



Existenzgründung

Prof. Dr. Hans Kaminski, Katrin Eggert, Michael Koch
(Institut für Ökonomische Bildung, Oldenburg)

veröffentlicht im Juli 2005

Inhalt

1. Einordnung des Praxiskontaktes	5
2. Lernziele	6
3. Fachliche Hinweise	7
3.1 Die Unternehmerfunktion	7
3.2 Zum Begriff Existenzgründung	7
3.3 Bedeutung des Gründungskonzepts	8
4. Unterrichtliche Realisierung	9
4.1 Projektorientierter Unterricht: Erstellung eines Existenzgründungskonzepts	9
4.2 Vorschlag für einen Präsentationsnachmittag mit Gästen und Experten	11
4.3 Leittextmethode „Existenzgründung“	12
4.4 Expertenbefragung	13
4.5 Rollenspiel	13
4.6 Wettbewerbe	13
4.7 Einrichtung einer Schülerfirma an der Schule	13
5. Informationsquellen	14
5.1 Hilfreiche Internetadressen	14
5.2 Weiterführende Literatur	14
6. Materialien	16
M 1 Tiefer Pessimismus bremst Firmengründer	17
M 2 Aufgabe: Erstellung eines Existenzgründungskonzeptes	18
M 3 Was ist ein Businessplan oder ein Konzept?	19
M 4 Kapitalbedarfsplan	20
M 5 Fragen an eine Unternehmerin	22

Das Projekt PRAWIS

Damit Praxiskontakte im Wirtschaftsunterricht ihr volles Potenzial entfalten können, ist eine systematische Verknüpfung von Theorie und Praxis notwendig. Im Rahmen des von der **IHK Nordwestfalen** organisierten Projektes „Praxiskontakte Wirtschaft - Wirtschaft in die Schule!“, kurz PRAWIS (2000–2004), wurde in den **Instituten für Ökonomische Bildung der Universitäten Oldenburg und Münster** eine entsprechende Konzeption zur systematischen Einbindung von Praxisbegegnungen im Ökonomieunterricht entwickelt. Umfangreiche Informationen zu den konzeptionellen Grundlagen von PRAWIS, zum Projektverlauf sowie den in den Projektschulen gesammelten Erfahrungen finden Sie im Band „KAMINSKI, H./ KROL, G.-J. u. a. 2005: Praxiskontakte - Zusammenarbeit von Schule und Wirtschaft. Braunschweig: Westermann Verlag“.

Im Verlauf des PRAWIS-Projektes sind auf der Basis zentraler Problemstellungen umfangreiche Handreichungen zur Planung und Durchführung von Praxiskontakten im Unterricht der Sekundarstufe II entstanden, welche im o. g. Zeitraum von Gymnasien in Nordrhein-Westfalen erprobt wurden. Eine Auswahl dieser Handreichungen in aktualisierter Form wird im Rahmen des Projektes „Handelsblatt macht Schule“ kostenlos zur Verfügung gestellt.

Struktur des Praxiskontaktes „Existenzgründung“

Zentrale Problemstellung	Existenzgründung
Inhaltsaspekte	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bedeutung des Unternehmertums / der beruflichen Selbstständigkeit für die Volkswirtschaft ■ Bedeutung eines Existenzgründungskonzepts ■ konstitutive Entscheidungen
Aktivitätsformen	<ul style="list-style-type: none"> ■ projektorientierter Unterricht (Erstellung eines Unternehmensgründungskonzeptes) ■ Leittextmethode ■ Befragungen (Jungunternehmer, im Internet (z. B. Business Angels))
Praxiskontaktpartner	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unternehmerinnen und Unternehmer ■ IHK

Anregungen für weitere Problemstellungen

Reaktionsmöglichkeiten von Unternehmen auf den Wandel von Verbraucherpräferenzen; Einflüsse neuer Informations- und Kommunikationstechnologien

Inhaltsaspekte:

- Markt- und Konkurrenzanalyse als Bestandteile eines Businessplans
- Bedeutung eines Marketingplans
- Marketing in der Einführungsphase

Konsequenzen der Internationalisierung/Globalisierung

Inhaltsaspekte:

- Chancen und Herausforderungen der Niederlassungsfreiheit in der Europäischen Union
- zunehmende Internationalisierung der Beschaffungs- und Absatzmärkte

1. Einordnung des Praxiskontaktes

Dieser Praxiskontakt stellt eine Thematik in den Mittelpunkt, die in den letzten Jahren große Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit gefunden hat. Eine „Renaissance der Selbstständigkeit“ in Deutschland wurde lautstark eingefordert, da das Land im internationalen Vergleich im Hinblick auf die Selbstständigenquote (ca. 10 %) weit abgeschlagen ist und nur eine mäßige Bereitschaft zur Selbstständigkeit und Eigenverantwortung auszumachen ist. Im Bildungssystem werden demzufolge Anstrengungen unternommen, den beschriebenen Mangel zu beheben: Lehrstühle für „Entrepreneurship“ werden gegründet und Gründerwerkstätten eingerichtet, Projekte und Wettbewerbe für Schulen (z.B. Gründung von Schülerfirmen) ins Leben gerufen, Foren zur „Kultur der Selbstständigkeit“ geführt.

Die Entwicklung des Internet führte zu einer großen Zahl von Neugründungen („Start-Ups“) und scheinbar grenzenlosen Gewinnerwartungen. Mittlerweile ist die Euphorie der Realität gewichen, viele Firmen am Neuen Markt sind gescheitert. Während es zur Zeit des allgemeinen Hypes mitunter ausreichte, eine gute Idee zu haben, muss heute ein tragfähiges und Erfolg versprechendes Gesamtkonzept für eine Unternehmensgründung vorgelegt werden, um Kreditgeber zu überzeugen.

Dem Unternehmertum kommt eine herausragende Bedeutung in einer marktwirtschaftlichen Ordnung zu. Der Praxiskontakt „Existenzgründer“ soll dazu dienen, dass Schülerinnen und Schüler erkennen, dass Unternehmer – mit Schumpeter gesprochen – „schöpferische Zerstörer“ sind, die Innovationen vorantreiben, Arbeitsplätze schaffen und somit Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen. Hierzu merkt die Kommission für Zukunftsfragen an: „Für Wirtschaft und Gesellschaft zunehmend wichtig sind [...] unternehmerisch handelnde, schöpferische Menschen, die willens und in der Lage sind, in höherem Maße als bisher auch in den Bereichen Erwerbsarbeit und Daseinsvorsorge für sich und andere Verantwortung zu übernehmen.“ (Kommission für Zukunftsfragen 1998, 119, in: Weber 2000, 3). Schülerinnen und Schüler können mithilfe dieses Praxiskontaktes ihr Bild vom Unternehmer, welches möglicherweise auf Vorstellungen von „Ausbeutung“ und „egoistischem Kapitalismus“ basiert, mit der Wirklichkeit abgleichen. Sie sollen erkennen, welche Rolle den Selbstständigen in der Sozialen Marktwirtschaft zukommt.

Durch eine Begegnung mit Gründern oder Experten in Fragen rund um die Existenzgründung kann weiterhin das Ziel verfolgt werden, die Selbstständigkeit als berufliche Alternative zu einem abhängigen Arbeitsverhältnis aufzuzeigen.

Würden im Unterricht allerdings ausschließlich die beruflichen Perspektiven aufgezeigt bzw. die Chancen und Herausforderungen des selbstständigen Unternehmertums erarbeitet werden, würde entscheidendes Lernpotenzial vergebend werden. Denn mithilfe des Praxiskontaktes „Existenzgründer“ können wesentliche Inhalte des Inhaltsbereichs „Unternehmen“ erarbeitet werden. Eine Auseinandersetzung mit selbstständigen Unternehmern bzw. deren Gründungskonzepten oder – im Idealfall – die Entwicklung eigener Existenzgründungskonzepte im Unterricht führen aufgrund der Komplexität fast zwangsläufig dazu, dass die Schülerinnen und Schüler alle zentralen Entscheidungs- und Handlungsfelder eines Unternehmers erarbeiten. Es wird deutlich, dass die Unternehmensführung als eine zielorientierte Gestaltung, Steuerung und Entwicklung eines Unternehmens anzusehen ist.

Nicht zuletzt bestehen vielfältige Ansatzpunkte für die Auseinandersetzung mit politisch-rechtlichen und anderen Rahmenbedingungen für Unternehmensaktivitäten sowie für eine Thematisierung der Wirtschaftsordnung als permanente Gestaltungsaufgabe (gesellschaftliche Anreizsysteme für Gründer). Die Erarbeitung von Unternehmensgründungskonzepten, wie unten vorgeschlagen, bringt den Vorteil mit sich, dass entscheidende Kompetenzen wie etwa Selbstständigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Eigeninitiative, Leistungsbereitschaft, Kreativität, Planungs- und Entscheidungsfähigkeit ausgebildet oder gefördert werden können.

2. Lernziele

Die Schülerinnen und Schüler sollen...

- (1) sich mit den Grundfunktionen und wesentlichen Zielen eines Unternehmens auseinander setzen,
- (2) Unternehmensführung als eine zielorientierte Gestaltung, Steuerung und Entwicklung eines Unternehmens erkennen,
- (3) erkennen, welche Funktionen die Unternehmertätigkeit in einer marktwirtschaftlichen Ordnung hat,
- (4) die Chancen und Herausforderungen einer Existenzgründung erkennen,
- (5) Anregungen zum unternehmerischen Denken und Handeln erhalten und erkennen, dass der Umgang mit Risiko und Entscheidungen unter Unsicherheit das selbstständige Unternehmertum kennzeichnen,
- (6) Orientierung für das zukünftige Erwerbsleben erhalten und die selbstständige Erwerbsarbeit als Perspektive mit den eigenen Vorstellungen von beruflicher Verwirklichung abgleichen,
- (7) erkennen, welche Bedeutung der Ausarbeitung eines Existenzgründungskonzepts für die Realisierung einer Geschäftsidee und eines erfolgreichen Unternehmens zukommt,
- (8) die Bestandteile eines Gründungskonzepts und ihre Funktionen erläutern können,
- (9) das Anreizsystem der institutionellen Rahmenbedingungen für Existenzgründungen in der Bundesrepublik Deutschland analysieren.

Sofern von den Schülerinnen und Schülern Existenzgründungskonzepte erstellt werden und für diesen Zweck ein Unterrichtsverfahren gewählt wird, das sich an der Leittext- oder Projektmethode orientiert, sollen die Lernenden

- (10) die gestellte Aufgabe in ihrer Komplexität analysieren und einen Bearbeitungsvorschlag vorlegen, der diesen Anspruch widerspiegelt,
- (11) Marketing-Kenntnisse aufgabenbezogen in ihrer gegenseitigen Vernetztheit anwenden können und dies durch die Präsentation eines Existenzgründungskonzepts verdeutlichen,
- (12) lernen, sich selbstständig für ihre Aufgabenstellungen Informationen zu beschaffen, zu bewerten und anzuwenden sowie Expertenwissen zu nutzen,
- (13) in dem Zusammenhang der komplexen Aufgabe Kooperations- und Kommunikationsfähigkeiten weiterentwickeln.

3. Fachliche Hinweise

3.1 Die Unternehmerfunktion

Die Unternehmerfunktion ist in einer marktwirtschaftlichen Ordnung von herausragender Bedeutung. Unternehmer stimulieren den Wettbewerb und beschleunigen den Strukturwandel, indem sie Innovationen vorantreiben. Sie sorgen, insbesondere im Mittelstand, für mehr Wachstum und Beschäftigung.

Zu den Aufgaben eines Unternehmers gehören konstitutive Entscheidungen über die Wahl des Standorts, der Rechtsform und die Eingliederung in Unternehmensverbindungen. Die vielfältigen Funktionen der Unternehmensführung sind in erster Linie in der Planung, Kontrolle, Organisation und Disposition von betrieblichen Entscheidungen und Prozessen, in der Unternehmenssteuerung und -entwicklung und der Kommunikation nach innen und außen zu sehen.

Die Figur des Unternehmers wurde in der ökonomischen Literatur des 20. Jahrhunderts weitestgehend ausgeblendet. Eine bekannte Ausnahme hiervon stellt der Österreicher Joseph A. Schumpeter dar, der mit seiner „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine Analyse und Beschreibung des Unternehmers gegeben hat. Der Unternehmer ist nach Schumpeter nicht der Erfinder, sondern der Innovator, der neue Ideen aufgreift und durchsetzt und damit aktuelle Strukturen zerstört und neue schafft. Diesen Prozess nennt er die „schöpferische Zerstörung“. Unternehmensgründungen werden seit der These der schöpferischen Zerstörung überkommener Wirtschaftsstrukturen als Motor des volkswirtschaftlichen Strukturwandels angesehen: „Immer handelt es sich um die Durchsetzung einer anderen als der bisherigen Verwendung nationaler Produktivkräfte, darum, dass dieselben ihren bisherigen Verwendungen entzogen und neuen Kombinationen dienstbar gemacht werden.“¹⁾

3.2 Zum Begriff Existenzgründung

Mit der Existenzgründung ist der Wechsel von einer abhängigen Erwerbstätigkeit oder Arbeitslosigkeit in die unternehmerische Selbstständigkeit gemeint. Hierzu zählen Einzelunternehmer, geschäftsführende Gesellschafter, Pächter eines Gewerbebetriebes und freiberuflich Tätige. Nach den öffentlichen Förderrichtlinien muss es sich hierbei um einen nachhaltigen tragfähigen Vollerwerb handeln.

¹⁾ Schumpeter, J.A. (1996): Die Unternehmerfunktion, in: Leube, K. R. (Hg.): The Essence of J.A. Schumpeter, Die wesentlichen Texte, Wien: Manz, 167 ff.

3.3 Bedeutung des Gründungskonzepts

Wer ein Unternehmen gründen möchte, braucht zunächst eine Erfolg versprechende Idee für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Ob New oder Old Economy: Man kann nur das verkaufen, was der Markt wirklich fordert oder wofür Märkte geschaffen werden können. Es kommt daher darauf an, das gesamte Gründungsvorhaben in einem Konzept (oder auch: Business Plan) darzustellen. Ein fundierter Geschäftsplan legt die Unternehmensziele schlüssig dar, liefert profunde Marktanalysen und beweist die unternehmerische Einstellung des Existenzgründers. Mithilfe eines Gründungskonzepts lassen sich systematisch Chancen ermitteln, aber auch Alternativen und Risiken können bedacht und aufgezeigt werden. Somit ist der Gründer gezwungen, die Zukunft des geplanten Unternehmens in allen Einzelheiten vorauszudenken. Andererseits ist ein Gründungskonzept in aller Regel notwendig, um Quellen für eine Fremdfinanzierung des Vorhabens aufzutun. Nur wenn die Erfolgsaussichten einer Gründungsidee in einem Konzept überzeugend präsentiert werden, sind Geldgeber bereit, einem potenziellen Gründer Vertrauen zu schenken. Zu den wichtigsten Fehlern bei der Bewerbung um Risikokapital zählen unzureichende Marktanalysen, eine fehlende Kundenorientierung und die Selbstüberschätzung des Gründers (vgl. www.focus.de/existenzgruendung).

Ein Gründungskonzept oder Business Plan macht Angaben über:

- die Gründerpersonen,
- die Geschäftsidee,
- den Markt und die Konkurrenz,
- ein geeignetes Marketingkonzept,
- den Standort,
- den Kapitalbedarf sowie
- die Zukunftsprognose.

Diese Aufzählung zeigt, dass Kenntnisse und Fähigkeiten in unterschiedlichen Bereichen notwendig sind, um ein gutes Konzept zu erarbeiten. Informationen über die Beschaffungs- und Absatzmärkte, Kenntnisse zum betrieblichen Leistungsprozess (neben den Grundfunktionen auch Personal, Finanzierung und Investition), planerische und organisatorische Fähigkeiten.

Die vielfältigen Entscheidungen, die einer Gründerperson abverlangt werden, lassen erkennen, dass nicht nur rein ökonomische Fragestellungen eine Rolle spielen. Vielmehr wird deutlich, dass Unternehmen ökonomische und soziale Aktionszentren darstellen, die in einem spezifischen rechtlichen, politischen, sozialen usw. Umfeld agieren. Die „Umgebung“ unternehmerischer Aktivitäten tritt im Zusammenhang mit der Thematik „Existenzgründung“ in besonderer Weise durch bürokratische Erfordernisse und behördliche Instanzen bei Anmeldung einer Unternehmung in Erscheinung.

4. Unterrichtliche Realisierung

Allgemeiner Hinweis: Das Materialienangebot ist nicht als Aufforderung zu verstehen, dieses systematisch im Unterricht „abzuarbeiten“. Die Anordnung der Materialien bedeutet des Weiteren keine Reihenfolge der unterrichtlichen Auseinandersetzung.

Die Materialien sind vielmehr flexibel zu handhaben - je nach Art des Praxiskontaktes, der z.B. im Rahmen einer Erkundung, einer Expertenbefragung in oder außerhalb der Schule, während eines Projektes, im Rahmen einer Pro- und Kontra-Diskussion usw. stattfinden kann. Die zur Verfügung stehende Unterrichtszeit und der Zeitpunkt des Einsatzes im Rahmen einer Unterrichtseinheit sind darüber hinaus bedeutsam für die Auswahl der Materialien durch die Lehrkraft.

Die Materialien können somit unterschiedliche Funktionen einnehmen. Sie dienen z. B. zur

- Einführung in eine Thematik,
- Vorbereitung eines Praxiskontaktes (Festlegung der Art und der Ziele des Praxiskontaktes, Kontaktaufnahme, Ausarbeitung von Fragekatalogen, Organisationsabsprachen, etc.),
- Durchführung eines Praxiskontaktes (z. B. bei Vorliegen eines Arbeitsblattes für eine Erkundung),
- zur Ergebnissicherung im Rahmen der Auswertung und Reflexion des Praxiskontaktes.

4.1 Projektorientierter Unterricht: Erstellung eines Existenzgründungskonzepts

Eine Auseinandersetzung mit der Thematik „Existenzgründung“ kann im Unterricht mithilfe eines projektorientierten Unterrichts sinnvoll stattfinden, indem Schülerinnen und Schüler in Kleingruppen selbst eine Gründungsidee entwickeln und dafür Gründungskonzepte ausarbeiten, sich also in die Lage von (potenziellen) Gründern versetzen. Der zeitliche Aufwand dieser komplexen Aufgabenstellung ist sicherlich nicht zu unterschätzen - es gibt allerdings eine Reihe didaktischer Argumente, die für eine projektorientierte Vorgehensweise sprechen:

- Am Beispiel der Entwicklung von Existenzgründungskonzepten können ökonomische Grundkenntnisse vermittelt werden und die zu erarbeitenden Kenntnisse werden im Gesamtzusammenhang einer Aufgabenstellung gewonnen, die von der Findung einer Geschäftsidee über die Informationsbeschaffung, Analyse und Planung bis zur Entscheidung reicht. Es wird nicht an abstrakten Beispielen vermittelt, wie sich z. B. gesellschaftliche Trends verändern oder was beispielsweise unter Fixkosten zu verstehen ist, sondern die Schülerinnen und Schüler beschäftigen sich mit diesen Inhalten, weil sie diese Kenntnisse benötigen, um zu entscheiden, ob eine solche Existenzgründung unter ökonomischen Gesichtspunkten überhaupt zu realisieren ist. Die Notwendigkeit, sich mit einzelnen Fragen auseinander zu setzen, ergibt sich also immer aus der Gesamtaufgabe. So erhalten die Lernenden die Möglichkeit, betriebswirtschaftliche Erkenntnisse in ihrer wechselseitigen Verflochtenheit zu erwerben und nicht nur additiv aneinander zu reihen. Projektorientierter Unterricht

umfasst dabei neben der selbstständigen Gruppenarbeit selbstverständlich traditionelle Lehrgänge (z. B. zu den Themen Marketing, Finanzierung, Steuern, Unternehmensverfassung, Kosten- und Ertragsrechnung).

- Die Methode des projektorientierten Unterrichts ermöglicht die problembezogene Umsetzung und Anwendung der erarbeiteten Kenntnisse und schafft durch die eingenommene Rolle eine Realsituation, in der die Auseinandersetzung mit der konkreten Handlungssituation den theoretischen Erkenntnisprozess unterstützt und vertieft.
- Bei der gewählten Themenstellung geht es nicht darum, Berufsausbildung vorwegzunehmen, sondern den Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit zu geben, die Bedeutung und Funktionsweise eines Betriebes in einer marktwirtschaftlichen Ordnung exemplarisch zu erfassen. Die Schülerinnen und Schüler schauen quasi „hinter die Kulissen“ eines Unternehmens, das Gewinn bringend arbeiten will. Sie haben sich deshalb in seine ökonomischen Überlegungen einzuarbeiten. Es geht im Kern darum, die Zielgerichtetheit unternehmerischen Handelns zu erkennen, die unabhängig ist von der Größe eines Unternehmens, von den zu erstellenden Produkten oder den anzubietenden Dienstleistungen.
- Ein Unterrichtsverfahren, das sich an der Projekt- oder Leittextmethode anlehnt, bietet vielfältige Möglichkeiten, Experten in den Unterricht einzubeziehen oder die Praxis aufzusuchen (vgl. konkrete Vorschläge unten).

Im Anhang finden sich Materialien, die zur Anfertigung eines Gründungskonzepts hilfreich sein können. An den Anfang haben wir einen Handelsblattartikel gestellt (M1), der die spezifische deutsche „Existenzgründungssituation“ beleuchtet und Gründe für die im internationalen Vergleich niedrigerer Gründerzahl aufführt.

4.2 Vorschlag für einen Präsentationsnachmittag mit Gästen und Experten

Sofern im Unterricht Existenzgründungskonzepte entwickelt werden, könnten diese anschließend im Rahmen einer Ausstellung in der Schule präsentiert werden. Folgender Ablauf ist hier denkbar:

Die einzelnen Gruppen stellen ihre Konzepte in unterschiedlichen Räumen vor und die Gäste (Kolleginnen und Kollegen, Eltern, Experten (Existenzgründungsberater, Bankkaufleute, Branchenkenner etc.)) können die Konzepte in einem zuvor festgelegten Ausstellungsrundgang kennen lernen.

Die Veranstaltung läuft in drei Phasen ab:

1. Vorbereitung

- Aufbau der Ausstellung (Zeit: ca. 15 Minuten)

2. Durchführung

- Begrüßung der Kursteilnehmer und Gäste
- anschließende Aufteilung der Besichtigungsgruppen auf die Präsentationsräume
- Ausstellungsrundgang in Gruppen
- Zeit für Ausstellungsrundgang: ca. 90 Minuten

Es gelten folgende Regeln:

1. Jeder Gruppe stehen genau zehn Minuten zur Verfügung, den Ausstellungsbesuchern ihr Existenzgründungskonzept vorzustellen; in dieser – durchaus knapp bemessenen – Zeit ist auch die Beantwortung etwaiger Nachfragen eingeschlossen. Sobald die nachfolgende Gruppe erscheint, muss die jeweilige Präsentation abgebrochen werden.
2. Der Ausstellungsrundgang folgt einer bestimmten Route.
3. In jedem Ausstellungsraum liegen schriftliche Handreichungen für alle Besucher bereit.
4. Jeder Teilnehmer erhält einen Bewertungsbogen, auf dem nach jeder Präsentation in einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 5 (sehr hoch) die jeweilige persönliche Einschätzung zu folgenden Aspekten eingetragen wird:
 - Geschäftsidee: wie überzeugend?
 - Marketingkonzept: wie gut durchdacht?
 - Finanzierungsüberlegungen: wie realistisch?
 - Rechtsformentscheidung: wie angemessen?
 - Präsentation: wie „professionell“?

3. Auswertung

- Phase 1: Alle tragen – möglichst zügig! – die jeweiligen Punktzahlen in die Bewertungsbögen für die Gruppen an der Tafel ein.
- Phase 2: Die Gäste werden um Rückmeldungen gebeten: Was erscheint besonders gelungen? Was besonders problematisch?
- Zeit: ca. 45 Minuten

4.3 Leittextmethode „Existenzgründung“

Die Leittextmethode kann zur schrittweisen Erarbeitung eines „Gründungskonzepts“ herangezogen werden. Auf diese Weise können – ähnlich wie beim projektorientierten Vorgehen – wesentliche Inhalte und Erkenntnisse des Inhaltsbereichs „Unternehmen“ erarbeitet bzw. gewonnen werden. Es geht ausdrücklich nicht darum, die Schülerinnen und Schüler zu Existenzgründern zu machen, sondern mithilfe einer aktivierenden Methode und aufgrund der Identifikationsmöglichkeit (eigene Produktidee und Entwicklung eines Konzepts in Gruppenarbeit) generelle Einsichten in betriebliche Aktivitäten zu gewinnen.

Tipp: Ausführliche Grundlageninformationen zur Leittextmethode finden Sie unter www.ioeb.de (IÖB Center/Schulpraxis/Unterrichtsplanung/Methoden).

4.4 Expertenbefragung

Für eine Befragung kommen sehr unterschiedliche Fachleute in Betracht. Zum einen ist denkbar, dass Gründer von den Lernenden interviewt werden. Hier sind – in Abhängigkeit von der zur Verfügung stehenden Zeit, der betroffenen Branche, dem Erkenntnisinteresse – sehr unterschiedliche Schwerpunkte denkbar.

Es bietet sich an, dass Experten von Banken und Sparkassen oder Berater der örtlichen Industrie- und Handelskammer die Geschäftsideen und Gründungskonzepte der Schülerinnen und Schüler beurteilen und im Hinblick auf die Realitätsnähe und Umsetzungsmöglichkeiten überprüfen.

Findet eine Auseinandersetzung mit der Thematik „Existenzgründung“ zeitlich sehr begrenzt statt, ist eine Auswahl von Aspekten bzw. eines spezifischen Problems problemlos möglich. Beispiele hierfür sind Unternehmerpersönlichkeit, Management- und Führungstechniken, Business Pläne, Gründungsfinanzierung/Förderprogramme, Rechtsformen von Unternehmen, Produktionsprogrammplanung, Entwicklung von Internet-Start-Ups und das bei einer Existenzgründung zu beachtende institutionelle Umfeld.

Das Material **M 5** „Fragen an eine Unternehmerin“ stellt eine denkbare Akzentuierung dar. Es bietet die Möglichkeit, der Frage nachzugehen, inwieweit Frauen und Männer in Existenzgründungsangelegenheiten ungleich behandelt werden und welche besonderen Herausforderungen durch eine Doppelbelastung als Selbstständige und Mutter erwachsen können. Der Fragenkatalog hat lediglich Orientierungsfunktion, d. h. er ist entsprechend des unterrichtlichen Zusammenhangs zu modifizieren.

Tipp: Ausführliche Grundlageninformationen zur Expertenbefragung finden Sie unter www.ioeb.de (IÖB Center/Schulpraxis/Unterrichtsplanung/Methoden).

4.5 Rollenspiel

Es ist denkbar, dass ein Mitarbeiter eines Kreditinstituts eingeladen wird an einem Rollenspiel teilzunehmen, in dem es darum geht, dass Schülerinnen und Schüler ein Konzept für eine Geschäftsidee „verkaufen“ müssen, um eine Fremdfinanzierung zu erhalten.

Tipp: Ausführliche Grundlageninformationen zum Rollenspiel finden Sie unter www.ioeb.de (IÖB Center/Schulpraxis/Unterrichtsplanung/Methoden).

4.6 Wettbewerbe

Zum Thema „Existenzgründung“ werden regelmäßig Wettbewerbe ausgeschrieben, an denen Schülerinnen und Schüler teilnehmen können (z. B. www.business-at-school.de, www.focus.de/Existenzgruendung).

4.7 Einrichtung einer Schülerfirma an der Schule

Schließlich sei die Möglichkeit genannt, in der Schule - z. B. im Rahmen einer freiwilligen, lerngruppen- und fachübergreifenden Arbeitsgemeinschaft - eine Schülerfirma einzurichten und zu betreiben. Die „Praxis“ kann hierfür wertvolle Anregungen und Hilfestellungen liefern. Schülerfirmen sind keine realen Firmen, sondern sie gelten als Schulprojekte. Zu den rechtlichen Bestimmungen vgl. Finke o. J.: www.schuelerfirmen.de .

Tipp: Ausführliche Grundlageninformationen zur Schülerfirma finden Sie unter www.ioeb.de (IÖB Center/Schulpraxis/Unterrichtsplanung/Methoden).

5. Informationsquellen

5.1 Hilfreiche Internetadressen

IÖB Oldenburg: Wie oben angegeben finden Sie auf den Seiten des IÖB Oldenburg u. a. ausführliche Beschreibungen der genannten Methoden:

www.ioeb.de (IÖB Center/Schulpraxis/Unterrichtsplanung/Methoden)

Akademie.de: <http://www.akademie.de>

Betriebswirtschaftliches Institut für empirische Gründungs- und Organisationsforschung e.V.:

<http://www.bifego.de>

Bundesarbeitsgemeinschaft Schule – Wirtschaft: <http://www.schule-wirtschaft.de>

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Downloads, u. a. BMWi-Infoletter „Gründer-Zeiten“ (unterschiedliche thematische Schwerpunkte) sowie Software-Paket für Existenzgründer, u.v.m.): <http://www.bmwi.de>

Bundesverband der Freien Berufe: www.freie-berufe.de

Deutsche Ausgleichsbank, Service zur Vermittlung von privatem und institutionellem Beteiligungskapital für kleine und mittlere Unternehmen: <http://www.dta.de>

Gründerstadt: <http://www.gruenderstadt.de>

Gründerleitfaden: <http://www.gruenderleitfaden.de/leitfaden.htm>

Gründungsoffensive Nordrhein-Westfalen: <http://www.go-online.nrw.de/>, speziell:

<http://www.gotoschool.de>

Initiative [business@school](http://www.business@school) richtet Gründungswettbewerbe für die Sekundarstufe II aus: <http://www.business-at-school.de>

Instituts der deutschen Wirtschaft, Projekt „Junior“: <http://www.iw-junior.de>

Online-Akademie für Existenzgründer und Jungunternehmer (BMWi und FOCUS-Online) gibt Links zu allen relevanten Informationslieferanten zum Thema Existenzgründung (Experten, Datenbanken, Institutionen, etc.), um weiterführende, umfangreiche Informationen abzurufen:

<http://www.focus.de/existenzgruendung>

Schülerfirmen.de enthält u. a. eine Übersicht über Schülerfirmen sowie eine umfangreiche Sammlung an audio-visuellen Medien, Printmedien und Literaturtipps zum Thema:

<http://www.schuelerfirmen.de>

5.2 Weiterführende Literatur

Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Ludwig-Erhard-Stiftung (1999): Reformkommission Soziale Marktwirtschaft: Die Renaissance der Selbständigkeit, Gütersloh: Bertelsmann Stiftung

Döring, V. (2001): Verbesserung der Motivation und Wissensvermittlung zur Selbständigkeit: Möglichkeiten der Förderung von unternehmerischem Interesse und unternehmerischem Handeln bei Jugendlichen, Studien zur Wirtschaftspolitik, Bd. 68, Frankfurt am Main; Berlin; Bern u. a.: Lang

Faltin, G. (Hg.) (1998): Entrepreneurship: Wie aus Ideen Unternehmen werden, München: Beck

Kaiser, F.-J./Kaminski, H. (Hg.) (1999): Methodik des Ökonomieunterrichtes, 3. A., Bad Hilbrunn: Klinhardt

Kaminski, H./Krol, G.-J./u. a. (2005): Praxiskontakte – Zusammenarbeit zwischen Schule & Wirtschaft, Braunschweig: Westermann

Kaminski, H./Eggert, K./Frintrop-Bechthold, D./Koch, M. (2005): Oec Ökonomie – Grundfragen wirtschaftlichen Handelns, Braunschweig: Westermann

Schwetje, G.; Vaseghi, S. (2005): Der Businessplan - Wie Sie Kapitalgeber überzeugen, 2., überarb. und erw. A., Berlin: Springer

Holtel, C. (2004): Wir gründen eine Schülerfirma, Oldenburg: BIS der Universität Oldenburg

Ludolph, F./Lichtenberg, S. (2001): Der Businessplan, München: Econ

Nagl, A. (2005): Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen. Mit Checklisten und Fallbeispielen, 2. A., Wiesbaden: Gabler

Schlembach, C./Schlembach, H.-G. (2003): Businessplan. Geldgeber überzeugen und zielgerichtet planen, Berlin: Cornelsen

Sternberg, R. (1999): Entrepreneurship in Deutschland - das Gründungsgeschehen im internationalen Vergleich: Länderbericht Deutschland 1999 zum Global Entrepreneurship Monitor, Berlin

Unterricht Wirtschaft, Schwerpunkt: „Existenzgründung“, Heft 4/2000, Velbert: Friedrich Verlag

Weber, B. (2000): Selbstständigkeit und Existenzgründung - eine neue Anforderung im gesellschaftlichen Krisenmanagement oder eine neue Chance für Schulen und die ökonomische Bildung, in: Unterricht Wirtschaft, H. 4, 3 ff.

Weber, W. (2005): Unternehmen als ökonomische und soziale Aktionszentren, Reihe „Ökonomische Bildung kompakt“, Bd. 3, Braunschweig: Westermann

Zedler, R. (1998): Existenzgründung - Aufgabe des Bildungswesens (Thema Wirtschaft - Institut der deutschen Wirtschaft), Köln

6. Materialien

- M 1** Tiefer Pessimismus bremst Firmengründer
- M 2** Aufgabe: Erstellung eines Existenzgründungskonzeptes
- M 3** Was ist ein Businessplan oder ein Konzept?
- M 4** Kapitalbedarfsplan
- M 5** Fragen an eine Unternehmerin

M 1

Tiefer Pessimismus bremst Firmengründer*Gute Förderprogramme, aber unzureichende Beratung*

5 Deutschland hat ein hervorragendes Angebot an Förderprogrammen für Unternehmensgründer
- und trotzdem ist das Gründerklima im globalen Vergleich sehr schlecht. Das liegt zum einen
an dem hier zu Lande ungewöhnlich stark aus geprägten Pessimismus. Zum anderen ist die
Gründerberatung bisher schlecht darauf abgestimmt, angehenden Unternehmern Zugang zu
10 einer Finanzierung zu verschaffen. Zu diesen Ergebnissen kommt der „Global Entrepreneurship
Monitor 2004“, deren Deutschland-Bericht die Universität Köln für die KfW-Bankengruppe und
das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung erstellt hat.

Nach der Studie haben sich im vergangenen Jahr 3,4 Prozent der Deutschen im Alter von 15
bis 64 Jahren als Unternehmensgründer versucht, 0,1 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr.
15 Deutschland belegt damit Platz 19 unter 33 untersuchten Ländern. Es liegt im Vergleich zwar
etwa auf einer Höhe mit Großbritannien und knapp vor den Niederlanden, aber hinter Frank-
reich und den USA. Durchschnittlich liegt die Gründerquote bei 5,7 Prozent. Im Zentrum der
Studie stehen „werdende Gründer“, die sich zum Zeitpunkt der Erhebung Mitte 2004 in der
Vorbereitungsphase einer Unternehmensgründung befanden. In Deutschland wurden dazu
20 7 500 Kandidaten befragt, in sämtlichen 33 Teilnehmerstaaten waren es zusammen 150 000.

Auffällig ist bei den Ergebnissen, wie pessimistisch die Gründungschancen hier zu Lande ein-
geschätzt werden: Nur 13 Prozent der Befragten glaubten, dass sich binnen eines halben Jahres
25 „gute Möglichkeiten für eine Unternehmensgründung ergeben“ würden. Sowohl in Belgien und
den Niederlanden, als auch in Spanien und den USA liegt dieser An-teil bei über einem Drittel.
Nach Ansicht des Kölner Wirtschaftsgeografen Rolf Sternberg ist die Stimmungslage ein Faktor,
der vorhandene Probleme deutlich verstärkt: „Die Deutschen neigen zu Überreaktionen“, sagte
er. Realität und Wahrnehmung klafften da-her besonders stark auseinander.

30 Für Deutschland haben die Forscher zugleich eine ungünstige Verschiebung bei den Moti-ven für
Firmengründungen festgestellt: Der Anteil der Gründer, deren Antrieb eine spe-zielle Geschäftsidee
ist, geht zurück. Dagegen steigt der Anteil derer, die sich selbstständig machen, weil sie schlicht für
sich keine andere Erwerbsalternative sehen. Allerdings trug die neue Existenzgründerförderung für
Arbeitslose im Rahmen der „Ich-AG“ nur einen kleinen Teil dazu bei. Erfasst werden hier genauso
35 Angestellte, die schlicht in ihrem bisherigen Job keine Perspektive für sich sehen.

Bei der Qualität der „Förderinfrastruktur“ belegt Deutschland in der seit 1999 jährlich erhobe-
nen Studie erstmals den Spitzenplatz. „Wir sehen das als Bestätigung unserer bisherigen Förder-
strategie“, sagte KfW-Chefvolkswirt Norbert Irsch. Das Hemmnis lokalisiert er beim Zugang
40 der Gründer zu den Finanzierungsangeboten: Zum einen sei das kleinvolumige Gründergeschäft
für die Banken, die Förderkredite durchleiten, wenig attraktiv. Die KfW bemühe sich, dies durch
Programme zu lösen, bei denen sie sich am Kreditrisiko und den Bearbeitungskosten der Ban-
ken beteilige. Zum anderen mangle es an gezielter Hilfestellung: „Ein Hauptproblem ist, dass
Gründerberatung und Finanzierung ungenügend verzahnt sind.“

Klare Mängel erkennt Sternberg zudem bei der Vermittlung wirtschaftlicher Kenntnisse und
unternehmerischer Grundfähigkeiten in den Schulen. „Unternehmermentalitäten werden schon
in jungen Jahren gebildet“, betont er - vorausgesetzt, Schüler erhalten dazu die richtigen Impul-
se. In einer parallel durchgeführten Expertenbefragung belegt Deutschland in dieser Kategorie
50 aber nur den 24. Platz unter den 33 Vergleichsländern.

M 2**Aufgabe: Erstellung eines Existenzgründungskonzeptes**

1. Wenn Sie Eigen- und Fremdkapitalgeber dazu bewegen wollen, Ihnen Geld zu geben, sollte Ihr Konzept unter anderem durch folgende miteinander zusammenhängende Punkte gekennzeichnet sein:
 1. die Geschäftsidee
 2. die Markteinschätzung
 3. die Analyse der Konkurrenzsituation
 4. die Standortwahl
 5. die geplanten Geschäftsverbindungen (Partner, Lieferanten, Hersteller ...)
 6. die Zukunftsaussichten Ihres Unternehmens
2. Damit Sie keine Luftschlösser errichten, sollten Sie sich Gedanken über den Kapital- und Finanzbedarf machen (auch wenn im Rahmen dieses kurzen Projekts nur überschlägige Schätzungen erwartet werden können). Denken Sie an Ihre langfristigen Investitionen und an Ihren kurzfristigen Finanzierungsbedarf, aber auch an die laufenden Kosten (z. B. Personalkosten, Mieten etc.), die Ihnen ja auch schon entstehen, wenn Sie noch keine einzige Mark eingekommen haben! Vergessen Sie nicht die Gründungskosten Ihres Unternehmens (s. a. Rechtsform)! Überlegen Sie aber auch, wo und wie Sie möglicherweise Geld sparen können!
3. Ihre Geldgeber dürfte auch interessieren, woher Sie die Mittel zur Finanzierung Ihres Unternehmens nehmen wollen (Eigenkapital inklusive Beteiligungskapital, lang-, mittel- und kurzfristiges Fremdkapital, öffentliche Starthilfen etc.).
4. Sie sollten sich auch für eine Ihren spezifischen Zielsetzungen und Gegebenheiten angemessene Rechtsform entscheiden.
5. Ihr Konzept sollte auch Aussagen zum Marketing enthalten, die sich nicht in Werbefragen erschöpfen.
6. Schließlich sollten Sie sich Gedanken darüber machen, ob und wie viel sowie welches Personal Sie beim Unternehmensstart und für die Zeit danach benötigen.

Quelle: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

M 3

Was ist ein Businessplan oder ein Konzept?

Wer den Schritt in die Selbstständigkeit wagt, benötigt zuallererst eine erfolgversprechende Geschäftsidee. Aber jeder Existenzgründer braucht auch einen Plan, der ihm dazu dient, die Zukunft seines Unternehmens in allen Einzelheiten vorausdenken und Geldgeber oder Partner von seinen Erfolgchancen zu überzeugen. Der Businessplan oder das Konzept berücksichtigt alle Faktoren, die für Erfolg oder Misserfolg des Unternehmens entscheidend sein können.

Leitfaden zur Existenzgründung

Folgende Punkte sollten in einem Existenzgründungskonzept beachtet werden

1. Die Geschäftsidee	<ul style="list-style-type: none"> ■ Was? ■ Welchen Nutzen? ■ Welche zusätzlichen Leistungen / im Unterschied zur Konkurrenz? ■ Wie bekannt? ■ Was kostet diese Dienstleistung? ■ Welche Risiken?
2. Markteinschätzung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Welche Kunden? ■ Kundenwünsche? ■ Wie viel Geld sind die Kunden bereit dafür auszugeben?
3. Marketingkonzept	<ul style="list-style-type: none"> ■ Werbestrategie? ■ Kundeneinzugsgebiet?
4. Konkurrenzanalyse	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wer sind die Konkurrenten? ■ Welche Dienstleistungen? ■ Mutmaßliche Reaktion der Konkurrenz?
5. Standort	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wo ist die Konkurrenz? ■ Wo? / Dienstleistungsmarkt? ■ Mutmaßliche Reaktion der Konkurrenz?
6. Kapitalbedarf	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundstück, Gebäude (Miete, Strom, Wasser) ■ Maschinen und Geräte ■ Geschäfts- und Ladeneinrichtung ■ Fahrzeuge ■ Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe für die Leistungserstellung ■ Sonderausgaben in der Anlaufphase (z. B. Werbung) ■ Grundstückskosten (Beratung, Anmeldung, Eintrag ins Handelsregister...) ■ Zins- und Tilgungskosten ■ Reserve für Folgeinvestitionen
7. Zukunftsprognose	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unternehmensentwicklung? ■ Dienstleistungsattraktivität? ■ Orientierungsmöglichkeiten?

Quelle: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

M 4

Kapitalbedarfsplan

Ermitteln Sie die Höhe der notwendigen Investitionen:	Kapitalbedarfsplan:																
<p>■ Wie viel Geld brauchen Sie langfristig? beispielsweise für Grundstück, Gebäude, Maschinen, Fahrzeuge.</p>	<p>1. Investitionen zur Herstellung der Leistungsbereitschaft</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Grundstück</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Gebäude</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Umbaumaßnahmen</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Maschinen, Geräte</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Geschäfts- bzw. Ladeneinrichtung</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Fahrzeug</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Reserve für Folgeinvestitionen und Unvorhergesehenes</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Gesamt</td><td style="text-align: right;"><u>..... €</u></td></tr> </table>	Grundstück €	Gebäude €	Umbaumaßnahmen €	Maschinen, Geräte €	Geschäfts- bzw. Ladeneinrichtung €	Fahrzeug €	Reserve für Folgeinvestitionen und Unvorhergesehenes €	Gesamt	<u>..... €</u>
Grundstück €																
Gebäude €																
Umbaumaßnahmen €																
Maschinen, Geräte €																
Geschäfts- bzw. Ladeneinrichtung €																
Fahrzeug €																
Reserve für Folgeinvestitionen und Unvorhergesehenes €																
Gesamt	<u>..... €</u>																
<p>■ Wie viel Geld brauchen Sie kurz- und mittelfristig? beispielsweise für die Einrichtung des ersten Material- und Warenlagers, für Außenstände und besondere Belastungen in der Gründungsphase. Planen Sie eine Reserve für Unvorhergesehenes ein!</p> <p>Außerdem:</p> <p>■ Wie hoch sind die laufenden Kosten (Betriebsmittel)? Der Bedarf an Betriebsmitteln wird häufig unterschätzt. Wichtige Fragen sind hier in der Anfangsphase: Wann "kommt" das erste Geld "rein"? Wie groß muss also das erste finanzielle Polster sein?</p>	<p>2. Für die Leistungserstellung notwendiger Kapitalbedarf</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>unfertige Erzeugnisse bzw. Leistungen</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>fertige Erzeugnisse und Waren</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Forderungen/Außenstände</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Reserve für besondere Belastung in der Anlaufphase</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Gesamt</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> </table>	Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe €	unfertige Erzeugnisse bzw. Leistungen €	fertige Erzeugnisse und Waren €	Forderungen/Außenstände €	Reserve für besondere Belastung in der Anlaufphase €	Gesamt €				
Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe €																
unfertige Erzeugnisse bzw. Leistungen €																
fertige Erzeugnisse und Waren €																
Forderungen/Außenstände €																
Reserve für besondere Belastung in der Anlaufphase €																
Gesamt €																
<p>■ Wie teuer ist die Gründung selbst? Wird ebenfalls häufig vernachlässigt: Schon die Zeit vor dem Unternehmensstart kostet Geld.</p>	<p>3. Gründungskosten</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Beratungen</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Anmeldungen/Genehmigungen</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Eintrag ins Handelsregister</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Notar</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Gesamt</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> </table>	Beratungen €	Anmeldungen/Genehmigungen €	Eintrag ins Handelsregister €	Notar €	Gesamt €						
Beratungen €																
Anmeldungen/Genehmigungen €																
Eintrag ins Handelsregister €																
Notar €																
Gesamt €																
<p>■ Wo können Sie sparen? Büroeinrichtungen, Geräte, Anlagen, Maschinen kosten mitunter nur ein Viertel des Neuwerts, wenn sie gebraucht gekauft werden. Aber: Eine ärmlich wirkende Ausstattung kann zu Kundenschwund führen. Leasing von Fahrzeugen, Maschinen, Geräten kann den Gründungsetat spürbar entlasten. Mit dem „Sale-lease-back“-Verfahren (d.h. Sie verkaufen Ihre Immobilien und mieten sie anschließend) können Sie Steuern sparen. Lohn- und Einrichtungskosten können in der Anlaufzeit gespart werden, indem Sie einen Teil der Arbeiten zunächst außer Haus oder von freien Mitarbeitern erledigen lassen.</p>	<p>4. Kapitaleinsatz</p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Zins- und Tilgungskosten</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> <tr><td>Privatentnahmen</td><td style="text-align: right;"><u>..... €</u></td></tr> <tr><td>Gesamter Kapitalbedarf</td><td style="text-align: right;">..... €</td></tr> </table>	Zins- und Tilgungskosten €	Privatentnahmen	<u>..... €</u>	Gesamter Kapitalbedarf €										
Zins- und Tilgungskosten €																
Privatentnahmen	<u>..... €</u>																
Gesamter Kapitalbedarf €																

Um die im Investitionsplan vorgesehenen Investitionen tätigen zu können, reicht in den meisten Fällen das Eigenkapital nicht aus.

Neben Krediten können Existenzgründer auf Förderprogramme zurückgreifen, wie z. B. ERP Eigenkapitalhilfsprogramm (EKH), ERP-Existenzgründungsprogramm, Deutsche Ausgleichsbank (DEA)-Existenzgründungsprogramm, Bürgschaften von Bürgschaftsbanken.

Es kommt darauf an, den richtigen Finanzierungsmix zwischen eigenen Mitteln, öffentlichen Förderungsmitteln und Bankkrediten zu finden.

Quelle: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg

M 5**Fragen an eine Unternehmerin**

1. Bitte beschreiben Sie in kurzen Worten Ihr Unternehmen (Geschäftsidee, Tätigkeitsfelder, Mitarbeiterzahl, etc.)!
2. Warum haben Sie sich selbständig gemacht?
3. Welche Qualifikationen benötigten Sie, um sich selbständig zu machen?
4. Welche Startbedingungen hatten Sie für die Gründung Ihres Unternehmens?
5. Welche Probleme traten bei der Gründung auf?
6. Wie wurden Sie in den verschiedenen Phasen der Unternehmensgründung beraten und unterstützt (privat/durch Beratungseinrichtungen)?
7. Welche Überlegungen haben Sie vor der Gründung im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie angestellt?
8. Welchen Einfluss hat die berufliche Selbständigkeit heute auf Ihre familiäre Situation?
9. Gab es Augenblicke, in denen Sie den Schritt in die Selbständigkeit bereut haben?
10. Werden Frauen im Vergleich zu Männern bei einem Existenzgründungsvorhaben Ihrer Ansicht nach mit anderen bzw. größeren Schwierigkeiten konfrontiert?
11. Über welche Fähigkeiten sollte Ihrer Meinung nach eine zukünftige Gründerin verfügen?
12. Was würden Sie Frauen, die sich selbständig machen wollen, mit auf den Weg geben?
13. Welche Veränderungen im Hinblick auf Einstellungen in der Gesellschaft, Gesetze oder Fördermaßnahmen stehen Ihrer Ansicht nach aus, um die berufliche Selbständigkeit von Frauen stärker zu fördern?

Quelle: Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg