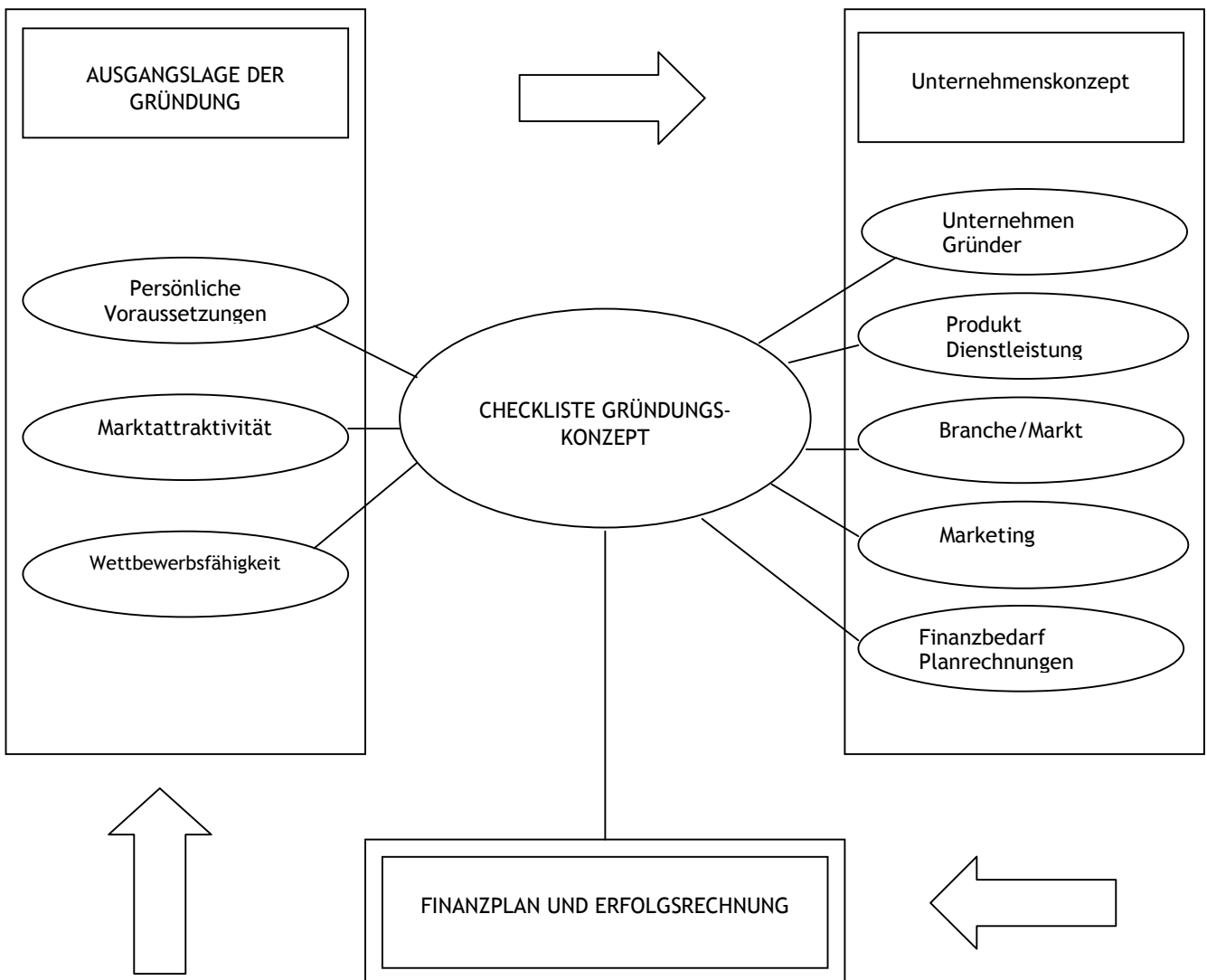


# **MERKBLATT GRÜNDUNGSKONZEPT**

# CHECKLISTE GRÜNDUNGSKONZEPT



Diese Checkliste ist ein Arbeitsbehelf, um die vielfältigen Erfolgsbedingungen Ihres Gründungsvorhabens gedanklich zu ordnen und systematisch vorzubereiten. Damit ist sie ein unverzichtbarer Leitfaden für Ihren Schritt in die Selbständigkeit.

# 1. AUSGANGSLAGE DER GRÜNDUNG

## 1.1 Persönliche Voraussetzungen

Sie wollen sich selbständig machen. Das bedeutet in eigener Verantwortung und Initiative eine Vielzahl von Aufgaben zu bewältigen. Dabei ist die Erfüllung einiger persönlicher Voraussetzungen sehr hilfreich bzw. unbedingt notwendig um Erfolg zu haben!

⇒ **Motivation**

- Sie haben den Wunsch Ihre Geschäftsideen eigenverantwortlich umzusetzen.
- Sie sind bereit, sich dafür voll und ganz einzusetzen.
- Sie wollen sich durch die Herausforderungen persönlich weiterentwickeln und als Persönlichkeit wachsen.

⇒ **Fähigkeiten**

- Sie haben in Ihrem künftigen Geschäftsfeld eine fundierte fachliche Ausbildung.
- Sie verfügen über praktische Erfahrungen und Branchenkenntnisse.
- Sie besitzen kaufmännisches Wissen.
- Sie beherrschen den Umgang mit Menschen (Sie werden es mit Kunden, Lieferanten, evtl. Mitarbeitern, Geldgebern, Behörden, Konkurrenten und evtl. Medien zu tun haben!)

⇒ **Soziales Umfeld**

- Sie werden von Ihrer Familie oder Freunden unterstützt und haben einen privaten Rückhalt.

**Sie sollten mindestens 5 der 8 Punkte erfüllen, um sich erfolgreich selbständig zu machen.**

## 1.2 Marktattraktivität

Sie wollen sich mit Ihrer Geschäftsidee im Wirtschaftsleben positionieren. Deshalb ist zu überlegen, wie das Umfeld aussieht, in dem Sie künftig erfolgreich sein wollen!

Ihre **Geschäftsidee** lautet:

.....

Ihr **Kundenutzen** ist:

.....

Klären Sie im Beratungsgespräch die gewerberechtlichen Voraussetzungen.

⇒ **Marktgröße**

**Wieviele potenzielle Kunden** gibt es schätzungsweise in der Region, in der Sie tätig werden wollen?

Das sind:                      *wenige*                      *viele*  
 (1)                       (2)                       (3)

Die **Region** ist:

.....

⇒ **Marktwachstum**

Wird die von Ihnen angebotene **Leistung** immer **öfter benötigt** bzw. wird dafür immer **mehr Geld ausgegeben**?

nein ja  
 (1)     (2)     (3)

⇒ **Wettbewerbsintensität**

**Wieviele Unternehmen** treten in derselben Region mit einer vergleichbaren Leistung auf?

.....

Das sind: viele wenige  
 (1)     (2)     (3)

⇒ **Branchenrentabilität**

Wie werden sich der Markt und damit die für Sie wichtigsten **Einflussfaktoren** in Zukunft entwickeln? (Wie verlief die Entwicklung in den letzten Jahren?)

Verkaufspreise fallend steigend  
 (1)     (2)     (3)

Einkaufspreise (Handel) bzw. steigend fallend  
 Materialkosten (Produktion)  (1)     (2)     (3)

**Marktattraktivität**  
 Es handelt sich um die allgemeine Attraktivität des Geschäftsfeldes, in dem Sie tätig werden wollen.

gering/riskant (5 - 8 Punkte)  
 ausgewogen (9 -11 Punkte)  
 hoch/chancenreich (12 - 15 Punkte)

⇒ **Zielgruppe**

Um als Unternehmer Erfolg zu haben, ist es unbedingt erforderlich Ihre Kunden, deren Motive und Kaufverhalten so gut wie möglich zu kennen!

Privatkunden	in %
<b>Geschlecht</b>	
männlich	
weiblich	
<b>Alter</b>	
Kinder, Jugendliche	
Erwachsene	
Pensionisten	
<b>Einkommenschicht</b>	
A-Schicht (hohes Einkommen, qualitäts- und servicebewusst)	
B-Schicht (mittleres Einkommen, qualitäts- und preisbewusst)	
C-Schicht (geringes Einkommen, preisbewusst)	

Firmenkunden	in %
<b>Betriebsgröße/Finanzkraft</b>	
Großbetriebe	
Konzernbetriebe	
Kleinbetriebe	
<b>Betriebstyp</b>	
Handel	
Produktion	
Dienstleistung	
<b>Strategie</b>	
Qualitätsvorteil	
Servicevorteil	
Werbe-, Vertriebsvorteil	
Preisvorteil	

⇒ **Kaufmotive**

Was wollen Ihre Kunden durch den Kauf Ihrer Leistung eigentlich erreichen? Welche tieferliegenden Motive müssen Sie also gezielt ansprechen? Wobei müssen Sie ihnen helfen? (Mehrfachnennungen möglich)

**Privatkunden**

Selbstverwirklichung	Prestige	Gruppenzugehörigkeit
Sicherheit/Bewahrung	Wachstum/Weiterentwicklung	

**Firmenkunden**

Einsparungen	Mehrleistungen in Qualität/Service/Werbung/Vertrieb
Perfektion/Verbesserung von Bestehendem	Innovation/Entwicklung von Neuem

⇒ **Kaufverhalten**

Wie kaufen Ihre Kunden ein? Welche Rahmenbedingungen müssen Sie berücksichtigen, um sie zum Kauf zu bewegen?

qualitätsbewusst	servicebewusst	preisbewusst
allein	in Absprache (Familie, Freunde, Geschäftspartner, Kollegen)	
häufig (täglich, wöchentlich)	manchmal (monatlich, jährlich)	selten (alle paar Jahre)
eigeninitiativ	auf Anregung	

**1.3 Wettbewerbsfähigkeit**

Die Beantwortung dieser Fragen liefert Ihnen wichtige Verkaufsargumente! Sie können diese Fragen in weiterer Folge auch von Ihren Kunden selbst ausfüllen lassen. So erfahren Sie, wie Sie am Markt beurteilt werden und erhalten wertvolle Anregungen für Verbesserungen!

⇒ Wo liegen Ihre **Stärken und Schwächen**? (Bitte erstellen Sie durch Verbindung der angekreuzten Felder Ihr persönliches Profil)

<b>Marktauftritt</b>	schwach		stark	
<b>Qualität</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pünktlichkeit, Schnelligkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Service</b>				
Schulungen, Kundendienst, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Werbung/Vertrieb</b>				
Werbemethoden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Standort(e)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkaufsmitarbeiter, Vertriebspartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Preis</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Innerbetriebliche Voraussetzungen</b>	schwach	stark
Ausstattung	<input type="checkbox"/> (1) <input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)
Einkaufsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/> (1) <input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)
Motivation und Qualifikation	<input type="checkbox"/> (1) <input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)
Finanzkraft	<input type="checkbox"/> (1) <input type="checkbox"/> (2)	<input type="checkbox"/> (3)

⇒ **Wo liegen die Stärken/Schwächen Ihrer direkten Konkurrenten?**  
(Bitte erstellen Sie auch für diese ein Profil)

**Wo sind Sie in Bezug auf die Kaufmotive und das Kaufverhalten der Kunden stärker als Ihre Konkurrenten?** (Qualität, Service, Werbung/Vertrieb, Preis)

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

⇒ **Wo sind Sie schwächer als Ihre Konkurrenten?** (Qualität, Service, Werbung/Vertrieb, Preis)

.....  
.....  
.....  
.....

**Wettbewerbsfähigkeit**

Hierbei handelt es sich um Ihren „Punkte-Vergleich“ mit der Konkurrenz. Zählen Sie nur jene Punkte, die auch wirklich die Kaufmotive und das Kaufverhalten Ihrer Kunden ansprechen!

gering/riskant                      (weniger Punkte als die Konkurrenz)

ausgewogen                              (Gleichstand)

hoch/chancenreich                      (mehr Punkte als die Konkurrenz)

⇒ **Welche Stärken (Kernkompetenzen) bilden die Grundlage Ihrer Wettbewerbsstrategie? Welche Schwächen können abgebaut werden?**

.....  
.....  
.....  
.....

**Werden die Marktattraktivität und Wettbewerbsfähigkeit mit „hoch“ oder „ausgewogen“ beantwortet, so sollte das Gründungsvorhaben mit dem Geschäftsplan weiterverfolgt werden.**

**Werden die Marktattraktivität und/oder Wettbewerbsfähigkeit mit „gering“ beantwortet, so sollte das Gründungsvorhaben grundsätzlich in Frage gestellt werden.**

## 2. DAS UNTERNEHMENSKONZEPT

Das Unternehmenskonzept - oftmals auch Geschäfts- oder Businessplan genannt - ist die Beschreibung der Gründungsidee und der einzelnen Schritte, wie Sie diese verwirklichen wollen. Die schriftliche Formulierung des Unternehmenskonzeptes hat dabei mehrere Vorteile:

- Die Schriftform zwingt zu klaren, durchdachten Überlegungen.
- Durch ein schriftliches Unternehmenskonzept haben Sie eine Leitlinie, an der Sie Ihre Ziele und Aktivitäten ausrichten und laufend überprüfen können.
- Ein klares Unternehmenskonzept stärkt Ihre Position bei Kooperations- und Verhandlungspartnern wie Banken, Lieferanten etc.

Für die Erstellung Ihres Businessplanes empfehlen wir Ihnen unsere Homepage [www.gruenderservice.net](http://www.gruenderservice.net). Mit dem Modul „Businessplan“ finden Sie dort eine detaillierte Anleitung für die Erstellung Ihres individuellen Konzeptes inklusive Planrechnungen.

Die nachfolgende Checkliste gibt daher nur einen groben Überblick über jene Punkte, die üblicherweise in einem Businessplan angeführt sind:

### Inhalte eines Businessplanes:

- **Management Summary**  
Im Management Summary werden die wichtigsten Kernaussagen des Businessplanes und die Schlüsselzahlen kurz, knapp und für den Leser interessant dargestellt. Der Adressat erhält damit einen ersten Einblick in das Unternehmen und dessen Zielsetzungen. Hier gilt es, das Leserinteresse zu wecken. Das Management Summary ist daher von besonderer Bedeutung. Es kann - obwohl an erster Stelle des Businessplanes - erst am Schluss erstellt werden.
- **Unternehmen**  
Beschreiben Sie Ihr Unternehmen (Geschäftstätigkeit, Rechtsform, Eigentumsverhältnisse, Standort, Unternehmensziele, ...)
- **Produkt oder Dienstleistung**  
Beschreiben Sie hier Ihre Geschäftsidee und den damit verbundenen Kundennutzen im Detail.
- **Branche und Markt**  
Hier sind die Daten zur Branchen- und Marktanalyse anzugeben, wie z.B. Trends, Entwicklungen, Marktpotenzial, evtl. Marktbarrieren, Zielgruppen, Konkurrenten, ...
- **Marketing**  
Die geplanten Marketingmaßnahmen für die Umsetzung der Geschäftsidee finden hier ihren Niederschlag (konkretes Produkt/Leistungsangebot, Preise und Konditionen, Werbung und Verkaufsförderung, Vertrieb)
- **Gründer, Management, Schlüsselpersonen**  
Angaben zu Geschäftsführung, Mitarbeiter und Kontakten (z.B. vergebene Leistungen an externe Partner)

- **Chancen und Risiken**  
Überlegen Sie Chancen Ihrer Geschäftsidee, aber auch Gefahren und wie Sie diese möglichst vermindern können.
- **Durchführungsplanung/Meilensteine**  
Welche Schritte haben Sie für die Umsetzung Ihrer Idee konkret geplant?
- **Finanzbedarf inkl. Planrechnungen**  
Investitionsplanung, Umsatzplanung, Fixkosten- und Personalkostenplanung, Gewinnplanung
- **Anhang**  
Im Anhang des Businessplanes werden ergänzende oder detailliertere Unterlagen beigelegt, z.B. Maßnahmenplan, Organigramm, Lebensläufe der Manager, Gesellschafter, wichtige Nebenrechnungen, Tabellen, eventuelle Verträge, ...

**WICHTIG!**

Erstellen Sie Ihren Businessplan im Internet unter: <http://www.gruenderservice.net>

Der Businessplan wurde in Kooperation mit der Austria Wirtschaftsservice GmbH erstellt und ist daher für Förderansuchen zertifiziert.

Dieses Infoblatt ist ein Produkt der Zusammenarbeit aller Wirtschaftskammern. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Wirtschaftskammer Ihres Bundeslandes. Wien, Tel. Nr.: (01) 51450-0, Niederösterreich, Tel. Nr.: (01) 53466-0, Oberösterreich, Tel. Nr.: 05 90 909-0, Burgenland, Tel. Nr.: 05 90 907-0, Steiermark, Tel. Nr.: (0316) 601-406, Kärnten, Tel. Nr.: 05 90 904-0, Salzburg, Tel. Nr.: (0662) 8888-0, Tirol, Tel. Nr.: 05 90 905-0, Vorarlberg, Tel. Nr.: (05522) 305-0  
**Hinweis!** Diese Information finden Sie auch im Internet unter [www.gruenderservice.net](http://www.gruenderservice.net)

Ein Service der Gründer-Services der Wirtschaftskammern Österreichs. Nachdruck, Vervielfältigung und Verbreitung jeglicher Art nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Wirtschaftskammern Österreichs zulässig. Trotz sorgfältiger Bearbeitung wird für die Ausführungen keine Gewähr übernommen und eine Haftung des Autors oder der Wirtschaftskammern Österreichs ist ausgeschlossen.