründung im Handwerk am Beispiel eines Malers für Banken oder Investoren.

Download-Center
bei www.amaveo.de
Downloads mit System

Business Plan

Malermeister Max Mustermann

Inhalte

1. Überblick

2. Markt und Marketing

- 2.1 Produkt- und Leistungsprogramm
- 2.2 Allgemeine Marktlage
- 2.3 Marketing und Vertrieb

3. Unternehmen

- 3.1 Gründer
- 3.2 Mitarbeiter
- 3.3 Standort
- 3.4 Rechtsform
- 3.5 Kooperationen
- 3.6 Einkauf und Lagerhaltung
- 3.7 Risikomanagement

4. Finanzdaten

- 4.1 Investitionsplanung und Finanzierung
- 4.2 Rentabilitätsplanung
- 4.3 Liquiditätsplanung

5. Anhang

**Max Mustermann
Beispielstrasse 1
00000 Musterhausen**

**Tel.: 000 / 00000000
Fax: 000 / 00000000**

E-Mail: max.mustermann@domain.de

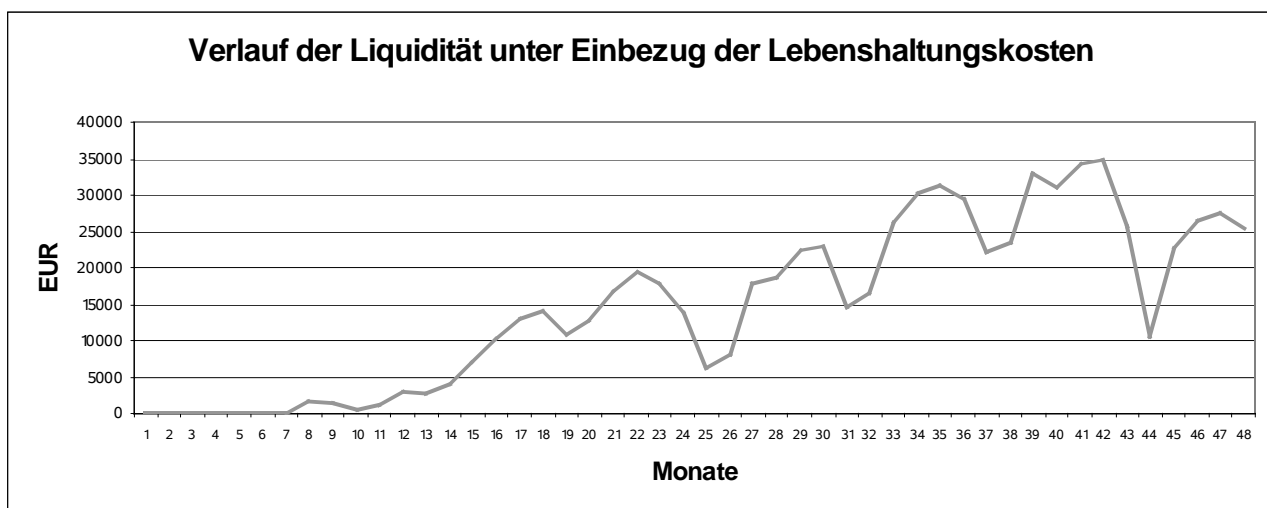
1. Überblick

Das Unternehmen wird als **Einzelunternehmen** von mir – Herrn Max Mustermann - gegründet. Die Tätigkeit des Unternehmens umfaßt **das Angebot von Dienstleistungen als Malermeister**. Eine nähere Beschreibung meiner Dienstleistungen findet sich im Abschnitt „Produkt- und Geschäftsprogramm“. Die Idee für die Existenzgründung wurde auf Basis meiner mehrjährigen beruflichen Tätigkeit in einem grossen Malerbetrieb und aufgrund meiner Leidenschaft für den Entwurf und die Umsetzung von Wandmalereien wie Ornamenten und ähnlichem geboren. Gerne möchte ich diese speziellen Kenntnisse und meine zahlreichen Kontakte zu potentiellen Kunden in eine erfolgreiche Selbstständigkeit umsetzen.

Für die geplante unternehmerische Tätigkeit ist der Eintrag bei der Handwerkskammer und der Meisterbrief (siehe Anhang) notwendig. Die Tätigkeit wird selbständig, nachhaltig und mit Gewinnerzielungsabsicht ausgeübt. Die Geschäftstätigkeit wird am **01. Juli 2008** aufgenommen. Ein Handelsregistereintrag ist nicht vorgesehen. Es ist die **Beschäftigung von drei Angestellten** geplant. Alle unternehmerischen Entscheidungen werden vom Eigentümer selbst ausgeführt; der Gründer haftet mit seinem gesamten Betriebs- und Privatvermögen für die Geschäfte des Betriebes. Das Unternehmen hat seinen einzigen Standort und Sitz in **Musterhausen**.

Erste Anfragen für Aufträge von unterschiedlichen Unternehmenskunden liegen bereits vor – beispielsweise von *UnternehmenABC* und *UnternehmenXYZ*. Insgesamt profitiere ich von meiner mehrjährigen Erfahrung, von zahlreichen Kontakten, die ich im Laufe meines Berufslebens zu potentiellen Kunden aufbauen konnte und von meiner Spezialisierung, mit der ich eine Marktnische besetzen kann. Wesentliche Säulen des Marketings werden die **Öffentlichkeitsarbeit**, das **Netzwerk- und Empfehlungsmarketing** sowie das **Direktmarketing**.

Zur Finanzierung des unternehmerischen Pläne ist eine Fremdfinanzierung in Höhe von 20.000 EUR (Auszahlungsbetrag) erforderlich. Eigenkapita wird in Höhe von 8.000 EUR eingebracht. Zur Sicherung des Lebensunterhaltes ist geplant, in den ersten Monaten der Selbstständigkeit den **Gründungszuschuss** in Anspruch zu nehmen. Die positive finanzielle Entwicklung unter Berücksichtigung von privaten Entnahmen sowie Zinsen und Tilgungen zeigt sich in der Entwicklung der kumulierten (aufgerechneten) Liquidität:



Das Vorhaben und Details dazu werden im Folgenden beschrieben. Für Fragen zum Vorhaben stehe ich jederzeit zur Verfügung. Sie können mich unter den auf dem Deckblatt angegebenen Kontaktdaten erreichen.

2. Marktsituation

2.1 Produkt- und Leistungsprogramm

Als Unternehmen des Handwerks Maler/innen liegt der Schwerpunkt der geplanten Selbstständigkeit im Bereich Gestaltung und Instandhaltung. In diesem Rahmen behandelt, beschichtet und bekleidet das Unternehmen auf Auftrag Innenwände, Decken, Böden oder Fassaden von Gebäuden. Das Unternehmen hält weiterhin Objekte aus den unterschiedlichsten Materialien instand oder gibt den Gebäuden durch farbige Beschichtungen eine neue Oberfläche.

BILDER DER ORNAMENTE
ODER EINER GESTALTETEN
FASSEDE/WAND

Eine Besonderheit im Angebot der geplanten Selbstständigkeit ergibt sich durch den Entwurf und die Umsetzung von Wandmalereien (Innen und Aussen), für die ich mir bereits während meiner Festanstellung einen guten Namen bei zahlreichen Kunden erwerben konnte. Die Wandmalereien umfassen dabei Ornamentgestaltungen, Schriftgestaltungen, Wandbilder und vieles mehr. Dabei schlage ich die Brücke zwischen Tradition und Moderne, indem ich traditionelle Mittel einsetze, um zeitgemässe Gestaltungen zu erreichen.

Meine Kreativität, handwerkliches Können und ein grosses gestalterisches Talent helfen dabei, den Kontakt zu vielen attraktiven Kunden herzustellen und dann auch weitergehende Leistungen wie die einfarbige Wandgestaltung und Instandhaltungs- sowie Ausbesserungsarbeiten für meine Kunden zu übernehmen.

Im Rahmen der Selbstständigkeit werde ich davon profitieren, dass ich bereits bestehende Kontakte zu potentiellen Kunden nutzen kann. Diese Kunden stammen vor allem aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe – dort ist die individuelle Gestaltung der Räumlichkeiten von besonderer Wichtigkeit und wird sehr geschätzt. Insofern ergibt sich ein Schwerpunkt bei Unternehmenskunden; insbesondere zunächst aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe. Schon jetzt habe ich Anfragen für die Planung und Umsetzung mehrerer Gestaltungen. Diese Anfragen stammen von namhaften Unternehmen aus der Region – beispielsweise *UnternehmenABC* und *Unternehmen XYZ*.

Als Ergänzung zum Schwerpunkt im Hotel- und Gaststättengewerbe plane ich auch, in Zusammenarbeit mit einem kooperierenden Innenarchitektenbüro, das bereits seit mehreren Jahren erfolgreich am Markt tätig ist (*Name des Unternehmens, Anschrift*) Zielkunden aus anderen Gewerbebezweigen und Privatkunden der höheren Einkommensgruppen zu erreichen.

2.2 Allgemeine Marktdaten

Die Marktlage sollte mit Hilfe von aktuellen Marktdaten beschrieben werden. Hierzu können Sie sich bei unterschiedlichen Organisationen informieren: Statistisches Bundesamt, Statistische Landesämter, Berufsverbände (z.B. BITKOM, BDU, HDE, Architektenkammer und viele mehr),

Unternehmerorganisationen, Banken, Webseite der Volks- und Raiffeisenbanken www.bvr.de, Kammern und viele mehr. Wenn Grafiken vorhanden sind, die die Marktentwicklung zeigen, können Sie auch diese aufnehmen. Für Handwerker finden sich zahlreiche Informationen auf der Webseite des Dachverbandes der Handwerkskammern www.zdh.de. Wenn Sie im Bau- und Ausbaugewerbe tätig sind, kommt auch die Webseite der Bundesarchitektenkammer für die Recherche in Frage. Für unser Beispiel könnte die Beschreibung wie folgt aussehen und sollte etwa ein bis zwei Seiten umfassen:

Der Zentralverband der Handwerkskammern erhebt regelmässige Daten über die Marktlage im Handwerk und untersucht dabei auch die Zukunftsaussichten einzelner Zweige im Handwerk. Dem Malerhandwerk werden für das Jahr 2008 und 2009 dabei gute Aussichten zugeschrieben: „Zitieren Sie an dieser Stelle einfach die Markteinschätzung des Zentralverbandes des Handwerks“

Der Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken schätzt die Marktlage für Maler und Lackierer wie folgt ein (Quelle: Website www.bvr.de / Branchenberichte): „Die Aufwärtstendenzen in der Bauwirtschaft sowie ein hoher Renovierungs- und Sanierungsbedarf im Wohnungsbestand begünstigen das Maler- und Lackiererhandwerk. Nach jahrelangen Umsatzverlusten kann die Branche 2006 und 2007 zumindest von einer Stagnation der Einnahmen ausgehen. In Anbetracht des Konkurrenzkampfes bleibt die Ertragslage 2006 und 2007 angespannt. Rote Zahlen werden vor allem von kleineren Betrieben geschrieben, wobei naturgemäß die umfänglichen Erträge aus dem grauen und schwarzen Markt nicht berücksichtigt sind. Die Präsentation der Geschäftsfelder auf einer eigenen Homepage erleichtert die Kundengewinnung. Altgebäudesanierung und Wärmedämmung werden für die Betriebe an Bedeutung gewinnen.“

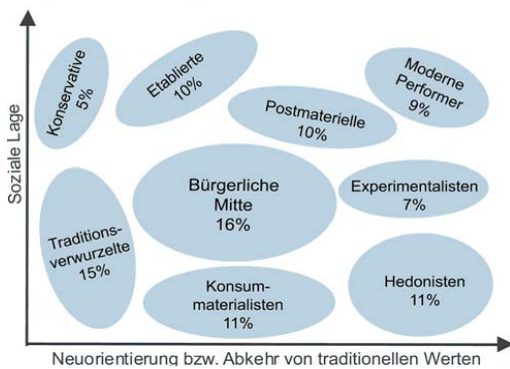
Da sich das geplante Vorhaben zunächst schwerpunktmässig an Unternehmen der Gastronomie und Hotellerie richtet, sollte auch die Marktlage in diesem Wirtschaftszweig betrachtet werden. Nach Angaben des Bundesverbandes der Volks- und Raiffeisenbanken zeigen sich hier sehr uneinheitliche Entwicklungen. Während einige Teilbereiche zufriedenstellende Ergebnisse erzielen konnten, kämpfen andere Teilbereiche mit einer eher ungünstigen Wirtschaftslage. Aufgrund dieser Einschätzung wird es für mein Unternehmen von besonderer Bedeutung, die Teilbereiche und Unternehmen als Kunden zu gewinnen, die im Hotel- und Gaststättengewerbe zulegen konnten und denen positive Aussichten zugesprochen werden. Es handelt sich dabei um Unternehmen der Systemgastronomie, um Kettenbetriebe, um Tagungshotels und Städtetouristische Angebote.

Die zukünftige sonstige Zielkundengruppe "andere Unternehmen" und "Privathaushalte" hängen stark von der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung ab. Die wirtschaftlichen Prognosen derzeit sind gut; insofern handelt es sich bei der geplanten Existenzgründung um einen geeigneten Zeitpunkt für den Markteintritt. *Hier könnte beispielsweise die allgemeine Wirtschaftssituation mit Hilfe einer Abbildung des ifo-index gezeigt werden: www.ifo.de.*

2.3 Marktabgrenzung/Marketing/Vertriebswege

Zielkunden für das geplante Tätigkeitsfeld sind Unternehmen und Privatkunden mit gehobenem Einkommen im näheren Umfeld des Wohnortes – bei entsprechend lukrativen Aufträgen auch über das Umfeld des Wohnortes hinaus. Der Anspruch meiner Zielkundengruppe ist hoch; diesem **Qualitätsstandard** muss die erbrachte Leistung genügen. Auch die Präsentation des Unternehmens in der Kommunikation muss hochwertig sein; die **Preise** für meine Leistungen werden sich ebenfalls im oberen Bereich finden.

Verteilung von Zielgruppen in der Bevölkerung Deutschlands angelehnt an das Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus® 2004



Nachstehendes Diagramm zeigt die sogenannten Sinus-Milieus in Deutschland. Es handelt sich dabei um ein Zielgruppenmodell, das von Sociovision – einem bekannten Marktforschungsinstitut – jährlich veröffentlicht wird. Das Modell zeigt ein Bild potenzieller Zielgruppen und eignet sich zur Bestimmung der geeigneten Zielgruppen. Hierzu können insbesondere Einstellungen und Produktinteressen der Personengruppen herangezogen werden.

Die nachstehende Tabelle zeigt die in Frage kommenden Zielgruppen und macht Aussagen über deren Erwartungen beim Produktangebot. Die Auswahl der möglichen Zielgruppen stellt die Schwerpunkte dar. Nicht auszuschließen ist, dass Randbereiche anderer Zielgruppen mit berührt werden. Die Auswahl erfolgt im wesentlichen aufgrund der Tatsache, dass die genannten Gruppen häufig in der Position des Entscheiders im Unternehmen anzutreffen sind bzw. dass die zu den Gruppen gehörenden Personen selbst Unternehmer sind.

Gruppe	Bildung, Einkommen und Alter	Interessen und Einstellungen	Freizeit	Medienkonsum
Etablierte	30 – 60 Jahre alt; drei- bis Mehrpersonenhaushalte; überdurchschnittliche Bildung; hohe Einkommen und Vermögen; leitende Angestellte, Unternehmer, etc.	Exklusivitätsansprüche, Kennerschaft, flexibel, sozial engagiert, politisch interessiert, genießen Luxus, Well-Being im Fokus	Kunst, Kultur, Reisen, Tennis, Vereins-/Verbands- und Clubmitglieder	Gezielter Medienkonsum, lesen viel (Politik/Wirtschaft/Börse und Kultur/Geschichte sowie exklusive Autos), überdurchschnittliche Internetnutzung
Postmaterielle	Anfang 20 – 50; höchste Formalbildung; qualifizierte und leitende Angestellte, Freiberufler, Schüler, Studenten, gehobenes Einkommen, teilweise größere Vermögen, häufig mehrere Kinder	hochgebildet, kosmopolit, tolerant, kritisch aber nicht feindlich gegenüber Technologie und Globalisierung, Fokus auf individuelle Freiräume, intellektuell und kreativ; Kennerschaft, schätzen subtile Genüsse mit hohem Preis	Kunst, Kultur, Literatur, Weiterbildung	Ausgesprochene Viel-Leser mit Fokus auf Belletristik, Kunst, Kultur sowie Reisen und Hintergrundberichte, überdurchschnittliche Internetnutzung
Moderne Performer	Altersschwerpunkt unter 30; hohes Bildungsniveau; kleinere Selbständige und Start-ups, hohes Haushaltsnettoeinkommen	jung, unkonventionell, leistungsorientiert, flexibel, multioptional, sportlich, „das eigene Ding“ im Fokus, Lust auf das Besondere, anspruchsvolles „Multi-Kulti“ für hohe Preise	Sport, Outdoor-Aktivitäten, Kino, Kneipe, Kunst	Lesen viel zur Fortbildung und Unterhaltung; intensivste Internetnutzung

Die Kontaktaufnahme zu potenziellen Kunden ist auf verschiedenen Wegen geplant. Ein wesentlicher Stützpfiler des Marketings wird das **Direktmarketing** bzw. **Dialogmarketing**, bei dem mit Hilfe von Anschreiben, Telefonakquise, E-Mails und anderem der Dialog mit potentiellen Kunden aufgebaut wird. Dies werde ich mit der Unterstützung einer Software zur Abwicklung der Aquse (CRM-Tool – steht kostenlos als OpenSource-Software zur Verfügung) abwickeln. Auch die geplante Mitarbeiterin (siehe Abschnitt Mitarbeiter) soll hierbei kräftig mithelfen.

Anzeigen in einschlägigen Newslettern und Fachzeitschriften, die von den genannten Branchen gelesen werden, sind ebenfalls geplant. Zu Beginn meiner unternehmerischen Tätigkeit habe ich bereits mit dem Unternehmen XYZ (eine gemeinnützige Organisation mit grossem öffentlichen Interesse) vereinbart, die Fassade und einige Innenräume als Referenzprojekt neu zu gestalten und dabei einen besonderen Entwurf umzusetzen, der Aufmerksamkeit erregt und gleichzeitig für die notwendige Publicity sorgt. Mit Hilfe dieser Arbeit wird es ein Einweihungsfest für

die neu gestaltete Fassade geben, bei dem auch meine Arbeit ausdrücklich im Rahmen der Pressearbeit gewürdigt wird. Diese Form der Kooperation solle erste Interessenten locken und einen ersten Schritt in Richtung **Öffentlichkeitsarbeit** darstellen. Mindestens zweimal pro Jahr sind weitere Aktionen dieser Art geplant, um die Öffentlichkeitsarbeit und die Erstellung von Referenzprojekten voran zu treiben. Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit werde ich gemeinsam mit meinen Referenzkunden Veranstaltungen planen und Pressemitteilungen an die regionale Presse verteilen sowie Pressemappen mit besonderen Fassaden- und Wandgestaltungen zur Verfügung stellen.

Die wachsende **Nutzung des Internets** wird auch für den Vertrieb der Dienstleistungen genutzt: Eine **Homepage** ist geplant – Kontakte zu Kunden können über das Internet hergestellt werden. Die Webseite soll aber nicht nur als reines "Nachschlagewerk" für potentielle Kunden dienen, sondern als aktives Instrument der Vermarktung eingesetzt werden. Hierfür werde ich die Seite in verschiedenen Webkatalogen eintragen; einen dreimonatlichen Newsletter herausgeben und im Rahmen meiner Öffentlichkeitsarbeit von den Webseiten der Referenzkunden Links auf meine Seite (mit Logo) bekommen.

In diesem Markt ist ausserdem die Nutzung von **Vernetzung** als Vertriebsmittel unabdingbar – die meisten Aufträge kommen erfahrungsgemäß über Empfehlungen von ehemaligen Auftraggebern oder Berufskollegen, die bereits in auftragvergebenden Unternehmen tätig sind, zustande. Es bestehen bereits aus der beruflichen Vergangenheit Kontakte zu Interessenten und Netzwerkpartnern; **konkrete Projektanfragen bestehen bereits**. Weiterhin werde ich verschiedene Kooperationen aufbauen, um meine Kontakte noch weiter auszubauen und Empfehlungen zu erhalten. In diesem Zusammenhang ist bereits eine **Kooperation** mit einem grösseren Innenarchitektenbüro vereinbart – der Umfang der Kooperation beinhaltet vor allem gegenseitige Empfehlungen. Es ist geplant, weitere Kooperationen in diesem Sinne aufzubauen.

In engem Zusammenhang mit dem Netzwerkmarketing stehen dann auch **Maßnahmen des Empfehlungsmarketings**. Im Rahmen des Empfehlungsmarketings werde ich Empfehlungen nicht ausschliesslich dem Zufall überlassen, sondern aktiv daran arbeiten, empfohlen zu werden. Weitere Marketingmaßnahmen ergeben sich durch die Außenwerbung am Standort (siehe Abschnitt "Standort").

Das geplante Budget für das Marketing gliedert sich wie folgt auf und umfasst die vorher beschriebenen Marketing-Maßnahmen. Es unterteilt sich in Anfangsinvestitionen, die einmalig zu Beginn anfallen, und laufende Kosten, die im laufenden Betrieb nur leichten Änderungen unterliegen.

Anfangsinvestitionen	
Erstellung Logo, Schriftzug, Visitenkarten und Briefpapier-Vorlage (siehe Angebot im Anhang)	2.500
Druck und Erstellung weiteres Infomaterial und Schilder	1.600
Erstellung Online-Werbung (Banner etc.)	200
Einkauf Bilder (www.fotolia.de)	100
Gründercoaching Öffentlichkeitsarbeit (Die Hälfte des Gesamtbetrages wird von der KfW-Mittelstandsbank getragen – hier kalkuliere ich nur meinen Eigenanteil; siehe Angebot im Anhang)	800
Direktmarketing und Anzeigenschaltung	1.600
Software (CRM) – steht kostenlos als Download zur Verfügung	0
Porto und anderes	200
SUMME	7.000

Laufende Kosten p.a.	
Erstellung Infomaterial (Online/Druck)	1.000
Direktmarketing und Anzeigenschaltung	6.000
Portokosten und anderes	600
Pflege Webseite	800
sonstiges (Fotograf etc.)	400
SUMME (ca.)	8.800

3. Unternehmen

3.1 Gründer

Nachfolgend wird ein Überblick über den Lebenslauf bzw. Qualifikationen und Tätigkeiten gezeigt. Die Ausbildung (Meister) und die praktisch ausgeübten Tätigkeiten befähigen zur Tätigkeit im genannten Bereich. Insbesondere wird meine langjährige Berufstätigkeit und mein Spezialistentum im genannten Umfeld dazu beitragen, mein Gründungsvorhaben zum Erfolg zu bringen. Dabei kann ich auf zahlreiche Kontakte zurückgreifen und meine engagierte und kommunikativ starke Persönlichkeit voll einsetzen.

Meine umfangreiche Erfahrung möchte ich gerne einsetzen, um zukünftig unabhängig zu arbeiten und meine Zukunft nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. Das beinhaltet zu späterem Zeitpunkt auch den Ausbau des Unternehmens zu einem grösseren Unternehmen mit einigen Angestellten. Da dies aber noch nicht absehbar ist, bezieht sich dieser Businessplan zunächst auf die Anfänge des Unternehmens mit mir als einzigem Maler.

Schwächen habe ich im Bereich der steuerlichen und rechtlichen Angelegenheiten. Aus diesem Grunde werde ich solche Tätigkeiten an einen Steuer- oder Rechtsberater übergeben. Auch die Abrechnung für die geplante Mitarbeiterin soll dort erledigt werden. Wirtschaftliche bzw. kaufmännische Kenntnisse habe ich im Rahmen von Seminaren und Fortbildungen und während meiner Berufspraxis erworben (siehe Unterlagen im Anhang). Um meine Schwächen im Marketing auszugleichen, werde ich Beratungsleistungen aus dem Förderprogramm „Gründercoaching Deutschland“ in Anspruch nehmen und diese Lücken damit schliessen.

An dieser Stelle sollte noch ein Lebenslauf eingefügt werden. In den Anhang gehören dann Zeugnisse, Abschlüsse, Seminarunterlagen und ähnliches. Bezüglich des Textes vorher können Sie einfach so tun, als müssten Sie ein Bewerbungsschreiben erstellen – ähnlich wie beim Bewerbungsschreiben geht es darum, in wenigen Sätzen zum Ausdruck zu bringen, wer Sie sind, was Sie gut können, warum Sie gründen wollen und wie Sie Ihre Schwächen ausgleichen wollen.

3.2 Mitarbeiter

Ab dem 01. Januar 2009 ist die Beschäftigung einer Mitarbeiterin geplant. Die Mitarbeiterin soll verschiedene Aufgaben als Assistentin wahrnehmen: Bearbeitung von Vorgängen im Mahnwesen, Unterstützung bei der Angebotserstellung, Entgegennahme von Anrufen und andere Tätigkeiten im Rahmen der administrativen Tätigkeiten.

Die Ausübung der Tätigkeit der Mitarbeiterin soll in Teilzeit erfolgen. Es sollte eine Ausbildung und/oder Berufserfahrung im Bereich Bürotätigkeiten vorliegen. Besondere Bedeutung kommt dem Beherrschen einer Telefonanlage und gängiger PC-Anwendungen (Microsoft Office) sowie Kenntnissen in der vorbereitenden Buchhaltung zu. Daneben sind kaufmännische Grundkenntnisse und ein freundliches Wesen wichtig. Zunächst ist ein 400-EUR-Job geplant; hierfür kalkuliere ich 520,00 EUR inkl. Lohnnebenkosten (reduzierter Satz) pro Monat in der Finanzplanung ein.

Ab dem 01. März 2009 ist ausserdem die Beschäftigung zweier Mitarbeiter (einer ab März 2009, ein weiterer ab September 2009) geplant, die mich im Rahmen der Dienstleistungen für die geplanten Unternehmen unterstützen sollen. Dies ist notwendig, da ich selbst nur begrenzte Aufträge annehmen kann und mit einer sehr starken Nachfrage rechne. Diese Mitarbeiter sollten ausgebildete Maler mit etwa zwei Jahren Berufserfahrung im entsprechendem Umfeld sein. Die Verträge für diese Mitarbeiter werden von Anwälten ausgearbeitet; die Regelungen sollen den marktüblichen Regelungen im Arbeitsvertrag entsprechen. Die geplanten Mitarbeiter müssen jedoch noch gefunden werden; neben Gehaltskosten in Höhe von EUR 3.000 pro Person (incl. Lohnnebenkosten) rechne ich mit Kosten von 1.500 EUR für das Finden der Mitarbeiter und mit weiteren 1.500 EUR für die anwaltliche Unterstützung.

3.3 Standort

Sitz und einziger Standort des Unternehmens ist in Musterhausen – die genaue Adresse lautet Beispielstrasse 111 in 99999 Musterhausen. Die Räumlichkeiten umfassen einen Lager- und Geräteraum, zwei Parkplätze und zwei kleine Büroräume sowie sanitäre Einrichtungen und eine Teeküche. Insgesamt handelt es sich um 80 qm. Die Miete beträgt monatlich 700,00 Eur incl. Nebenkosten; eine Kautions in Höhe von 1.000 EUR ist zu leisten.

Bedingt durch den Standort ergibt sich ein räumlicher Schwerpunkt der angebotenen Dienstleistung auf das regionale Umfeld in einem Umkreis von maximal 100 km um den Wohnort. Die Ausweitung auf andere Gebiete hätte einen sprunghaften Anstieg der Kosten (Fahrkosten) zur Folge; dies erscheint also wenig rentabel und ist nicht geplant. Aufträge ausserhalb dieses Gebietes werden nur dann in betracht gezogen, wenn es sich um einen Auftragswert handelt, der rentabel ist. Dies ist im Einzelfall zu prüfen.

Vorteilhaft zeigt sich, dass im näheren Umfeld des Wohnortes zahlreiche Hotel- und Gastronomiebetriebe vorzufinden sind. Auch die wirtschaftliche Gesamtsituation (Einkommen, Kaufkraft) im Einzugsgebiet ist positiv einzuschätzen:

An dieser Stelle sollten Sie ein entsprechendes Diagramm zeigen. Abbildungen finden Sie im Atlas zur Regionalstatistik bei den statistischen Ämtern (destatis): <http://www.destatis.de/onlineatlas/>. Achten Sie vor allem darauf, ob sich Ihre Zielkunden in der Nähe des Standortes befinden. Der Regionalatlas hält solche Daten bereit (z.B. Anzahl an Betrieben des Hotel- und Gaststättengewerbes oder die Reiseaktivität in den Regionen).

Neben der wirtschaftlich positiven Situation zeigt der Standort Stärken beim Preis-Leistungsverhältnis. Er ist weiterhin gut erreichbar in der Nähe einer Autobahnaus- bzw. Auffahrt und bietet darüber hinaus gute Anbindungen in alle Richtungen mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Die Räumlichkeiten sind repräsentativ; Parkplätze vor dem Haus sind kein Problem und die Räumlichkeiten sind als Gewerberäume ausgewiesen.

Besonders vorteilhaft zeigt sich, dass **im gleichen Gebäude einige andere Handwerksunternehmen** wie ein Elektroinstallateur, ein Dachdecker und ein Installateur angesiedelt sind. Diese Konzentration an Handwerksunternehmen, die nicht in Konkurrenz zueinander stehen, zeigt sich sicherlich vorteilhaft bei der Erreichung neuer Kunden und beim Ausbau des vorher beschriebenen Empfehlungsmarketings. Der Standort ist an einer vielbefahrenen Strasse gut sichtbar; gemeinsam mit den anderen Handwerksunternehmen plane ich eine grosse, gemeinschaftliche genutzte Werbetafel.

3.4 Rechtsform

Das Unternehmen wird als Einzelunternehmen gegründet. Bei Einzelunternehmen wird die unternehmerische Tätigkeit ohne weitere Teilhaber oder Partner, d.h. ohne gesellschaftliche Beteiligung anderer natürlicher oder juristischer Personen ausgeübt. Für die rechtliche Einordnung der unternehmerischen Tätigkeit des Einzelunternehmens ist der Inhalt dieser Tätigkeit maßgeblich: Es handelt sich um ein nichtkaufmännische Einzelunternehmen. Als Einzelunternehmer hafte ich mit meinem gesamten Vermögen (auch dem privaten) für die unternehmerische Tätigkeit. Eine Haftungsbeschränkung ist im Rahmen dieser Rechtsform ausgeschlossen. Es handelt sich beim Einzelunternehmen um eine Personengesellschaft, die dem Einkommenssteuer- und Gewerbesteuerrecht unterliegt; Körperschaftssteuer fällt dagegen nicht an. Die Rechtsform ist ohne grossen Aufwand zu realisieren; die Gründungskosten sind gering. Aus diesem Grunde habe ich mich hierfür entschieden.

Eine Umwandlung in eine GmbH zu späterem Zeitpunkt ist durchaus denkbar – zunächst soll aber abgewartet werden, ob die hier geschätzte wirtschaftliche Entwicklung eintritt oder sogar übertroffen werden kann.

3.5 Kooperationen

Zum Gelingen des Vorhabens sollen auch Kooperationen beitragen. Insbesondere ist eine Kooperation mit dem Unternehmen XXXXX geplant, das schon seit über 10 Jahren erfolgreich am Markt agiert und dessen Dienstleistungen in den von uns angestrebten Branchen eingesetzt werden. Das Unternehmen wird meine Gründungspläne unterstützen und uns als kompetenten Partner für die Malerarbeiten meines Unternehmens empfehlen. Es sind auch gemeinsame Marketing-Aktionen – beispielsweise im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit – geplant. Im Gegenzug für die Empfehlung dieses Unternehmens werden wir uns selbstverständlich auch für die Produkte unseres Kooperationspartners stark machen. Ein Kooperationsvertrag, in dem die gemeinsamen Aktionen für das kommende Kalenderjahr festgelegt werden, ist derzeit in Vorbereitung.

Weitere Kooperationen sollen in Sachen Marketing entstehen; hierbei kommen insbesondere die am Standort angesiedelten Unternehmen ABC, XYZ und JKL in Frage. Erste Gespräche diesbezüglich wurden bereits geführt; die Bereitschaft zur Zusammenarbeit (z.B. in Form einer Werbetafel vor dem Gebäude) wurde von den genannten Unternehmen signalisiert.

3.6 Einkauf und Lagerhaltung

Um qualitativ hochwertige Dienstleistungen zu erbringen, sind auch hochwertige Materialien notwendig. Da betrifft sowohl das Verbrauchsmaterial als auch die benutzten Werkzeuge. Aus diesem Grunde werde ich Qualitätsprodukte vom Großhandel beziehen. Die Lieferung direkt von Herstellern ist ausgeschlossen, da die verbrauchten Mengen hierfür nicht ausreichend sind. Bezüglich der Auswahl der Produkte werden unterschiedliche Kriterien wie die Qualität, der Preis, die Verfügbarkeit (Lieferzeiten), konsistentes Warensortiment und anderes vorher geprüft.

Die Lagerhaltung ist nicht zu umgehen, soll jedoch so gering wie möglich gehalten werden. Aus diesem Grunde kommt dem Großhandel eine wichtige Rolle zu; schnelle Lieferung und die Verfügbarkeit der von mir verwendeten Produkte sind essentiell, um Aufträge schnellstmöglich erledigen zu können. Der von mir ausgewählte Großhandel ist mir bereits aus meiner

Festanstellung bekannt und kann dieses wichtige Kriterium erfüllen. Um sicher zu stellen, dass die Versorgung mit Werkzeugen und Material stets gewährleistet ist, werde ich einen weiteren Großhändler als Lieferanten mit aufnehmen. *Nennen Sie hier noch Namen und Adressen von Lieferanten.*

Wichtige Werkzeuge und Materialien sind teilweise schon vorhanden; es sind noch einige Investitionen notwendig, um mit meiner geplanten Selbstständigkeit zu beginnen. Anderes Material – z.B. Büromaterial – wird über einschlägige Händler, die sich auf die Belieferung von Gewerbekunden spezialisiert haben, bezogen. Hier zählt neben der Qualität vor allem auch die Liefertreue und ein breites Warensortiment.

3.7 Risikomanagement

Zur Sicherung des Risikos von **Forderungsausfällen** werde ich Teilrechnungen stellen und Teile der Gesamtrechnungsbeträge vorab einziehen. Es ist auch geplant, über potentielle Kunden im Vorfeld Auskünfte einzuholen. Weiterhin plane ich, eine Versicherung gegen Forderungsausfälle abzuschließen. Weiterhin ist auch eine Versicherung geplant, die das Risiko gegen Haftungsansprüche aus Handwerksleistungen abfängt.

Teil des Risikomanagement ist auch die **Auslagerung bestimmter Tätigkeiten, die nur unregelmässig anfallen**. Dazu gehört der Aufbau und die Pflege einer Webseite und anderer grafischer Aufgaben sowie die Auslagerung steuerlicher und rechtlicher Angelegenheiten sowie die Auslagerung der Lohnabrechnung. Sollten andere Tätigkeiten nur unregelmässig anfallen, so werden auch diese ausgelagert oder vorübergehend durch Praktikanten erledigt. Auch die **möglichst geringe Lagerhaltung** und die Besorgung von Material nur bei konkreter Beauftragung sorgt für ein gutes Risikomanagement.

Ein weiteres Risiko besteht in **Veränderungen am Markt**. Wenn die Nachfrage nach unseren speziellen Angeboten sinkt, ist auch mit Umsatzeinbußen zu rechnen. Diesem Risiko begegne ich, indem ich stets aktuelle Meinungen und Analysen über die zu erwartende Entwicklung einholen werde. Sollte sich abzeichnen, dass andere Stilrichtungen oder Farben und Muster oder Materialien in Zukunft stärker nachgefragt werden, so kann die Spezialisierung ständig erweitert, ausgebaut und auch verändert werden.

Zum Risikomanagement kann auch die Beauftragung fachkräftiger Unterstützung in Form des Gründercoachings Deutschland gezählt werden. Im Rahmen dieses Förderprogrammes wird die fachkundige Begleitung für ausgewählte Themen durch die KfW-Mittelstandsbank zur Hälfte übernommen. Hiermit kann ich Schwächen in Sachen Marketing ausgleichen und insbesondere meine Fähigkeiten im Bereich Öffentlichkeitsarbeit ausbauen und praktisch erproben.

4. Finanzdaten

4.1 Investitionsplanung und Finanzierung

Alle Angaben über Finanzdaten werden im folgenden in EUR gemacht und sind auf volle EUR-Beträge gerundet. Alle Angaben in der Investitionsplanung erfolgen nach steuerlichen Aspekten, d.h. es wird mit Beträgen gerechnet, die beim Erstellen der Steuererklärungen und damit der Gewinnermittlung relevant sind (Abschreibungsbeträge). Die zugehörigen realen Zahlungsflüsse sind in der Liquiditätsplanung berücksichtigt. Die folgenden Angaben werden ohne Berücksichtigung der Umsatzsteuer gemacht.

Art	Bezeichnung	Datum der Anschaffg.	Nutzungsdauer in Jahren	Wert bzw. AK oder HK	Kosten pro Monat	Kosten 1. Jahr	Kosten 2. Jahr	Kosten 3. Jahr	Kosten 4. Jahr
Bereits vorhandene Wirtschaftsgüter									
BGA	Laptop/PC incl. Zubehör	n.a.	3	900	25	300	300	300	0
BGA	PKW	n.a.	6	7200	100	1200	1200	1200	1200
GWG	Drucker/Scanner/Fax	n.a.	3	330	9	110	110	110	0
GWG	Telefonhardware	n.a.	1	100	8	100	0	0	0
GWG	andere Hardware	n.a.	1	100	8	100	0	0	0
GWG	Werkzeuge	n.a.	1	1600	133	1600	0	0	0
GWG	Fachliteratur	n.a.	1	200	17	200	0	0	0
GWG	Stoffe, Material (Farben, etc.)	n.a.	1	600	50	600	0	0	0
GWG	Büroausstattung sonstige	n.a.	1	50	4	50	0	0	0
Gesamtkosten vorhandene Wirtschaftsgüter						4260	1610	1610	1200
Neuanschaffungen Wirtschaftsgüter									
GWG	Büromöbel	1. Jahr	1	1800	150	1800	0	0	0
GWG	Software	1. Jahr	1	800	67	800	0	0	0
GWG	Telefonhardware	1. Jahr	1	240	20	240	0	0	0
GWG	Büroausstattung sonstige	1. Jahr	1	240	20	240	0	0	0
GWG	Material, Stoffe (Farben, etc.)	1. Jahr	1	2400	200	2400	0	0	0
GWG	Werkzeuge	1. Jahr	1	1600	133	1600	0	0	0
VB	Kautionen, Provisionen	1. Jahr	1	1000	83	1000	0	0	0
VB	Marketingkosten (Website, Visitenkarten, etc.)	1. Jahr	1	7000	583	7000	0	0	0
VB	Beratungskosten Anwalt	1. Jahr	1	2800	233	2800	0	0	0
GWG	Andere Investitionskosten	1. Jahr	1	1200	100	1200	0	0	0
GWG	Andere Investitionskosten/Ersatzinvest.	2. Jahr	1	4800	400	0	4800	0	0
GWG	Andere Investitionskosten/Ersatzinvest.	3. Jahr	1	4800	400	0	0	6000	0
GWG	Andere Investitionskosten/Ersatzinvest.	4. Jahr	1	4800	400	0	0	0	6000
Gesamtkosten neue Wirtschaftsgüter						19080	4800	6000	6000
Kosten für vorhandene und neue Wirtschaftsgüter						23340	6410	7610	7200

GWG = Geringwertiges Wirtschaftsgut
 BGA = Betriebs- und Geschäftsausstattung
 AK = Anschaffungskosten
 HK = Herstellkosten
 VB = Verbindlichkeiten
 n.a. = nicht anwendbar

Die Aufnahme der Geschäftstätigkeit erfordert Investitionen von EUR 19.080 (Anschaffungen im ersten Jahr); einige der erforderlichen Wirtschaftsgüter sind bereits vorhanden. **Der Gesamtfinanzierungsbedarf beläuft sich auf EUR 28.000, wobei 8.000 EUR als Eigenkapital vorhanden sind. Die neu anzuschaffenden Wirtschaftsgüter bzw. Ersatzinvestitionen sollen also teilweise durch Fremdkapital (20.000 EUR) finanziert werden:**

Position	Betrag in EUR
Büromöbel	1800
Software	800
Telefonhardware	240
Büroausstattung sonstige	240
Material, Stoffe (Farben, etc.)	2400
Werkzeuge	1600
Kautionen, Provisionen	1000
Marketingkosten (Website, Visitenkarten, etc.)	7000
Beratungskosten Anwalt	2800
Andere Investitionskosten	1200
SUMME INVESTITIONSKOSTEN	19080
Betriebsmittel (Umsatzsteuer, laufende Kosten)	8920
GESAMTFINANZIERUNGSBEDARF	28.000
EIGENKAPITALANTEIL	8.000
FREMDKAPITALANTEIL (Auszahlungsbetrag)	20.000

4.2 Rentabilitätsplanung

Für die Schätzung der Umsätze wird von einem durchschnittlichen Stundensatz von 50,00 EUR ausgegangen. Da Arbeitszeiten anfallen, die nicht für effektive/wertschöpfende Tätigkeiten genutzt werden kann – beispielsweise administrative Aufgaben – ist damit zu rechnen, daß die 100%ige Auslastung nicht erreichbar ist. Weiterhin kommt hinzu, dass Urlaubs- und/oder Krankheitszeiten mit einbezogen werden müssen. Im Schnitt arbeitet ein Arbeitnehmer etwa 220 Tage pro Jahr; davon ausgehend kalkuliere ich den Umsatz wie folgt:

220 Tage * 65% = 143 Tage
 143 Tage * 8 Stunden = 1.144 Stunden
 1144 Stunden * 50 EUR = 57.200 EUR Jahresumsatz

==> Bei zwei Mitarbeitern einschliesslich meiner eigenen Leistung ergeben sich dann
 57.200 * 3 = **171.600 EUR Jahresumsatz nach etwa drei Jahren der Selbstständigkeit**

Es ist davon auszugehen, daß die kalkulierte Auslastung etwa nach drei Jahren der Geschäftstätigkeit erreicht werden kann. Passt man die vorher geschätzten Umsatzdaten auf die Entwicklung im Verlauf der Geschäftstätigkeit an und bezieht die anfallenden laufenden Kosten sowie Investitionskosten ein, so ergeben sich die nachfolgenden Daten für die nächsten vier Geschäftsjahre. **Insgesamt zeigt die Planung, dass die Rentabilität des Vorhabens gegeben ist.**

Position	Bezeichnung	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr
Umsatz	Umsatz aus Dienstleistungen	40.000	110.000	171.000	175.000
Umsatz	Umsatz aus Fahrtkostenberchnung	2.800	6.000	7.000	7.200
Umsatz	Umsatz aus Materialberechnung	9.500	24.000	37.000	38.000
Gesamt Umsatz		52.300	140.000	215.000	220.200
Kosten aus Investitionen		-23.340	-6.410	-7.610	-7.200
lfd. Kosten	Personalkosten	-1.560	-48.240	-78.240	-81.600
lfd. Kosten	Materialkosten	-8.000	-22.000	-34.200	-35.000
lfd. Kosten	Miete	-4.200	-8.400	-8.400	-8.400
lfd. Kosten	Werbung/Marketing	-4.400	-8.800	-8.800	-8.800
lfd. Kosten	Fahrt- und Reisekosten	-3.500	-6.500	-9.000	-9.600
lfd. Kosten	Telefon/Internet	-600	-1.200	-1.200	-1.200
lfd. Kosten	Versicherungen/Beiträge/sonst.	-1.600	-3.200	-3.600	-3.600
lfd. Kosten	Büromaterial und anderes	-800	-1.600	-1.600	-1.600
lfd. Kosten	Fortbildung/Zeitungen/Zeitschriften	-240	-1.200	-1.200	-1.200
lfd. Kosten	Beratungskosten	-1.200	-1.600	-1.600	-1.600
lfd. Kosten	Sonstige Kosten	-2.400	-3.600	-3.600	-3.600
Gesamt laufende Kosten		-28.500	-106.340	-151.440	-156.200
Gewinn = Umsatz – Kosten		460	27.250	55.950	56.800

4.3 Liquiditätsplanung

Die gezeigte Liquiditätsplanung zeigt die reale finanzielle Lage unter Berücksichtigung sämtlicher Zu- und Abflüsse. Weiterhin unterliegen die Umsätze folgenden saisonalen Schwankungen:

Monat	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez
Auslastung	60%	70%	100%	80%	80%	70%	50%	70%	100%	100%	75%	60%

1. Jahr

	Jan 08	Feb 08	Mrz 08	Apr 08	Mai 08	Jun 08	Jul 08	Aug 08	Sep 08	Okt 08	Nov 08	Dez 08
Umsatz	0	0	0	0	0	0	1473	2946	4420	5156	5893	7366
Laufende Kosten	0	0	0	0	0	0	-4556	-4556	-4556	-4556	-4556	-4556
Personalkosten	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-520	-520	-520
Investitionen	0	0	0	0	0	0	-19080	0	0	0	0	0
Zwischensaldo	0	0	0	0	0	0	-22163	-1610	-136	80	817	2290
Vereinnahmte Umsatzsteuer	0	0	0	0	0	0	280	560	840	980	1120	1400
Verausgabte Umsatzsteuer	0	0	0	0	0	0	-4491	-866	-866	-866	-866	-866
Umsatzsteuerlast	0	0	0	0	0	0	0	4211	306	26	-114	-254
Zwischensaldo	0	0	0	0	0	0	-26374	2295	144	220	957	2570
Private Einlagen	0	0	0	0	0	0	8000	1000	1000	1000	1000	1000
Darlehen/Zinsen/Tilgung	0	0	0	0	0	0	20000	0	0	-250	0	0
Private Entnahmen	0	0	0	0	0	0	-1600	-1600	-1600	-1600	-1600	-1600
Einkommensteuer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gewerbesteuer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo/Liquide Mittel	0	0	0	0	0	0	26	1695	-456	-630	357	1970
Kumulierte Liquide Mittel	0	0	0	0	0	0	26	1721	1265	635	992	2962

2. Jahr

	Jan 09	Feb 09	Mrz 09	Apr 09	Mai 09	Jun 09	Jul 09	Aug 09	Sep 09	Okt 09	Nov 09	Dez 09
Umsatz	6667	7500	11667	13333	13333	11667	8333	11667	16667	16667	12500	10000
Laufende Kosten	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841	-4841
Personalkosten	-520	-520	-3520	-3520	-3520	-3520	-3520	-3520	-6520	-6520	-6520	-6520
Investitionen	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400	-400
Zwischensaldo	906	1739	2906	4572	4572	2906	-428	2906	4906	4906	739	-1761
Vereinnahmte Umsatzsteuer	1267	1425	2217	2533	2533	2217	1583	2217	3167	3167	2375	1900
Verausgabte Umsatzsteuer	-996	-996	-996	-996	-996	-996	-996	-996	-996	-996	-996	-996
Umsatzsteuerlast	-534	-271	-429	-1221	-1537	-1537	-1221	-587	-1221	-2171	-2171	-1379
Zwischensaldo	643	1897	3698	4889	4572	2589	-1061	3539	5856	4906	-53	-2236
Private Einlagen	1000	1000	1000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Darlehen/Zinsen/Tilgung	-250	0	0	-250	0	0	-250	0	0	-250	0	0
Private Entnahmen	-1600	-1600	-1600	-1600	-1700	-1700	-1700	-1800	-1800	-1800	-1800	-1800
Einkommensteuer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gewerbsteuer	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saldo/Liquide Mittel	-207	1297	3098	3039	2872	889	-3011	1739	4056	2856	-1853	-4036
Kumulierte Liquide Mittel	2755	4052	7150	10188	13060	13950	10938	12678	16734	19590	17737	13701

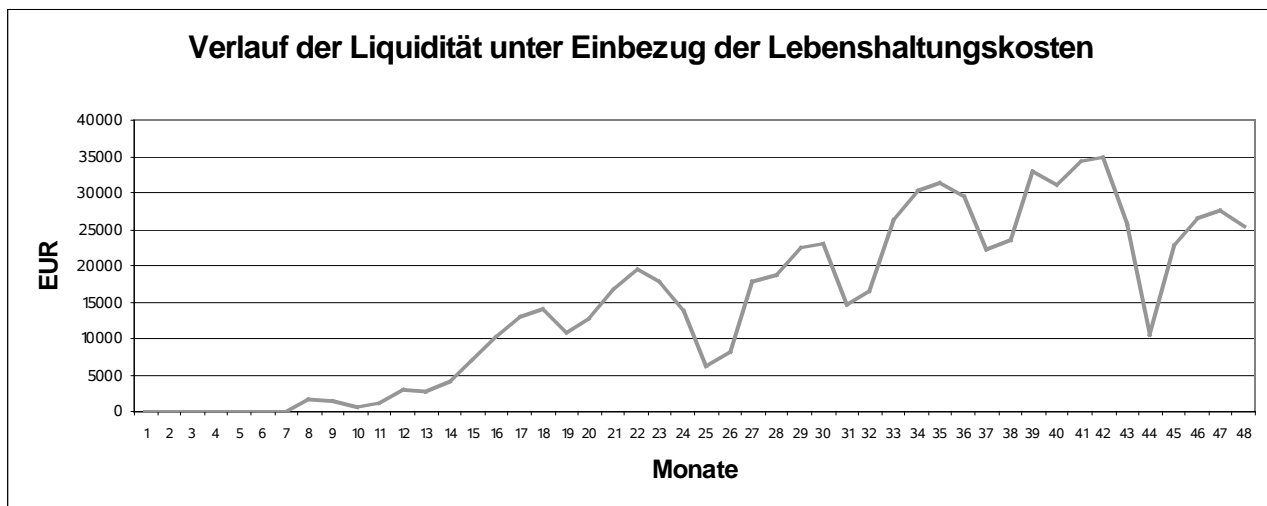
3. Jahr

	Jan 10	Feb 10	Mrz 10	Apr 10	Mai 10	Jun 10	Jul 10	Aug 10	Sep 10	Okt 10	Nov 10	Dez 10
Umsatz	14098	16448	23497	18798	18798	16448	11749	16448	23497	23497	17623	14098
Laufende Kosten	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100	-6100
Personalkosten	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520	-6520
Investitionen	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500
Zwischensaldo	978	3328	10377	5678	5678	3328	-1371	3328	10377	10377	4503	978
Vereinnahmte Umsatzsteuer	2679	3125	4464	3572	3572	3125	2232	3125	4464	4464	3348	2679
Verausgabte Umsatzsteuer	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254	-1254
Umsatzsteuerlast	-904	-1425	-1871	-3210	-2318	-2318	-1871	-978	-1871	-3210	-3210	-2094
Zwischensaldo	1498	3775	11716	4785	5678	2882	-2264	4221	11716	10377	3387	308
Private Einlagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Darlehen/Zinsen/Tilgung	-250	0	0	-250	0	0	-2500	0	0	-2500	0	0
Private Entnahmen	-2000	-2000	-2000	-2000	-2000	-2200	-2200	-2200	-2200	-2200	-2200	-2200
Einkommensteuer	-6500	0	0	-1500	0	0	-1500	0	0	-1500	0	0
Gewerbsteuer	-180	0	0	-60	0	0	-60	0	0	-60	0	0
Saldo/Liquide Mittel	-7432	1775	9716	975	3678	682	-8524	2021	9516	4117	1187	-1892
Kumulierte Liquide Mittel	6270	8044	17760	18736	22414	23095	14571	16592	26108	30225	31412	29521

4. Jahr

	Jan 11	Feb 11	Mrz 11	Apr 11	Mai 11	Jun 11	Jul 11	Aug 11	Sep 11	Okt 11	Nov 11	Dez 11
Umsatz	14439	16846	24066	19252	19252	16846	12033	2632	24066	24066	18049	14439
Laufende Kosten	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216	-6216
Personalkosten	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800	-6800
Investitionen	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500	-500
Zwischensaldo	923	3330	10550	5736	5736	3330	-1483	-10884	10550	10550	4533	923
Vereinnahmte Umsatzsteuer	2743	3201	4573	3658	3658	3201	2286	500	4573	4573	3429	2743
Verausgabte Umsatzsteuer	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276	-1276
Umsatzsteuerlast	-1425	-1467	-1925	-3297	-2382	-2382	-1925	-1010	776	-3297	-3297	-2153
Zwischensaldo	966	3787	11922	4821	5736	2873	-2397	-12670	14622	10550	3390	237
Private Einlagen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Darlehen/Zinsen/Tilgung	-2500	0	0	-2500	0	0	-2500	0	0	-2500	0	0
Private Entnahmen	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400	-2400
Einkommensteuer	-3200	0	0	-1800	0	0	-1800	0	0	-1800	0	0
Gewerbesteuer	-240	0	0	-120	0	0	-120	0	0	-120	0	0
Saldo/Liquide Mittel	-7374	1387	9522	-1999	3336	473	-9217	-15070	12222	3730	990	-2163
Kumulierte Liquide Mittel	22146	23534	33056	31057	34393	34866	25648	10578	22801	26531	27520	25357

Entsprechend der gezeigten Planung wird die kumulierte Liquidität des Vorhabens zu keinem Zeitpunkt gefährdet. Betrachtet man die finanzielle Lebenssituation insgesamt, so ergibt sich, dass eine **ausreichende Lebensgrundlage** gegeben ist. Das Vorhaben kann also insgesamt positiv beurteilt werden; es ergeben sich sogar Puffer für finanzielle Reserven:



5. Anhang

Arbeitszeugnisse (nach Möglichkeit nur aktuelle und relevante Unterlagen)
Meisterbrief und Zulassung/Eintragung Handwerkskammer
Diplomzeugnisse oder andere Abschlusszeugnisse
Seminare, die für die Gründung relevant sind
Angebote (falls vorhanden)
Mietvertrag (falls vorhanden)
andere Verträge (falls vorhanden)

Wenn Sie den Gründungszuschuss bei der Arbeitsagentur beantragen wollen, müssen Sie hierfür den **Nachweis der Eintragung bei der Handwerkskammer** mit abgeben. Auf jeden Fall gehört auch der **ausgefüllte Antrag auf Gründungszuschuss mit Tragfähigkeitsbescheinigung** (oder auch **Stellungnahme der fachkundigen Stelle**) zu den Antragsunterlagen. Zur Ausarbeitung des Businessplanes steht im Download-Center auf www.amaveo.de eine Anleitung bzw. ein Arbeitsbuch zur Verfügung.

Wenn Sie eine Tragfähigkeitsbescheinigung brauchen oder sich für Beratungsleistungen interessieren, können Sie sich an mich wenden. Selbstverständlich übernehme ich auch die Überarbeitung oder Optimierung von Businessplänen, bevor Sie diesen bei der Bank oder anderswo abgeben.



amaveo innovationsmanagement
andrea claudia delp
dipl. betriebswirtin (fh)
anklamer strasse 1a
10115 berlin

web: www.amaveo.de
e-mail: adelp@amaveo.de