



Reisebüro

VR-Gründungskonzept

Stand: 04/2022

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| 1 Markt | 3 |
| 2 Betriebskonzept | 7 |
| 3 Geschäftsadresse/-räume | 9 |
| 4 Reisesegmente | 11 |
| 5 Kalkulation | 14 |
| 6 Investitionen/Finanzierung | 18 |
| 7 Marketing und Werbung | 24 |
| 8 Digitalität | 27 |
| 9 Recht | 29 |
| 10 Meilensteine der Gründung | 31 |
| 11 Pflichten als Arbeitgeber | 36 |
| 12 Die eigene Absicherung | 37 |
| 13 Gründerkontakte/-informationen | 38 |
| 14 Fachkontakte/-informationen | 47 |
| Herausgeber | 49 |



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

1 Markt

Die Branche auf einen Blick:

| | |
|-----------------------|--|
| Reisebüro | rund 8.005 Umsatzsteuerpflichtige (2019) rund 5.386 Umsatzsteuerpflichtige (2020) |
| Branchenumsatz | rund 3,5 Mrd. EUR (2019) rund 1,4 Mrd. EUR (2020) |

Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik 2019 und 2020

| | |
|-------------------|----------------------------|
| Reisebüros | 8.578 Rechtliche Einheiten |
| Umsatz | rund 6,8 Mrd. EUR |

Statistisches Bundesamt, Dienstleistungen, Fachserie 9 Reihe 4.5, 2021 (Zahlen für 2019)

| | |
|---------------------|--|
| Wettbewerber | Internet-Buchungen, TV-Reiseanbieter, Direktbücher |
|---------------------|--|

Im mittlerweile unübersichtlichen Reisemarkt bestehen gute Gründe, sich nur mit einem ausgefeilten Konzept, mit ausreichend Grundkapital und womöglich in Kooperationsformen wie z. B. Franchising an den Start zu wagen. Doch: Einfach ist es mittlerweile nicht mehr, eine rentable Marktnische zu finden, zumal, wer sich auf ein spezielles Angebot festlegt, bald mit Nachahmern rechnen muss.

Zum Verständnis der genannten Zahlen: Die Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes verzeichnet nur diejenigen Betriebe, die umsatzsteuerpflichtig sind. Das bedeutet, dass Kleinunternehmer (Vorjahresumsatz unter 22.000 EUR) nicht erfasst sind.

Marktdaten aus den vergangenen Jahren bieten grundsätzlich eine gute Orientierungshilfe und geben Hinweise auf die weitere Entwicklung einer Branche. Allerdings sind die Daten für die Jahre 2020 und 2021 von der Corona-Pandemie geprägt, die sich in den einzelnen Branchen durchaus unterschiedlich ausgewirkt hat. Aus diesem Grund wird teilweise auf Zahlen aus den Jahren 2018 und 2019 zurückgegriffen.

Eine differenzierte und aktuelle Untersuchung zum Thema „Existenzgründungen“ hat das Institut für Mittelstandsforschung Bonn (IfM) vorgelegt (IfM-Hintergrundpapier „[Gewerbliche Existenzgründungen und -aufgaben im ersten Halbjahr 2021](#)“).

Die Corona-Pandemie war für die Branche eine Katastrophe – die Reiseausgaben sanken um 54 % von 69,5 Mrd. EUR im Jahr 2019 auf 31,9 Mrd. EUR in 2020. Bei den Bundesbürgern sank der Anteil der Reiseausgaben auf 2,1 % (2019: 4,6 %) des gesamten privaten Verbrauchs.

Im 4. Quartal 2021 konnten die Reisebüros, Reiseveranstalter und sonstigen Reservierungsdienstleister dann einen hohen Umsatzanstieg gegenüber dem Vorjahresquartal verbuchen. Der Umsatz verdreifachte sich gegenüber dem von pandemiebedingten Reisebeschränkungen stark betroffenen Vorjahresquartal (+206 %). Trotz dieses hohen Anstiegs lagen die Umsätze im 4. Quartal 2021 aber noch um 44,5 % unter den Umsätzen des 4. Quartals 2019 (Statistisches Bundesamt, PM Nr. 087, 2022).

Da diese Zahlen der besonderen Situation geschuldet sind und nicht repräsentativ für die Entwicklung der folgenden Jahre stehen, werden wir hier auf Zahlen aus den Vorjahren zurückgreifen.



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Branche

| | |
|--|----------------------------|
| Reisebüros | 8.578 Rechtliche Einheiten |
| Umsatz | rund 6,8 Mrd. EUR |
| Durchschnittsumsatz | rund 801.000 EUR |
| Zahl der Beschäftigten (inkl. Inhaber) | durchschnittlich 10 |

| | |
|---|---------------------|
| Reisebüros unter 250.000 EUR Jahresumsatz | rund 70 % |
| Zahl der Beschäftigten (inkl. Inhaber) | durchschnittlich 10 |

Statistisches Bundesamt, Dienstleistungen, Fachserie 9 Reihe 4.5, 2021 (Zahlen für 2019)

Noch rund 2.600 Reisebüros halten Lizenzen der IATA, außerdem gibt es knapp 2.200 Agenturen der Deutschen Bahn. Fast 70 % der Reisebüros vermitteln vorwiegend oder ausschließlich Pauschalreisen und Bausteine von den Veranstaltern, ein knappes Viertel bietet die umfassenden Dienstleistungen des klassischen Reisebüros an und rund 760 der Unternehmen organisieren ausschließlich Business Travel (DRV 2016).

Umsatz der Reisebüros

| | |
|------|---------------|
| 2010 | 21,8 Mrd. EUR |
| 2014 | 24,1 Mrd. EUR |
| 2016 | 25,2 Mrd. EUR |
| 2017 | 26,4 Mrd. EUR |
| 2018 | 26,9 Mrd. EUR |
| 2019 | 24,6 Mrd. EUR |
| 2020 | 10,2 Mrd. EUR |
| 2021 | 7,8 Mrd. EUR |

DRV 2022

Ketten- und Franchise-Büros machen insgesamt gut 40,5 % der Vermittlungsstellen aus, Kooperations-Büros rund 54 % – völlig ungebundene Büros nur 5,7 %. Die drei größten Vertriebssysteme erzielten einen Anteil am Gesamtmarkt von über 45 % (DRV 2019). Zudem: Neben dem Direktvertrieb der Veranstalter und Online-Plattformen tauchen auch Strukturvertriebe (mobile Reiseberater) auf, deren haupt-, oft aber nebenberufliche Mitarbeiter Reisen für einzelne Veranstalter oder Agenturen verkaufen.

Regionale Konkurrenzverhältnisse

(Anzahl Reisebüros je 100.000 Einwohner)

| | |
|------------------------|------|
| Baden-Württemberg | 11,2 |
| Bayern | 11,6 |
| Berlin | 13,0 |
| Brandenburg | 12,5 |
| Bremen | 14,2 |
| Hamburg | 11,5 |
| Hessen | 12,1 |
| Mecklenburg-Vorpommern | 12,1 |
| Niedersachsen | 11,3 |
| Nordrhein-Westfalen | 12,9 |
| Rheinland-Pfalz | 11,6 |
| Saarland | 13,2 |
| Sachsen | 17,7 |
| Sachsen-Anhalt | 14,0 |
| Schleswig-Holstein | 9,5 |
| Thüringen | 18,4 |

DRV 2019

NOTIZEN

Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Onlinebuchungen. Es zeigt sich, dass die Verbraucher zwar viele Infos aus dem Internet beziehen, die eigentliche Buchung aber auch durch das Reisebüro vornehmen lassen möchten. Dies gilt tendenziell besonders für höherpreisige Reisen wie etwa Kreuzfahrten, auch für entsprechende Einzelbausteine. Bei Urlaubsreisen laufen knapp die Hälfte der Buchungen über die klassische professionell organisierte Schiene, davon ein Viertel online (bei individuell zusammengestellten Reisen rund ein Drittel, DRV 2018).

Geschäftsreisen. Nach dem drastischen Einbruch des Segments 2009 (um rund ein Viertel gegenüber 2008) hat sich der Firmenkundenmarkt allmählich erholt, um nun 2020 fast völlig einzubrechen. Im Jahr 2019 lagen die Gesamtkosten für Geschäftsreisen bei etwa 55,3 Mrd. EUR. Die durchschnittlichen Kosten pro Person und Tag lagen bei 162 EUR. Die Gesamtausgaben der Unternehmen stiegen im Jahr 2017 um 1,7 %. Der Marktanteil der spezialisierten Agenturen an den Umsätzen mit den Geschäftsreisenden liegt bei etwa drei Viertel. Allerdings halten die drei größten deutschen Business-Agenturen rund 52 % Umsatzanteil (2018 DRV). Eine Gründung in diesem Segment will entsprechend gut überlegt sein. Auch hier brachte Corona einen dramatischen Einbruch.

Seit 2011 stiegen die Gesamtumsätze in der Touristik kontinuierlich, im Jahr 2019 um 0,6 % (DRV). Allerdings sinken die Vermittlungsumsätze für IATA-Tickets auf noch 10,9 Mrd. EUR (DRV 2019). Im Durchschnitt ist jeder Deutsche rund 20 Tage im Jahr unterwegs, allerdings splitten die Reisenden ihren Urlaub zunehmend. Die Haupturlaubsreise ist deutlich kürzer als noch in den 1990er-Jahren (2019 13,0 Tage gegenüber 15 Tage vor der Jahrtausendwende). Das Jahr 2020 sah einen massiven Umsatzeinbruch – die Reiseausgaben der Deutschen sanken von 69,5 Mrd. EUR in 2019 auf 31,9 Mrd. EUR (DRV 2020).

| | |
|---|--------------------|
| Marktvolumen Reiseausgaben/Touristik | rund 69,4 Mrd. EUR |
| davon Reiseveranstalter | rund 8,5 Mrd. EUR |
| davon Onlineplattformen | rund 8,3 Mrd. EUR |
| davon Leistungsanbieter | rund 25,7 Mrd. EUR |
| Vermittlungsvolumen Reisebüros | rund 6,9 Mrd. EUR |
| davon Touristik | rund 19,1 Mrd. EUR |
| davon Geschäftsreisen | rund 7,8 Mrd. EUR |
| DRV 2019 | |
| Branchenumsatz | rund 3,5 Mrd. EUR |
| Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik 2019 | |

Auch wenn das Buchungsverhalten immer wieder von politischen Faktoren und anderen Risiken bestimmt wird – letztlich erwies sich die Reisebranche bisher als robust im konjunkturellen Auf und Ab. Erfahrungsgemäß entscheiden sich die zögernden Verbraucher nach einem Ereignis im Laufe des Jahres für eine Reise, der Anteil der Nicht-Reisenden pendelt i. d. R. zwischen 20 und 30 % der Bundesbürger. Dies funktioniert dann, wenn sich die Touristen neue Destinationen suchen können – ein Problem besonders für Spezialisten in der Reisebranche, wenn gerade ihr Geschäftskonzept betroffen ist.

Allgemein gilt:

- Ganz unabhängig von kurzfristigen Krisenszenarien (Anschläge, Unruhen, Naturkatastrophen, Krankheitsausbrüche an bestimmten Destinationen) und Konjunkturschwankungen müssen sich Veranstalter und Reisevermittler immer wieder auf neue Entwicklungen im Reiseverhalten einstellen. Dies müssen insbesondere die Spezialisten im Auge behalten.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
 Genossenschaftsbanken in
 Baden-Württemberg • Berlin
 Brandenburg • Bremen • Hamburg
 Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
 Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
 Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
 Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
 Thüringen

- Dabei profitieren professionelle Reiseanbieter und -vermittler auch von Währungsschwankungen, so von einer Euro-Schwäche – die kalkulierten abgesicherten Preise können dann oft das günstigere Angebot sein als von den Reisenden selbst zusammengestellte Leistungen.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

2 Betriebskonzept

| Marktanteile an Reiseumsätzen | dabei Online | |
|---|--------------|-----------|
| Reisebüros (inkl. Online-Reisebüros) | rund 37 % | rund 9 % |
| Veranstalter (direkt) | rund 18 % | rund 9 % |
| Leistungserbringer (Hotels, Mietwagen usw.) | rund 35 % | rund 17 % |
| Sonstige | rund 9 % | rund 7 % |

DRV 2018 (in % der von Deutschland aus gebuchten Reiseumsätze)

Die Erfahrung von Branchenkollegen zeigt, dass die Kunden, die nach wie vor das Reisebüro aufsuchen, dort vor allem bequeme Informationswege und exzellente Beratung erwarten. Die elektronischen Medien legten als Buchungsstätte in den letzten Jahren zwar deutlich zu – lt. einer Untersuchung des BAT Freizeitforschungsinstituts (allerdings von 2008) stehen Reisebüros hinter persönlichen Reiseerfahrungen – eigenen wie fremden – als Informationsquelle auf Rang Drei, weit vor Katalogen und Internet.

Achtung: Laut Branchenverband DRV macht rund die Hälfte der neu gegründeten Reisebüros nach fünf Jahren wieder dicht. In den letzten Jahren überstieg die Zahl der Schließungen die der Neugründungen um etwa 300 Agenturen, teils wegen Geschäftsaufgabe, teils, weil örtliche Champions von größeren Konkurrenten aufgekauft wurden. Erst seit 2014 nimmt die Zahl der stationären Reisebüros wieder zu, zuletzt um rund 50 Büros.

Spezialgebiet können bestimmte Destinationen sein, für die Sie besondere Reisearrangements zusammenstellen bzw. den Kunden exzellente Beratung über die Lage vor Ort anbieten können. Gleichermaßen können Sie sich bestimmte Zielgruppen wenden, deren Bedürfnisse Sie gut einschätzen und mit besonderen Angeboten bedienen können, seien es Angler oder Hobby-Golfer – seien es Reisen zu Sport-Topereignissen oder Expeditionen für Bergsteiger.

Eigene Reiseveranstaltungen bieten zahlreiche Reisebüros an und diese erzielen damit bis über 10 % ihres Umsatzes (das gelingt immerhin jedem dritten Unternehmen). In Filialen von Reisebüro-Ketten dagegen steht die Reisevermittlung im Vordergrund, nur ein kleiner Teil der Filialbüros macht nennenswerte Umsätze mit eigenen Veranstaltungen.

Buchungssysteme. Um Eigenkosten bei der Zimmerreservierung möglichst gering zu halten, empfiehlt es sich, die Hotel- bzw. Computerreservierungssysteme, die fast alle Hotelketten bieten, in Anspruch zu nehmen. Die Reservierung wird über das Ihnen nächstgelegene Hotel der jeweiligen Kette vorgenommen, Sie erhalten eine Bestätigung nach Abreise des Kunden. Außerdem können Sie die Fluglinien in Anspruch nehmen, die über ihre Niederlassungen Hotelreservierungen vornehmen. Spezielle Reservierungsbüros, die an keine Hotelkette oder Fluglinie gebunden sind, empfehlen sich weniger, da Sie hier Ihre Provision u. U. teilen müssen.

Werbung. Ein guter Service, gute Beratung, wird dann, wenn Sie einen kleinen Kundenkreis gefunden haben, die Mundpropaganda anregen. Der Werbeetat sollte gerade zu Beginn einen Großteil Ihrer laufenden Kosten ausmachen, damit Sie bekannt werden. Unverzichtbar ist eine Anzeige im Branchenfernsprechbuch, aus der hervorgehen sollte, was Sie der Konkurrenz voraushaben oder welchen besonderen Service Sie bieten. Annoncen in großen Tageszeitungen, Stadtteilzeitungen und Anzeigenblättern sind nur sinnvoll, wenn man regelmäßig inseriert. Zum Marketing gehört aber auch, die eigenen Stärken (bzw. die der Mitarbeiter) deutlich herauszustellen, Gelegenheit dazu geben z. B. E-Mail-Newsletter an Stammkunden, Info-

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Veranstaltungen zu Spezialangeboten oder -destinationen oder Lesungen von Reiseliteratur.

Geschäftsadresse. Wenige Kunden werden allein wegen der Nachbarschaft oder der günstigen Verkehrslage aufsuchen. Eine zentrale Lage ist zwar vorteilhaft, aber nicht unbedingt entscheidend für Ihren Umsatz. Viele Kunden nutzen die Möglichkeiten, die ihnen die starke Konkurrenz bietet und suchen zunächst telefonisch Kontakt. Wenn Sie günstige Preise bzw. telefonische Firmenbuchungen anbieten, können Sie sich auch in einer etwas abgelegenen Gegend niederlassen. Ohnehin leben die erfolgreicherer Reisebüros gut zur Hälfte von ihren Stammkunden.

Aber: Ein moderneres Ambiente – weg vom „Schalter“, Monitore mit Urlaubsvideos statt Regalwände mit Broschüren – kann mehr Lust auf Urlaub und sich im Sinne eines Marketingfaktors bemerkbar machen.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

- allgemeine Lebenshaltungskosten,
- Zahl der Insolvenzen.

Nützliche Daten zur Struktur Ihres Geschäftsgebiets finden Sie im Regionalatlas des Statistischen Bundesamts:

www.destatis.de/DE/Service/Statistik-Visualisiert/RegionalatlasAktuell.html

Der Regionalatlas bietet viele nützliche Informationen über die regionale Marktsituation, über die Zusammensetzung der Bevölkerung, verfügbares Einkommen sowie Beschäftigungs- und Arbeitslosenquoten. Hier können Sie über 80 Parameter abfragen und sich übersichtlich in Grafiken, Karten oder Tabellen anzeigen lassen. Zudem ist eine sorgfältige Wettbewerbsanalyse wichtig. Neben Informationen, die Sie im Internet recherchieren können, kann Ihnen hierbei die ortsansässige Industrie- und Handelskammer weiterhelfen.

Standortanalyse. Für den Erfolg eines Ladengeschäfts sind neben den oben genannten Punkten der Infrastruktur auch die Parkplatz- und Verkehrssituation (ÖPNV) und die Kundenfrequenz sehr wichtig. Bevor Sie einen Mietvertrag unterschreiben, sollten Sie auch persönlich recherchieren und sich zu unterschiedlichen Geschäftszeiten an Ihrem Wunschstandort aufhalten.

Prüfen Sie den gewünschten Standort auf folgende Kriterien:

- ▶ Größe und Reichweite des Einzugsgebiets (das hängt auch von der Exklusivität Ihres Angebots ab),
- ▶ Kaufkraft im Einzugsgebiet und erreichbare Umsätze (Wie ist die potenzielle Nachfrage nach Ihren Produkten? Wie viele Kunden müssten täglich kommen, damit Sie Ihr Umsatzziel erreichen?),
- ▶ Zahl, Größe, Entfernung und Attraktivität vergleichbarer Geschäfte in der Umgebung,
- ▶ Qualität Ihres Standorts hinsichtlich Laufstraßenlage, Verkehrsverbindungen und Parkplätzen (auch im Vergleich zur Konkurrenz),
- ▶ umliegende Geschäfte anderer Branchen (aber auch Banken, Post, Bushaltestellen u. Ä.), die als Frequenzbringer eventuell eine „Magnetwirkung“ für Ihre potenziellen Kunden haben könnten,
- ▶ perspektivisch: Erweiterungsmöglichkeiten der Geschäftsräume.

Flächenproduktivität. Welchen Umsatz sollte die Verkaufsstätte pro Quadratmeter Verkaufsfläche mindestens machen? Die betreffende Kennzahl nennt sich „Flächenproduktivität“. Diese misst den jährlichen Umsatz pro Quadratmeter der Verkaufsfläche. Als Umsatz nimmt man dabei den Bruttoumsatz (also den Umsatz inkl. Mehrwertsteuer). Berechnet wird die Flächenproduktivität, indem man den Jahres(brutto)umsatz durch die Verkaufsfläche teilt.

Achten Sie bei der Besichtigung in Frage kommender Ladenlokale auf das engere Umfeld und die Ausstattung:

- ▶ Optik, Farbe und Gliederung der Hausfassade,
- ▶ die Breite des Gehsteigs (lädt er zum Flanieren ein?),
- ▶ Lage und Einteilung der Schaufensterfläche (ausgestellte Waren leiden unter direktem Sonneneinfall; unterschiedliche Warengruppen werden besser in verschiedenen Schaufenstern präsentiert),
- ▶ Barrierefreiheit und leichte Zugänglichkeit,
- ▶ die Zahl der Stufen vor dem Eingang (mehr als eine Stufe kosten nach Expertenmeinung 5 bis 8 % vom möglichen Umsatz: pro Stufe!)
- ▶ Aufenthaltsmöglichkeit und WC für Sie und Ihre Angestellten,
- ▶ Sauberkeit und hygienischer Zustand des Gebäudes,
- ▶ für Ihre Zwecke ausreichende Lagerfläche.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

4 Reisesegmente

Reiseausgaben: Im statistischen Mittel gibt jeder deutsche Reisende für Urlaubsreisen **im Jahr rund 1.210 EUR pro Person** aus (inkl. Nebenkosten wie Trinkgelder oder Einkäufe am Urlaubsort).

TA 2019, Stiftung für Zukunftsfragen

Rechnerisch fließen aus dem Kaufkraftvolumen in

| | |
|------------------------------|-----------|
| Badereisen im Mittelmeerraum | rund 16 % |
| Badereisen nach Übersee | rund 4 % |
| Hochseekreuzfahrten | rund 6 % |
| Städtereisen | rund 6 % |
| Sport-/Wellness-/Aktivurlaub | rund 3 % |

GfK 2017

| | |
|---|--------------------|
| Marktvolumen Pauschalreisen | rund 31,2 Mrd. EUR |
| Ausgaben für Pauschalreisen (pro Haushalt) jährlich | rund 830 EUR |

2017, auf Basis der Daten des Statistischen Bundesamtes

Die höchsten Pro-Kopf-Ausgaben für Urlaubsreisen sind von Paaren ohne Kinder zu erwarten (im Schnitt rund 1.420 EUR). Allerdings sind von Familien wegen der größeren Personenzahl pro Reise deutlich höhere Gesamtausgaben zu erwarten.

Pauschalreisen haben in der Touristik einen Anteil von über 40 % an den Urlaubsreisen (über fünf Tage Dauer, 2019 DRV). Darin eingeschlossen sind einzelne Bausteine aus Pauschalreisen über Veranstalter bzw. Reisebüro, seien es Charterflüge, seien es Restbetten am Urlaubsort. Lediglich 34 % werden demnach komplett auf eigene Faust geplant (1995: 59 %, DRV 2018). Insgesamt meldet der DRV um die 32 Mio. Reisende, die auf Angebote der rund 2.300 deutschen Reiseveranstalter zurückgreifen.

Daten des Statistischen Bundesamtes (2017) zeigen die Bereitschaft von Paaren ohne Kinder (rund 1.175 EUR) und Haus- und Wohnungseigentümern (mit durchschnittlich 1.140 EUR pro Jahr und Haushalt) überdurchschnittlich viel für Pauschalreisen auszugeben. Eher gering ist das Interesse – oder Budget – von 18- bis 35-Jährigen an Pauschalreisen (max. 635 EUR), die Aufwendungen für diese Reiseform steigen mit zunehmendem Alter und liegen bei den Altersgruppen über 55 Jahren bei durchschnittlich rund 925 EUR pro Haushalt und höher. Singles geben mit rund 540 EUR mehr für die Pauschalreise aus als Paare mit Kindern unter 14 Jahren (rund 770 EUR pro Haushalt).

Kreuzfahrten. Schiffsreisen haben eine hohe Bedeutung für die Branche, weil sie zu einem erheblichen Teil über das Reisebüro gebucht werden (80 % bei Hochseekreuzfahrten, 60 % bei Flusskreuzfahrten). Zudem sind die Passagierzahlen bislang kontinuierlich gestiegen, begrenzt wird der Markt allenfalls durch fehlende Kapazitäten. Mittlerweile werden auch jüngere Zielgruppen erschlossen, ihre Wünsche hinsichtlich Komfort sind groß, allerdings in legerer Atmosphäre (z. B. ohne formelles Käptn's Dinner). Allerdings macht die Zielgruppe unter 40 Jahren nur ein gutes Viertel der Buchungen in diesem Segment aus.

Die Reisepreise sind vergleichsweise hoch (im Schnitt rund 1.675 EUR im Hochseebereich, rund 1.210 EUR bei Flusskreuzfahrten, jeweils ohne Anreise, 2016/2019) – und Kreuzfahrer werden rasch Stammkunden. Im Jahr 2016 betrug der Gesamtumsatz rund 3,85 Mrd. EUR – davon floss der Löwenanteil

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

(über 88 %) in Hochseekreuzfahrten (DRV). Im Folgejahr stieg die Zahl der Hochseepassagiere auf rund 2,2 Mio., 2018 noch einmal um 3,5 % (DRV). Entsprechend dürfte der Umsatz mit deutschen Kreuzfahrttouristen im Jahr 2018 die 4,2 Mrd. EUR überschritten haben. Konkrete Zahlen dazu liegen für die Umsätze mit Flusskreuzfahrten vor, die 2019 deutlich um gut 10 % auf rund 650 Mio. EUR stiegen. Dabei verbrachten die rund 540.000 Passagiere im Schnitt sieben Nächte auf dem Schiff.

Flugreisen bleiben beliebt, seit 1970 hat sich ihr Anteil von 8 % auf rund 40 % aller Reisen erhöht (2017, DRV, Reisen über 5 Tage Dauer). Laut Erhebung von destatis nutzen im Schnitt 17 % aller touristisch Reisenden den Flieger, bei Auslandsreisen sind es 41 %. Wermutstropfen für die Branche: Viele Airlines steigen ganz (oder teilweise) auf Onlinebuchungen um. Seit 2013 haben die Umsätze der IATA-Fluggesellschaften über Reisebüros im Volumen allerdings nur mäßig geschwankt und betragen 2019 knapp 11 Mrd. EUR (DRV).

Im Jahr 2019 wuchsen die Passagierzahlen in deutschen Flughäfen mit internationalen Destinationen um 2,3 % (destatis,). Bei den Destinationen übertreffen innereuropäische Flüge den Interkontinentalverkehr um beinahe das Vierfache; von den absoluten Zahlen her liegt Spanien an der Spitze, gefolgt von der Türkei (+10,4 %) sowie Italien. Im Interkontinentalverkehr nahm die Zahl der Flugpassagiere nach Indien, in die USA und nach Kanada am deutlichsten zu (+7,4 %, 5,2 % bzw. 5,1 %). Den größten Anteil interkontinental halten Flugreisen in die USA mit einem Viertel.

Reiseausgaben (pro Person inkl. Nebenkosten wie Trinkgelder oder Einkäufe am Urlaubsort)

| nach Reisezielen | gesamt pro Reise | pro Tag |
|------------------|----------------------------|-------------------------|
| Deutschland | rund 790 EUR | rund 85 EUR |
| Europa | rund 970 EUR bis 1.480 EUR | rund 69 EUR bis 105 EUR |
| Fernreisen | rund 2.175 EUR | rund 125 EUR |

TA 2017/2018

Urlaubsziele. Etwa zwei Drittel aller Urlaubsreisen (über fünf Tage) verteilen sich auf das Inland und fünf weitere europäische Destinationen.

- Deutschland steht auf Platz 1 der Destinationen der Deutschen (26 % aller Reisen über fünf Tagen in 2019, GfK/DRV), wobei heiße oder verregnete Sommer diesen Trend jährlich neu bestimmen. Dabei haben Ostsee und Nordsee, Bayern und die Alpen-/Bodenseeregion die Nase vorn.
- Mit knapp 38 % aller Reisen stellen nach Angaben des DRV die Mittelmeer-Anrainerstaaten die beliebtesten Urlaubsziele der Deutschen. Dabei sind die Hauptreiseziele die Iberische Halbinsel/spanische Inseln (12,7 %), Italien (8,7 %) und noch immer die Türkei (6,3 %, DRV 2019).
- Etwa jeder vierte Reisende bleibt in den europäischen Nachbarländern außerhalb des Mittelmeerraums, vor allem in Westeuropa.
- Fernreisen unternehmen gut 8 % der Deutschen, wobei hier einen nennenswerten einzelnen Anteil vor allem die USA haben (rund 2 % aller Urlaubsreisen, aktuell mit abnehmender Tendenz, DRV 2017/2019). In diesem Segment finden sich die klassischen Strandurlaube ebenso wie Studienreisen zu möglichst exotischen oder neuen Zielen, als Beispiele stehen dafür auf der einen Seite Thailand, auf der anderen Seite der Iran, dessen noch kleiner Markt immerhin seit 2010 um beinahe 70 % wuchs.

Kurzurlaube. Der Kulturtourismus und Städtereisen werden von In- und Ausländern zunehmend gefragt. Rund 84 Mio. Kurztrips haben deutsche Reisende 2019 unternommen, vielfach mehrmals im Jahr. Davon waren rund 47 % Städtereisen, rund 21 Mio. Kurztrips führten ins Ausland. Die beliebtesten inländischen Regionen für Kurzurlaube sind Bayern, Nordrhein-Westfalen und

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Berlin, die Küstenländer machen zusammen rund 15 % bei den Kurzreisen aus. Die beliebtesten Destinationen des Städtetourismus sind im Inland Berlin, Hamburg und – mit einigem Abstand – München (zusammen rund 17 % aller Kurztrips, 2019); Top-Reiseziele im Ausland sind Paris, London sowie Wien und Prag bzw. die Niederlande, Österreich und Frankreich.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

5 Kalkulation

Die folgenden Absätze wenden sich an Existenzgründer ohne betriebswirtschaftliche Vorbildung – sollten Sie einen kaufmännischen Beruf erlernt oder ein betriebswirtschaftliches Studium absolviert haben, überspringen Sie einfach die folgenden Absätze und steigen Sie weiter unten bei „Betriebsvergleich“ und „Zahlen für Existenzgründer“ wieder ein.

Wichtige Begriffe: Umsatz, Gewinn, Umsatzrentabilität

Umsatz ist leider nicht gleich Gewinn. Stark vereinfacht gesagt, gilt die Formel:

$$\text{Gewinn} = \text{Umsatz} - \text{Kosten}$$

Umsatz. Ihr Bruttoumsatz ist das Geld, das Sie am Abend als Bareinnahme in der Kasse oder als Guthaben aus Überweisungen Ihrer Kunden auf dem Konto haben.

Und schon geht es los: In diesen Erlösen ist in aller Regel noch die Umsatzsteuer enthalten, die Sie aber als durchlaufenden Posten an das Finanzamt weiterreichen müssen bzw. mit der von Ihnen bezahlten „Vorsteuer“ verrechnen dürfen. (Die Umsatzsteuer wird deswegen in Ihrer Buchführung separat gebucht.)

Wenn Sie vom Bruttoumsatz die Umsatzsteuer abziehen, gelangen Sie zum „Nettoumsatz“. Doch auch diesen können Sie leider noch nicht nach Hause tragen.

Kosten. Um Ihren Gewinn zu errechnen, müssen Sie vom Nettoumsatz noch Ihre Kosten abziehen. Diese umfassen alle Ausgaben, die Sie im Rahmen Ihres Geschäftsbetriebs haben, also beispielsweise Kosten für Waren- oder Materialeinsatz („Einkauf“), für Personal, Miete für die Geschäftsräume, für Büro und Verwaltung, für Versicherungen und Finanzierungskosten.

Sind diese Kosten abgezogen, steht zwischen Ihnen und dem Geld, das Ihnen für Ihren persönlichen Bedarf zur Verfügung steht, nur noch die Steuer. Welche Steuern für Sie relevant sind, hängt von der Rechtsform Ihres Unternehmens ab.

- Einzelunternehmen und Personengesellschaften zahlen neben der Vor- und Umsatzsteuer noch Einkommensteuer und Gewerbesteuer (Freibetrag 24.500 EUR (2022)).
- Kapitalgesellschaften zahlen neben Vor- und Umsatzsteuer noch Gewerbesteuer, Körperschaftsteuer und Abgeltungs-/Kapitalertragssteuer.

Erst nach Abzug aller Kosten und der Steuern vom (Netto-)Umsatz gelangen Sie zu Ihrem **Gewinn nach Steuern (Jahresüberschuss)**.

TIPP: Sie sollten die Veranlagung durch das Finanzamt und Ihre voraussichtliche Steuerschuld immer im Blick behalten, zum einen, um für die vierteljährlichen Abschlagszahlungen über ausreichende Liquidität zu verfügen, und zum anderen, um nicht mit unerwarteten Nachzahlungen konfrontiert zu werden. Die Erfahrung zeigt, dass es sich lohnt, mit einem in Sachen Existenzgründung erfahrenen Steuerberater zusammenzuarbeiten, wenn es darum geht, Ihr Start-up durch einen optimierten „Korridor“ zu steuern.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Umsatzrentabilität. Die Höhe des absoluten Umsatzes in EUR sagt nicht unbedingt etwas darüber aus, ob Ihr Geschäft rentabel ist. Was am Ende zählt, ist die Umsatzrentabilität (auch Nettomarge oder Umsatzmarge genannt). **Sie gibt das prozentuale Verhältnis zwischen dem Gewinn nach Steuern und der Höhe des Gesamt(netto)umsatzes an.** Diese Zahl verrät Ihnen also, wie viel Prozent Ihnen von Ihrem Umsatz übrigbleibt. Um die Umsatzrentabilität zu errechnen, nutzen Sie die folgende Formel:

Umsatzrentabilität

$$\text{Gewinn} \times 100 / \text{Umsatz} = \text{Umsatzrentabilität (in Prozent)}$$

Ein Beispiel: Bei einem Nettoumsatz von 600.000 EUR macht Ihr Unternehmen einen Gewinn von 30.000 EUR. Sie rechnen also:

$$30.000 \text{ EUR} \times 100 / 600.000 \text{ EUR} = 5 \%$$

Ihre Umsatzrendite beträgt 5 %, oder anders ausgedrückt: Von jedem (netto) umgesetzten 1,00 EUR bleiben (in diesem Beispiel) 5 Cent Gewinn nach Steuern.

Planungen und Berechnungen

Lohnt es sich? Um herauszufinden, ob sich Ihr Unternehmen tragen kann, müssen Sie Berechnungen zur Finanzierung anstellen (diese sind auch ein wichtiger Teil Ihres Businessplans). Zu diesen Berechnungen gehören eine vollständige Aufstellung aller einmaligen und regelmäßigen Kosten für den Geschäftsbetrieb, eine vollständige Übersicht über alle (Anfangs-)Investitionen, ein Finanzierungsplan (nach Eigen- und Fremdkapital), ein Liquiditätsplan, aus dem hervorgeht, dass Sie auch in der Anlaufphase immer „flüssig“ sind, und eine Rentabilitätsvorschau.

Nur mit einer realistischen Einschätzung Ihrer Lebenshaltungskosten und den voraussichtlichen Kosten Ihrer Unternehmensgründung und -führung können Sie eine Voraussage treffen, ob Sie mit Ihrem Unternehmen auf Dauer Ihren Lebensunterhalt bestreiten, für das Alter und für Notfälle vorsorgen und eventuelle Kredite zurückzahlen können.

Es ist sinnvoll, bereits an diesem Punkt fachkundige Hilfe in Anspruch zu nehmen – sei es von den Kammern oder einem in Fragen der Existenzgründung versierten Steuerberater. Denn zum einen geben Ihnen belastbare und realistische Zahlen die notwendige Sicherheit für die Einschätzung Ihres Unternehmenserfolgs und zum anderen gehen Sie mit nachvollziehbaren und professionell ausgearbeiteten Plänen in Sachen Finanzierung, Liquidität und Rentabilität gut gerüstet in das Gespräch mit Ihrer Bank.

Um eine Vorstellung von den Anforderungen an die Berechnungen zu erhalten, können Sie sich bereits im Vorfeld einen Überblick verschaffen. Eine sehr nützliche Sammlung von Checklisten und Vorlagen beispielsweise für Ihren Finanzierungsplan, Ihre Liquiditätsvorschau und Ihre Rentabilitätsvorschau finden Sie auf der Website www.existenzgruender.de des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK):

www.existenzgruender.de/DE/Planer-Hilfen/Checklisten-uebersichten/Businessplan/inhalt.html

Selbstverständlich sind bei einer Gründung Vergleichswerte aus der Branche von Interesse. Diese finden Sie in verschiedenen Quellen:

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Richtsatzsammlung. Interessant ist auch die Richtsatzsammlung des Bundesministeriums für Finanzen, das einen Einblick in den durchschnittlichen Rohgewinn und Reingewinn der unterschiedlichen Branchen zulässt.

Betriebsvergleich. Betriebsvergleiche geben Antwort auf wichtige Fragen zur Rentabilität, Produktivität, Kalkulation und Bilanzen in vergleichbaren Betrieben. Diese Punkte sind für Ihre eigenen Planungen und natürlich auch für Ihren Businessplan von Bedeutung.

Sie können Betriebsvergleiche aus unterschiedlichen Quellen, wie Kammern, Branchenverbände und Steuerberater, beziehen. Mit Sicherheit die aktuellsten und umfassendsten Daten erhalten Sie bei Ihrem Steuerberater, der über das Rechenzentrum der DATEV Zugriff auf die verdichteten Daten zahlreicher Firmen unterschiedlichster Branchen und Größen hat.

Zahlen für Existenzgründer

Daten des Statistischen Bundesamts zur Kostenstruktur im Dienstleistungsbereich. Sonstige Dienstleistungen. In der Publikation „Dienstleistungen Fachserie 9 Reihe 4.5“ finden Sie die Daten der Kostenstruktur.

Dieser können Sie unter anderem folgende Informationen entnehmen:
Personalkosten, Wareneinsatz, Materialverbrauch, Mieten/Pachten, Fremdkapitalzinsen.

www.destatis.de/DE/Service/Bibliothek/publikationen-fachserienliste-9.html?nn=206136

Kurz zusammengefasst die Ergebnisse des Statistischen Bundesamts zur Kostenstruktur bei Reisebüros, Reiseveranstaltern und bei der Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen:

- Mehr als 12.800 Rechtliche Einheiten arbeiteten in dieser Branche.
- Der Gesamtumsatz betrug rund 38,6 Mrd. EUR – je Rechtliche Einheit ein durchschnittlicher Umsatz von fast 3,0 Mio. EUR.
- 92,4 % des Gesamtumsatzes wurde durch die Reisebüros und Reiseveranstalter erwirtschaftet.
- 110.300 Personen arbeiteten in dieser Wirtschaftsabteilung, darunter 85,4 % in Reisebüros und bei Reiseveranstaltern.
- Der Anteil der abhängig Beschäftigten an den tätigen Personen lag bei 87,8 %.
- Der Personalaufwand betrug rund 3,6 Mrd. EUR. Davon entfielen 82,6 % auf die Bruttoentgelte und 17,4 % auf die Sozialaufwendungen des Arbeitgebers. Der Materialaufwand betrug über 32,5 Mrd. EUR. Der Anteil des Materialaufwands an den Aufwendungen lag bei 90,2 %.
- Das Verhältnis der Aufwendungen zum Gesamtumsatz betrug 93,6 %.
- Es wurden Bruttoanlageinvestitionen in Höhe von über 389,6 Mio. EUR getätigt.
- Von je 100 Euro Gesamtumsatz wurde somit durchschnittlich ein Euro investiert.

Das durchschnittliche Vermittlungsvolumen je Reisebüro beträgt rund 2,4 Mio. EUR (DRV 2018). Der Netto-Umsatz eines Reisebüro-Unternehmens ergibt sich aus den Provisionen und ggf. Eigenumsätzen, von denen dann sämtliche Kosten zu bestreiten sind. Grob kalkuliert heißt das: nur jeder zehnte Euro, der durch Ihre Bücher geht, dient zur Deckung Ihrer Kosten – und ihres Einkommens.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Versicherungen. Reisebüros, die auch als Veranstalter tätig sind, müssen eine Insolvenzversicherung nachweisen. Derzeit gibt es auf dem Markt hierfür mehrere Branchenmodelle. Der asr hat eine Entscheidungshilfe erarbeitet, die diese Modelle gegenüberstellt. Sie kann bei der asr-Geschäftsstelle angefordert werden. Auch für das normale Reisebüro wichtig: Haftpflichtversicherungen für Fehler/Schäden, die Inhaber oder Mitarbeiter im Rahmen der betrieblichen Tätigkeit verursachen. Wichtig sind Betriebsunterbrechungsversicherungen, die zusätzlich zu den entsprechenden Sachversicherungen wie Feuer, Sturm oder Vandalismus die Ausfallzeit abdecken.

Provisionen

Reisebüros vermitteln zwischen dem Angebot von Reiseveranstaltern, Bahn- und Fluggesellschaften, Hotels und Mietwagenanbietern und den Kunden. Diese Tätigkeit vergüten die Anbieter traditionell mit einer Provision, die nach Leistung und Umsätzen gestaffelt ist. Wer viel für einen Anbieter umsetzt, erhält entsprechend höhere Prozentsätze vom Reise- bzw. Ticketpreis. Im Schnitt beträgt die Provision zwischen 5 und 12 %.

Beachten Sie, dass Stornierungen – ob seitens der Kunden oder wegen Reisewarnungen – zu Rückforderung der bereits gezahlten Provision führen bzw. zum Verlust noch ausstehender Zahlungen.

Tickets. Für Linienflüge sind die Provisionen abgeschafft, das Reisebüro kauft nun im Auftrag des Kunden die Tickets zu Nettopreisen und muss sich den Beratungsaufwand vom Reisekäufer direkt honorieren lassen. Insbesondere dann, wenn Airlines keine eigene Servicepauschale für Direktbücher erheben, kann es schwierig werden, preislich mit Onlinebuchungen mitzuhalten. Ein Pluspunkt für das stationäre Reisebüro allerdings kristallisiert sich in der Praxis heraus: Die unübersichtliche Tarifstruktur (sowie Zuschläge und Gebühren) bei Fluglinien macht es für Firmen wie auch Individualreisende zunehmend aufwendig, im Internet Preisvergleiche anzustellen – entsprechend nimmt man eher wieder die Sachkenntnis der Reisebüros in Anspruch (Studie des ITBS/Fachhochschule Worms, 2010).

Veranstalter. Die Veranstalter gewähren i. d. R. ihre Provisionen abhängig vom Umsatzvolumen (um die 10 %), wobei auch schon Mindestmengen von Existenzgründern gefordert werden. Trotz dieser schwierigen Bedingungen ist es das Ziel aller Reisebüros, diese Lizenzen zu bekommen. Ohne die Marktführer im Programm zu haben, kann kein Reisebüro mehr existieren. Die meisten Reisebüros haben Lizenzen von mehreren Veranstaltern, mit Schwerpunkt auf einem der großen. Empfehlenswert ist die Spezialisierung auf bestimmte Reiseveranstalter. Denn: Zu Anfang werden Sie bei den meisten Veranstaltern kaum über 8 bis 9 % hinauskommen. Später richtet sich Ihre Provision nach den Umsätzen, die Sie für den Veranstalter machen.

Hotels. Beim Zahlungsverkehr kommen v. a. Hotelgutscheine (Voucher) zum Einsatz. Nach Abreise des Gastes werden Ihnen vom Hotel die vom Gast in Anspruch genommenen Leistungen in Höhe des auf dem Voucher angegebenen Betrages berechnet – darüber hinausgehende Leistungen sind vom Gast direkt zu bezahlen und werden nicht an Sie weitergereicht. Die Provision (Kommission) – in der Regel 10 % des Zimmerpreises – wird Ihnen gutgeschrieben.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

6 Investitionen/Finanzierung

| | |
|---|-----------------------------|
| Kapitalbedarf (für reine Geschäftsausstattung) | mind. 25.000 bis 35.000 EUR |
|---|-----------------------------|

Das entscheidende „Kapital“ sind bestehende Kontakte aus einer langen Berufserfahrung in der Branche. Denn das erspart Ihnen u. U. mühsame Verhandlungen mit einzelnen Reiseveranstaltern oder Fluggesellschaften.

Denn: Kapitalintensiver als die Einrichtung eines kleinen Reisebüros kann die Zwischenfinanzierung von Buchungen werden. Wenn in der Hauptreisezeit die Kunden in Mengen buchen, müssen Sie auch in der Lage sein, die Tickets bzw. Pauschalreisen zwischenzufinanzieren. Für den Anfänger ist es nicht leicht, sich auf dem Markt zu etablieren, zumal die kleineren Reisebüros vom Provisionssystem nicht eben bevorzugt werden.

Investitionen. Zur Ausstattung gehören neben einer eher groß dimensionierten Kommunikationseinrichtung (PCs, ausreichend schneller Internetzugang, Telefonanlage, Fax usw.) die übliche Bürogeräte. Die Einrichtung selbst kann einfach sein, dabei kommt es auf die Zielgruppe an: Wenn Sie ein junges Publikum ansprechen wollen – die sogenannten Alternativurlauber – können Sie den Laden mit Phantasie und wenig Geld selbst einrichten. In jedem Fall brauchen Sie Counter, Arbeitstische, eine angenehme Beleuchtung. Vergessen Sie auf keinen Fall ein ansprechendes „äußeres“ Erscheinungsbild: Vor allem die Leuchtreklame, die auch zufällige Passanten an Ihre Schaufenster lockt, – und die entsprechend interessant gestaltete Fensterdeko.

Anlaufzeit. Da Provisionen in der Startphase erfahrungsgemäß nur unregelmäßig fließen, kommt es vor allem auf eine Betriebsmittelrücklage für Ladenmiete und Sachkosten, für die Verauslagung von Reisekosten sowie Mittel für den Lebensunterhalt an. Für 6 bis 8 Monate im Voraus sollte man planen, seine Ausgaben zur Not auch ohne Einkünfte zu decken.

Persönliche Kreditwürdigkeit. Die Zusage zu einer Finanzierung hängt von vielen Faktoren ab: Neben der persönlichen Vermögens- und Einkommenssituation spielen die unternehmerische Eignung, ein überzeugender Business- und Finanzplan sowie Kreditsicherheiten bzw. Bürgschaften eine Rolle.

Bankübliche Sicherheiten sind beispielsweise Grundpfandrechte (Grundschuld/Hypothek), Bankguthaben, Lebensversicherungen, offene Kundenforderungen, Wertpapiere, aber auch Warenlager, Ladeneinrichtung, Maschinen und Geschäftsausstattung, Autos und Edelmetalle.

Sollten Sie nicht über ausreichende Sicherheiten verfügen, können Sie sich bei der Bürgschaftsbank in Ihrem Bundesland erkundigen, ob eine Ausfallbürgschaft für Sie in Frage kommt.

Zwei wichtige Begriffe bei der Finanzierung über Förderkredite sind „Haftungsfreistellung“ und „Ausfallbürgschaft“:

- **Haftungsfreistellung:** Förderkredite werden in aller Regel über die Hausbank ausgeliehen, die ihrerseits für die Rückzahlung des Darlehens gegenüber der Förderbank haftet. Diese Haftung wird für einige Programme mit der Haftungsfreistellung für einen Teil des Kredits (um max. 80 %) reduziert – Hausbank und Förderbank teilen sich also das Kreditrisiko. Der Gründer profitiert hiervon indirekt, weil dies der Hausbank die Gewährung des Kredits auch bei geringeren Sicherheiten erleichtert.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

- **Ausfallbürgschaft:** Die Bürgschaftsbanken der Länder ersetzen mit öffentlichen Bürgschaften fehlende bankübliche Sicherheiten des Gründers für Bank- und/oder Förderkredite. Bei einem Scheitern des Vorhabens zahlen sie den besicherten Anteil der Finanzierung (max. 80 %, zwischen 10.000 EUR und 1 Mio. EUR) an die Hausbank. Der Gründer haftet für diesen Anteil gegenüber der Bürgschaftsbank, für den Rest gegenüber der Hausbank. Der Antrag auf eine öffentliche Bürgschaft wird über die Hausbank gestellt (bis 100.000 EUR in einigen Ländern auch direkt). Die Bürgschaftsbanken holen i. d. R. eine Stellungnahme der zuständigen Kammer oder Branchenvereinigung ein. Wesentlich ist eine absehbar ausreichende Rentabilität des Vorhabens. Ausfallbürgschaften gibt es nicht für Förderkredite mit Haftungsfreistellung.

Kredithilfen. Neben Kredithilfen des Bundes bzw. der KfW-Mittelstandsbank können Existenzgründer auch Förderung aus Landesprogrammen beantragen.

Dazu gehören zinsgünstige Darlehen und Beteiligungen, in mehreren Bundesländern aber auch zusätzliche Beratungsmittel, in einigen Regionen und Branchen auch direkte Zuschüsse. Das aus eigenen Mitteln aufgebrachte Kapital sollte 15 bis 20 % des Gesamtbedarfs nicht unterschreiten.

BITTE BEACHTEN SIE: Öffentliche Förderkredite für Existenzgründer erhält nur, wer den Antrag auf die Fördermittel stellt, bevor er Investitionen tätigt, Räume mietet oder das Gewerbe anmeldet.

Vielzahl an Fördermitteln

Die Website **FörderWelt** der DZ BANK verschafft Ihnen einen ersten Einblick in die Förderkreditwelt Deutschlands.

Eine Förderung Ihres Projektes kann, je nach Förderbedingungen, über viele verschiedene Wege möglich sein. Neben den Bundes- und Landesförderinstituten können Fördermittel des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) oder der Städte und Gemeinden in Frage kommen.

Bitte beachten Sie, dass auf dieser Website derzeit nur Förderangebote der KfW, Rentenbank, NRW.BANK, LfA, L-Bank, der ILB und des BAFA berücksichtigt werden. Das auf FörderWelt dargestellte Angebot wird sukzessive um weitere (Landes-)Fördermittel ergänzt.

Die Förderinstitute bieten verschiedene Kreditprogramme an. Die Wahl des richtigen Programms hängt insbesondere davon ab, welchen Kapitalbedarf Sie haben und ob Sie im Haupt- oder Nebenerwerb gründen.

TIPP: Nutzen Sie den in die Website integrierten **FördermittelFinder** und erfahren Sie nach wenigen Klicks, welche Förderprogramme für Ihr Vorhaben in Frage kommen.

Öffentliche Fördermittel über die Hausbank erhalten

Öffentliche Fördermittel werden häufig nicht direkt an Unternehmen vergeben, sondern über die Hausbank beantragt und abgewickelt. Die Firmenkundenberater der Volksbanken und Raiffeisenbanken sind Experten für öffentliche Mittel und kennen auch regionale Förderprogramme: www.foerder-welt.de

KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau)

Zentrales Förderinstitut des Bundes – die KfW-Bankengruppe fördert u. a. Existenzgründer, Freiberufler und mittelständische Unternehmen.

Telefon: 0800/539 90 01

Website: www.kfw.de/kfw.de.html

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Die Förderkredite der KfW finden Sie hier:

[www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Existenzgr%C3%BCndung/F%C3%B6rderprodukte/F%C3%B6rderprodukte-\(S3\).html](http://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Privatpersonen/Existenzgr%C3%BCndung/F%C3%B6rderprodukte/F%C3%B6rderprodukte-(S3).html)

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)

Infotelefon zu Mittelstand und Existenzgründung: 030/340 60 65 60

Telefon: 03018/615-80 00 (Finanzierungshotline)

Website: www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Finanzierung/inhalt.html

Um sich zu orientieren, gibt Ihnen das Existenzgründerportal des BMWK einen Überblick über die wichtigsten Förderprogramme:

www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Finanzierung/Foerderprogramme/inhalt.html

Die Förderdatenbank des BMWK gibt einen umfassenden und aktuellen Überblick über die Förderprogramme des Bundes, der Länder und der Europäischen Union und bietet Ihnen eine praktische Suchfunktion:

www.foerderdatenbank.de/FDB/DE/Home/home.html

Förderbanken und Förderprogramme der Bundesländer

Landeskreditbank Baden-Württemberg – L-Bank

Schlossplatz 12, 76131 Karlsruhe

Telefon: 0711/122-23 45 (Bankenhotline Wirtschaftsförderung)

E-Mail: wirtschaftsfoerderung@l-bank.de

Website: www.l-bank.de/

Förderprogramme:

www.l-bank.de/produkte/wirtschaftsfoerderung/gruendungsfinanzierung.html

Investitionsbank Berlin (IBB)

Bundesallee 210, 10719 Berlin

Telefon: 030/21 25-47 47

E-Mail: www.ibb.de/de/service/kontakt-center/kontakt-center.html

Website: www.ibb.de/de/startseite/startseite.html

Förderprogramme:

www.ibb.de/de/wirtschaftsfoerderung/kundengruppen/existenzgruender/existenzgruender.html

Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB)

Babelsberger Straße 21, 14473 Potsdam

Telefon: 0331/660-22 11 (Infotelefon Existenzgründung)

E-Mail: www.ilb.de/de/kontakt/kontakt-formular/infotelefon-existenzgruendung.jsp

Website: www.ilb.de/de/index.html

Förderprogramme:

www.ilb.de/de/existenzgruendung/existenzgruendung-foerderangebote-nach-foerderart/

Bremer Aufbau-Bank GmbH (BAB)

Domshof 14/15, 28195 Bremen

Telefon: 0421/96 00-40

E-Mail: mail@bab-bremen.de

Website: www.bab-bremen.de/de/page/gruenden

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Förderprogramme:

www.starthaus-bremen.de/de/page/finanzierung

Hamburgische Investitions- und Förderbank

Besenbinderhof 31, 20097 Hamburg

Telefon: 040/248 46-533

E-Mail: foerderlotsen@ifbhh.de

Website: www.ifbhh.de

Förderprogramme:

www.ifbhh.de/programme/gruender-and-unternehmen/gruenden-und-nachfolgen

Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen (WI Bank)

MAIN TOWER, Neue Mainzer Straße 52–58, 60311 Frankfurt am Main

Telefon: 0611/774-73 33

E-Mail: foerderberatunghessen@wibank.de

Website: www.wibank.de/wibank/gruender-unternehmen

Förderprogramme:

www.wibank.de/wibank/gruender-unternehmen/foerderprogramme

Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern (LFI)

Werkstr. 213, 19061 Schwerin

Telefon: 0385/63 63-0

E-Mail: www.lfi-mv.de/ueber_uns/kontakt/

Website: www.lfi-mv.de/index.html

Förderprogramme:

www.lfi-mv.de/foerderfinder/

Investitions- und Förderbank Niedersachsen – NBank

Günther-Wagner-Allee 12–16, 30177 Hannover

Telefon: 0511/300 31-333

E-Mail: beratung@nbank.de

Website: www.nbank.de/Unternehmen/Existenzgruendung/index-2.jsp

Förderprogramme:

www.nbank.de/Service/Tools/Foerderprogramme-von-A-Z/index.jsp

NRW.BANK

Kavalleriestraße 22, 40213 Düsseldorf (Beratungscenter Rheinland)

Telefon: 0211/917 41-0

Friedrichstraße 1, 48145 Münster (Beratungscenter Westfalen)

Telefon: 0251/917 41-0

E-Mail: beratung@nrwbank.de

Website: www.nrwbank.de/de/gruender/

Förderprogramme:

www.nrwbank.de/de/gruender/#Programme

Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB)

Holzofstr. 4, 55116 Mainz

Telefon: 06131/61 72-13 33 (ISB-Beratertelefon)

E-Mail: beratung@isb.rlp.de

Website: isb.rlp.de/wirtschaft/gruenden-nachfolgen.html

Förderprogramme:

isb.rlp.de/service/foerderung.html

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Saarländische Investitionskreditbank AG (SIKB)

Franz-Josef-Röder-Straße 17, 66119 Saarbrücken

Telefon: 0681/30 33-0

E-Mail: existenzgruendung@sikb.de

Website: www.sikb.de/existenzgruendung

Förderprogramme:

www.sikb.de/existenzgruendung_existenzgruendung

Sächsische Aufbaubank – Förderbank (SAB)

Gerberstraße 5, 04105 Leipzig

Telefon: 0341/702 92-0

Pirnaische Straße 9, 01069 Dresden

Telefon: 0351/49 10-0

E-Mail: servicecenter@sab.sachsen.de

Website: www.sab.sachsen.de/index.jsp

Förderprogramme:

www.sab.sachsen.de/förderprogramme/sie-möchten-ein-unternehmen-gründen-in-ihrem-unternehmen-investieren-oder-ihre-geschäftstätigkeit-ausbauen/index.jsp

Investitionsbank Sachsen-Anhalt

Domplatz 12, 39104 Magdeburg

Telefon: 0800/560 07 57

E-Mail: www.ib-sachsen-anhalt.de/kontaktformular

Website: www.ib-sachsen-anhalt.de/gruender

Förderprogramme:

www.ib-sachsen-anhalt.de/gruender/neue-existenz-gruenden

Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH)

Haus der Wirtschaft, Lorentzendamm 22, 24103 Kiel

(Besuchsadresse/Förderlotsen)

Telefon: 0431/99 05-33 65

E-Mail: foerderlotse@ib-sh.de

Website: www.ib-sh.de

Förderprogramme:

www.ib-sh.de/unser-angebot/fuer-unternehmen/neues-unternehmen-gruenden/#customergroup=2&topic=8&project=19

Thüringer Aufbaubank

Gorkistraße 9, 99084 Erfurt

Telefon: 0361/74 47-445

E-Mail: www.aufbaubank.de/Kontakt/Kontaktformular

Website: www.aufbaubank.de/de/

Förderprogramme:

www.aufbaubank.de/Unternehmen/Unternehmen-gruenden

Bürgschaftsbanken sind privatwirtschaftlich organisierte und vom Staat unterstützte Förderbanken mit der Zielsetzung, gewerbliche Unternehmen und freie Berufe bei der Kredit- oder Beteiligungsfinanzierung zu unterstützen. Die von ihnen gewährten Bürgschaften sind vollwertige Sicherheiten für alle Kreditinstitute.

Die 17 Bürgschaftsbanken und Beteiligungsgarantiesgesellschaften sowie 15 Mittelständischen Beteiligungsgesellschaften (MBGen) sind im Verband Deutscher Bürgschaftsbanken e. V. (VDB) zusammengeschlossen.

NOTIZEN

Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Verband Deutscher Bürgschaftsbanken

Schützenstr. 6a, 10117 Berlin

Telefon: 030/263 96 54-0

E-Mail: vdb.ermoeglicher.de/ueber-uns/kontaktformular/

Website: vdb.ermoeglicher.de

Gründungszuschuss für ALG-I-Bezieher. Für den Gründungszuschuss der Agentur für Arbeit gilt, dass er persönlich beantragt werden muss. Der Antragsteller hat keinen Rechtsanspruch auf die Vergabe. Die wichtigsten Voraussetzungen für eine Förderung sind:

- Sie üben die Selbstständigkeit hauptberuflich aus und beenden damit Ihre Arbeitslosigkeit.
- Sie haben bei Beginn der selbstständigen Tätigkeit noch mindestens 150 Tage Anspruch auf Arbeitslosengeld.
- Eine fachkundige Stelle bescheinigt, dass Ihr Geschäftsmodell und Ihre persönlichen Voraussetzungen eine Existenzgründung und einen langfristigen Erfolg in der Selbstständigkeit ermöglichen. (Fachkundige Stellen sind z. B. die IHK, die HWK oder Banken.)

Dauer und Höhe des Gründungszuschusses:

- Dauer: zunächst sechs Monate lang. Die Höhe hängt von der Höhe Ihres Arbeitslosengeldes ab.
- Es gilt: Gründungszuschuss pro Monat = Höhe des zuletzt erhaltenen Arbeitslosengelds + 300 EUR
- Nach einem halben Jahr können Sie weitere neun Monate lang 300 EUR erhalten. Dafür müssen Sie nachweisen, dass Sie hauptberuflich selbstständig tätig sind.

Die Informationen der Bundesagentur für Arbeit finden Sie unter dem folgenden Link:

www.arbeitsagentur.de/arbeitslosengeld/existenzgruendung-gruendungszuschuss

NOTIZEN

Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

7 Marketing und Werbung

Betrachten Sie Werbeausgaben als Investitionen, genau wie die Einrichtung oder die ersten Angebote. Auch bei begrenzten Geldmitteln sollten Sie sich zur Eröffnung etwas Besonderes einfallen lassen, etwas, das der örtlichen Presse eine Meldung wert ist. Überlegen Sie sich, ob Sie – zwecks professioneller Einführungswerbung – mit Werbeagenturen, freiberuflichen Werbeberatern oder Werbetextern zusammenarbeiten sollten.

WICHTIG: Wenn Sie den Außenbereich Ihres Geschäfts (z. B. Bürgersteig, Parkplätze u. Ä.) in Ihre werblichen Aktivitäten mit einbeziehen wollen, dann erkundigen Sie sich unbedingt vorher beim Ordnungsamt, was erlaubt ist und was nicht.

Entwickeln Sie mit der Zeit bei Ihrer Zielgruppe ein **Image**, das Sie von der örtlichen Konkurrenz unterscheidet, beispielsweise durch:

- ▶ professionell dekorierte Schaufenster, die Sie des Öfteren variieren sollten,
- ▶ wiederholte Aktionen in den Verkaufsräumen,
- ▶ digitale Präsenz in den Sozialen Medien,
- ▶ regelmäßige Werbung in den Tageszeitungen, Stadtteil- bzw. Stadtzeitungen oder Anzeigenblättern, bei der Sie versuchen sollten, aktuelle Angebote herauszustellen,
- ▶ aussagekräftige Handzettelwerbung oder Hauswurfsendungen in der näheren Umgebung.

Werbeträger. Zufriedene Kunden sind die beste Werbung. Der eigene Fuhrpark wird als Werbeträger genutzt, der in der gesamten Umgebung von der Existenz des Unternehmens kündigt. Oft dient auch der Firmenname als Werbung für eine ganz spezielle Dienstleistung. Annoncen in großen Tageszeitungen, Stadtteilzeitungen und Anzeigenblättern sind nur sinnvoll, wenn man regelmäßig inseriert.

Corporate Identity. Machen Sie es den bekannten Markenunternehmen nach: alle Werbeträger sollten eine gleiche oder ähnliche graphische Gestaltung erhalten, sozusagen als Firmenmarke zum Wiedererkennen. Unverzichtbar ist eine Anzeige im Branchenfernsprechbuch und in elektronischen Branchenverzeichnissen, aus der hervorgehen sollte, was Sie der Konkurrenz voraushaben oder welchen besonderen Service Sie bieten.

Die beste Werbung für Ihr Unternehmen ist allerdings freundlicher und kompetenter **Service**. Dieser ist durch nichts zu ersetzen. Unfreundliche oder inkompetente Mitarbeiter können in kürzester Zeit jede Ihrer Anstrengungen zunichte machen, sich und Ihrem Geschäft ein positives Image aufzubauen.

Bewertungsportale. Viele Kunden recherchieren online. Findet man Ihren Betrieb im Netz nicht, verpassen Sie die Chance, bei der Onlinerecherche Ihrer potenziellen Kunden gefunden und ggf. berücksichtigt zu werden. Und denken Sie noch an Folgendes: Bevor Ihre potenziellen Kunden die Gelegenheit haben, Sie und Ihr Unternehmen persönlich kennenzulernen, lesen sie im Internet die „Bewertungen“, die dort über Ihren Betrieb hinterlassen wurden. Verfolgen Sie das, was dort geschrieben wird und – reagieren Sie. Immer ruhig, sachlich und freundlich. Auf Anerkennung, aber auch auf Kritik.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Zielgruppen

Reiseausgaben der Zielgruppen

im Haupturlaub inkl. Nebenkosten (Trinkgelder, Einkäufe am Urlaubsort):

| | |
|------------------|---------------------------|
| Junge Erwachsene | rund 1.050 EUR pro Person |
| Singles | rund 1.110 EUR pro Person |
| Paare | rund 1.335 EUR pro Person |
| Familien | rund 1.100 EUR pro Person |
| Jungsenioren | rund 1.280 EUR pro Person |
| Ruheständler | rund 1.310 EUR pro Person |

TA 2019, Stiftung für Zukunftsfragen

Zunächst müssen Sie sich entscheiden, ob Ihre Haupt-Zielgruppe im Massentourismusbereich anzusiedeln ist oder Sie sich an die weitaus kleinere Gruppe der Trendsetter wenden, die dafür individuellere, aufwendigere, teurere Reisen buchen. Der Gründung sollte eine Bedarfsanalyse für ein zusätzliches Reisebüro vorangehen, vor allem in Bezug auf einzelne Zielgruppen wie Firmen, Bildungsreisende u. Ä. oder in Bezug auf die Kaufkraft der Bevölkerung im Einzugsgebiet.

Schon die Motive, aus denen heraus Reisende buchen, können bei der Identifikation von Zielgruppen helfen. So sind deutlich mehr Männer als Frauen an Sporturlaube und Rundreisen interessiert, während Frauen sich häufiger für Kulturreisen und Wellnessurlaub interessieren. Alle drei Motive charakterisieren eher kleine Zielgruppen, der überwiegende Teil der Bevölkerung möchte v. a. Ruhe, Zeit haben, sich verwöhnen lassen.

Senioren. Derzeit sind rund 17,5 Mio. Menschen in Deutschland über 65 Jahre alt – die Tendenz ist steigend. Das sind über ein Fünftel der Gesamtbevölkerung, ein Anteil, der weiter wachsen wird – auf voraussichtlich 25 % im Jahr 2020 und auf 35 % im Jahr 2030. Viele Senioren leben (noch) in relativ guten finanziellen Verhältnissen, sind konsumorientiert, gehen auf Reisen und nehmen kulturelle Angebote wahr. Laut B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstitut sind den Senioren besonders wichtig die Lebensqualität und das Wohlbefinden (mithin: Service) am Urlaubsort, gesundes Klima und Gemütlichkeit.

Busreisen, die sich gerade bei Älteren eine Weile großer Beliebtheit erfreut haben, sind auf dem Rückzug – nach Einschätzung des Branchenverbands ein Ergebnis des Wettbewerbs mit Billigfliegern und der Bahn. Die Bustouristik hält noch einen Marktanteil von knapp 10 %. Bei Urlaubsreisen über 5 Tagen hielt sich der Anteil der Touristen, die mit dem Bus anreisen, lange Jahre bis 2009 bei 7 %, sank aber bis 2014 auf knapp 6 % (DRV). Vier Fünftel dieser Reisen führen in inländische Ferienregionen, die beliebtesten Ziele waren im Jahr 2013 Bayern (7,6 %), Mecklenburg-Vorpommern (4,5 %) und Niedersachsen (3,6 %). Im europäischen Ausland hat Italien (23 %, DRV 2018) in den letzten Jahren an Attraktivität gewonnen; weitere wichtige Reiseziele im Bussegment sind Polen und Österreich (12 bzw. 11 %) sowie Spanien und Tschechien (jeweils 11 bzw. 5 %).

Junge Menschen waren bislang Hauptzielgruppe für Kurz- und Städtereisen. Einzelne Unternehmen melden aber auch Erfolge mit hochwertigen Studienreisen für die Altersgruppe zwischen 36 und 50 Jahren. Insgesamt 46 % der Befragten in einer repräsentativen Erhebung von 2007 waren an dieser Art zu verreisen interessiert. Aus der gleichen Erhebung lässt sich für die jüngere Klientel ableiten, dass ein Potenzial von rund 30 % der Bundesbürger für Fahrradreisen Interesse hat und 28 % an Abenteuerurlaub.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Geschäftsreisende. In diesem Segment geht es um die Abwicklung der Geschäftsreisen von der Buchung über Ablaufplanung, Ticketversand bis zur Beschaffung von Visa, Fremdwährung, Tipps zum richtigen Auftritt und Benehmen in exotischeren Ländern – und natürlich für die Unternehmen die (tages-) aktuell günstigsten Preise der Anbieter auszuhandeln. Darüber hinaus bieten einige Agenturen standardisierte Abrechnungen für die Buchhaltung der Unternehmen (im Unterschied zu Eigenbuchungen der Mitarbeiter).

Die Ausgaben pro Person und Reisetag stiegen im Jahr 2018 auf durchschnittlich 162 EUR, die Zahl der gebuchten Übernachtungen von Geschäftsreisenden blieb gleich, was u. a. auf straffe Terminplanungen zurückgeführt wird (um 2,4 %, DRV). Oft werden kleinere Teams als früher auf Reisen geschickt und Reisen oft durch Videokonferenzen ersetzt. Auslandsreisen hingegen legten um über 5 % zu.

| | |
|--|-------------------------|
| Geschäftsreisende: Gesamtausgaben | rund 53,5 Mrd. EUR |
| davon mittelständische Unternehmen*) | rund 77 % |
| DRV 2018 | *) bis 500 Beschäftigte |
| davon Transport | rund 52 % |
| Übernachtungen | rund 25 % |
| Verpflegung | rund 13 % |
| Sonstiges | rund 10 % |
| DRV2016 | |

Laut VDR nutzen noch 44 % der Unternehmen den Service von Reisebüros. Diese partizipieren mit rund 15 % an den gesamten Geschäftsreiseausgaben.

Die Firmen tendieren in wirtschaftlich schwächeren Zeiten dazu, die Reiseorganisation in die eigene Hand zu nehmen und billigere Flüge, billigere Hotelzimmer und kürzere Wege zu planen. Insbesondere Großunternehmen kaufen schon eigene Bettenkontingente, Mietwagen- und Tagungskapazitäten ein. Oder sie arbeiten mit Reiseportalen, über die ihre Angestellten die einzelnen Bausteine selbst buchen können (oder müssen, wie man es sehen will).

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

8 Digitalität

Digitalisierungsindex. In die Berechnung des Digitalisierungsindexes fließt beispielsweise ein, ob Betriebe ihre Lieferanten, Partner und Kunden digital in die eigenen Unternehmenssysteme einbinden, ihre Mitarbeiter mit digitalen Tools ausstatten, um mobil zusammenzuarbeiten und zu kommunizieren usw. (Telekom, Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021). Die Studie der Telekom zum Status quo der Digitalisierung im Mittelstand 2020/2021 finden Sie hier: www.digitalisierungsindex.de/studie/gesamtbericht-2021/

Informationssuche zu Waren im Internet: rund 87 % der Bevölkerung

Informationen über Waren und Dienstleistungen suchen männliche Kunden (rund 88 %) etwas häufiger im Internet als weibliche Kunden (rund 86 %).

Eurostat, 2021

Internet. Die genannten Zahlen zur Online-Informationssuche zeigen, dass es notwendig ist, im Netz präsent zu sein. In der Reisebranche sind professionell gestaltete Websites, E-Commerce und die Nutzung von Social-Media-Plattformen zu Marketing- und Kontaktzwecken State of the Art.

ACHTUNG: Auch die einfachsten Websites unterliegen dem Telemediengesetz (TMG) – vor allem ein fehlerhaftes Impressum kann Abmahnprofis in die Hände spielen. Lassen Sie Ihre Website daher rechtlich prüfen.

Reisebüros erreichten mit ihren Online-Angeboten 2018 einen Marktanteil von rund 30 % der online gebuchten Reisen und Reisebausteine (DRV 2019).

Unterkünfte buchte 2020 innerhalb eines Jahres knapp ein Viertel der Bevölkerung (über zehn Jahre) über das Internet, überdurchschnittlich ist der Anteil mit 37 % unter Verbrauchern mit hoher Bildung (Statistisches Bundesamt, Wirtschaftsrechnungen, Fachserie 15 Reihe 4, 2021).

Im Reisemarkt werden online vornehmlich Einzelleistungen gebucht wie Flüge, Unterkünfte oder Mietwagen (DRV).

- Reiseportale sind mittlerweile ausgefeilte Reisemittler, die nicht nur den stationären Büros, sondern sich auch untereinander Konkurrenz machen. Im Jahr 2018 erwirtschafteten sie rund 5 Mrd. EUR Umsatz.
- Die Veranstalter vertreiben über eigene Onlineportale Reisen und Reisebausteine im Wert von rund 6,4 Mrd. EUR.
- Gefördert wird das Onlinegeschäft auch durch die Billigfluglinien, die ausschließlich Buchungen übers Internet annehmen, sowie andere Anbieter wie z. B. Autovermieter. Insgesamt erwirtschafteten sie rund 12 Mrd. EUR Umsatz.
- Interessant für Reisebüros: Hochpreisige Reisen, v. a. Kreuzfahrten, werden als beratungsbedürftige Produkte überwiegend im stationären Reisebüro gebucht.

Suchmaschinenoptimierung (Search Engine Optimization – SEO). „Wie komme ich mit meiner Website in einer Trefferliste möglichst weit nach oben?“ Mit dieser Frage beschäftigt sich die Suchmaschinenoptimierung und gemeint sind alle (gegenüber dem Suchmaschinenbetreiber) unbezahlten Maßnahmen, die dazu führen, dass man im sog. natürlichen Suchmaschinenranking möglichst auf den ersten ein, zwei Seiten der Trefferliste landet. Dies ist wichtig, weil das Interesse der Nutzer danach bekanntlich schnell abnimmt.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Für die gezielte Verbesserung der natürlichen Suchergebnisse auf Google kennen Sie sich mit diesem Thema entweder schon aus oder Sie haben Zeit und Interesse, sich einzuarbeiten. In aller Regel aber werden Sie damit einen Dienstleister beauftragen (müssen). Das gilt auch für das nächste Stichwort: SEA.

Suchmaschinenmarketing (Search Engine Advertising – SEA). Beim Suchmaschinenmarketing werden von Ihnen bezahlte Anzeigen auf Anfragen, die definierte Suchbegriffe enthalten, wie „normale“ Suchergebnisse ausgespielt. Das kennen Sie von Ihren eigenen (z. B.) Google-Anfragen: Oben in der Trefferliste stehen Ergebnisse, die in der Kopfzeile als „Anzeige“ gekennzeichnet sind.

Um Werbeanzeigen in Suchmaschinen schalten zu können, registrieren sich Website-Betreiber in Werbe- oder Anzeigennetzwerken. Diese Netzwerke organisieren das Ausspielen und regeln die Preise, die Gestaltung und die Sichtbarkeit der Anzeigen. Eines der bekanntesten Netzwerke ist Google Ads.

Social Media erweitert Ihre Reichweite. Allerdings sollten Sie auch hier alle rechtlichen Voraussetzungen erfüllen (z. B. die Impressumspflicht, Beachtung des Urheberrechts). Bedenken Sie immer: Soziale Netzwerke sind weltweite Netzwerke. Kommuniziertes im Netz kann von jedem, jederzeit und überall gelesen werden. Veröffentlichungen im Netz können sich rasend schnell verbreiten und die Auswirkungen können sehr unangenehm sein. Zudem ist es nahezu unmöglich, einmal verbreitete Informationen wieder komplett zu löschen. Wägen Sie daher alle Äußerungen ab, bevor Sie sie veröffentlichen.

Obwohl es sich bei Social Media um ein schnelles Kommunikationsmedium handelt, seien Sie sich darüber im Klaren, dass die Besucher Ihrer Accounts von der Qualität Ihrer Texte und Bilder Rückschlüsse auf Ihr Geschäft ziehen. Schnelligkeit sollte also nicht verwechselt werden mit Flüchtigkeit. Achten Sie daher auf korrekte Rechtschreibung, Zeichensetzung und eine gute Qualität Ihrer Bilder. Die Bilder sollten nicht verpixelt oder unscharf sein.

Es ist ganz normal, dass man seine eigenen Fehler nicht sieht – das geht selbst Journalisten oder anderen professionellen Textern so. Lassen Sie daher Ihre Texte vor der Veröffentlichung von einem Dritten lesen.

Newsletter sind auch in Zeiten von Social Media noch ein sehr nützliches Marketinginstrument. Die gesetzliche Einschränkung, dass Newsletter nur auf ausdrückliche Anforderung der Kundinnen und Kunden versandt werden dürfen, hat auch einen positiven Effekt: Die Empfänger sind grundsätzlich aufgeschlossen für Ihre Angebote. Sie sollten Ihren Newsletter als eine Möglichkeit verstehen, Ihr Unternehmensimage zu pflegen und Ihre Kunden zu binden. Hier steht also der Community-Gedanke im Vordergrund und weniger der verkäuferische Ansatz. Es lohnt sich, bei der Gestaltung und bei den Texten (professionelle) Hilfe in Anspruch zu nehmen. Die Themen des Newsletters sollten Sie an den Interessen Ihrer Zielgruppe ausrichten. Wichtig dabei ist, den richtigen Ton zu treffen und über die reine Werbebotschaft hinauszugehen.

TIPP: Das **Netzwerk Mittelstand Digital** des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz bietet Informationen sowie mit regionalen und thematischen Zentren kompetente und anbieterneutrale Anlaufstellen für kleine und mittlere Unternehmen:

www.mittelstand-digital.de/MD/Navigation/DE/Home/home.html

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

9 Recht

Jeder Existenzgründer darf ein Reisebüro eröffnen und selbstständig führen, dies bedarf keinerlei Genehmigung.

Reisebüroverordnung. Die betrifft im Wesentlichen die Buchführung. Sie besagt, dass alle Geldbewegungen im Rahmen des Geschäfts aufgezeichnet werden und die Aufzeichnungen mindestens drei Jahre aufbewahrt werden müssen. Darüber hinaus sind getrennte Konten für verschiedene Vorgänge vorgeschrieben. Das alles betrifft die Treuhänder-Funktion des Reisebüros, das ja Kundengelder nur als Vermittler in Empfang nimmt.

Reiserecht. Seit der EU-Pauschalreiserichtlinie 2017 unterscheidet das Reiserecht sehr genau zwischen dem Status Reisevermittler und Reiseveranstalter. Für den Existenzgründer ist diese Unterscheidung äußerst wichtig, da sich Fehler in seiner Vermittlertätigkeit auf seine Haftung auswirken.

Das klassische Reisebüro betätigt sich als Reisevermittler. Es verkauft Leistungen Dritter. Für diese Vermittlung erhält das Reisebüro von den Leistungserbringern Provisionen. Damit liegt die Insolvenzpflicht ganz klar beim Erbringer der Leistungen – Sie als Vermittler sind nicht betroffen.

Um diesen Vermittlerstatus über jeden Zweifel erhaben zu belegen, müssen die entsprechenden Vermittlerverträge existieren. Es darf beim Kunden keinesfalls der Eindruck entstehen, dass das Reisebüro die gebuchte Leistung auf eigene Verantwortung erbringt.

Ein Reisebüro zählt zu den überwachungsbedürftigen Gewerben, denn es nimmt als Vermittler die Kundengelder entgegen und leitet diese an den Leistungserbringer weiter.

Risiken: Wenn das Reisebüro Leistungen als Paket kombiniert oder auch bei der Vermittlung nicht sorgfältig und korrekt vorgeht, kann es als Reiseveranstalter gelten – und damit haftbar werden.

Das bedeutet: Wenn das Reisebüro Leistungen individuell für den Kunden zusammenstellt und diese vor Zahlungsvertrag in einem Buchungsvorgang ausgewählt und bezahlt werden, kommt rechtlich eine Pauschalreise zustande („verbundene Reiseleistungen“). Damit sind die gleichen Sicherungspflichten bzw. Kundenrechte wie für Reiseveranstalter gegeben. Das Angebot muss richtig und vollständig beschrieben sein und diese Leistungen sind auch so zu erbringen wie in der Unterrichtung vor der Reise (nach § 8 BGB InfoV) endgültig zugesichert. Reiseveranstalter sind auch verpflichtet, ihre Kunden von sich aus über Einreisebestimmungen der Transit- und Zielländer zu informieren. Hilfestellung erteilen auch hier die Fachverbände.

Versicherungsvermittler benötigen im Grundsatz eine Erlaubnis (nach § 34 d Abs. 1 Gewerbeordnung GewO) sowie den Eintrag in das Register der Versicherungsvermittler. Einen Antrag auf Befreiung von der Erlaubnispflicht können Vermittler stellen, die Versicherungen nur im Rahmen ihrer sonstigen Geschäftstätigkeit nebenbei vermitteln (sog. produktakzessorische Versicherungsvermittler). Denken Sie etwa an die Vermittlung von Reiserücktrittsversicherungen oder Auslandskrankenversicherungen an ihre Kunden im Rahmen einer Buchung.

Wichtigste Voraussetzungen. Erklärung der Zuverlässigkeit durch das/die Versicherungsunternehmen, Berufshaftpflichtversicherung mit einer Schadenssumme von 1,5 Mio. EUR für alle Schadensfälle eines Jahres bzw. 1 Mio. EUR pro Schadenfall, Eintragung ins Versicherungsvermittlerregister.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Antrag und genauere Informationen bei der örtlichen/regionalen IHK.

ACHTUNG: Aus der Registrierungspflicht für Versicherungsvermittler ergibt sich zusätzlich die Pflicht, auf der eigenen Website das Impressum um Angaben zur Registrierung zu erweitern. Dazu gehören u. a. die Registernummer sowie die volle Adresse der Erlaubnis erteilenden Stelle(n).

Die Kundengeldabsicherung (Insolvenzversicherung) gemäß § 651 k BGB gilt nicht nur für Reiseveranstalter, sondern auch für Reisebüros, die veranstaltend tätig werden.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

10 Meilensteine der Gründung

Beratung und Information. Beschäftigen Sie sich im Vorfeld mit den wichtigsten Themen – so steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Ihre Gründung ein Erfolg wird. Wir stellen Ihnen in dieser Broschüre zahlreiche Informationen und Anschriften zur Verfügung. Sie können sich zudem im Internet informieren, Gründerplattformen und Seminare besuchen sowie individuelle Beratungen in Anspruch nehmen. Professionelle Beratungen bieten Ihnen staatliche Stellen sowie die regional zuständigen Industrie- und Handelskammern und die Handwerkskammern.

Gewerbe oder Kleingewerbe?

Vor der Gründung müssen Sie sich Gedanken über die gewünschte Rechtsform machen. Ihre Wahl hängt von verschiedenen Aspekten ab. Zunächst ist die Frage interessant, ob Sie ein Gewerbe oder ein Kleingewerbe betreiben wollen. Als Gewerbetreibender müssen Sie Ihr Unternehmen im Handelsregister eintragen lassen, bei einem Kleingewerbe ist das nicht notwendig.

Zu den Kleinunternehmern gehören Sie aus steuerlicher Sicht, wenn Ihr Gesamtumsatz im Jahr der Gründung voraussichtlich nicht mehr als 22.000 EUR beträgt. Als Kleinunternehmer müssen Sie weder Umsatzsteuer ausweisen noch abführen – allerdings dürfen Sie auch keine Vorsteuer abziehen, wenn Sie etwas für Ihr Unternehmen kaufen (§ 19 Umsatzsteuergesetz). Die Buchführung für Kleinunternehmer ist vereinfacht, für Ihre Steuererklärung reicht eine Einnahmen-Überschuss-Rechnung.

Welche Rechtsform?

Rechtsformen für Gewerbetreibende, die (auch) für Ein-Personen-Gründungen geeignet sind: Einzelunternehmen, Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), Unternehmungsgesellschaft (haftungsbeschränkt), Aktiengesellschaft (AG). Weitere Rechtsformen: Handelsgesellschaft (OHG), GmbH & Co. KG, Kommanditgesellschaft (KG).

Rechtsformen für Kleingewerbetreibende: Einzelunternehmen oder Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) für Gründungen mit mehr als einer Person.

Es ist unbedingt zu empfehlen, dass Sie sich vor einer Entscheidung von einem Experten (einem Steuerberater und/oder einem Anwalt) beraten lassen, denn die Rechtsform hat Auswirkungen nicht nur in rechtlicher, sondern auch in steuerlicher und damit in finanzieller Hinsicht.

Um sich einen Überblick über die unterschiedlichen Rechtsformen zu verschaffen, eignet sich die Seite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK). Diese bietet eine Darstellung der Rechtsformen auf einen Blick, die auf weiterführenden Seiten verlinkt, auf denen die einzelnen Rechtsformen näher erläutert werden:

www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Rechtsformen/Auf-einen-Blick/inhalt.html

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Von der Idee zur Gründung

Am Anfang steht die Idee. Von dieser Idee bis zur tatsächlichen Gründung sind einige Fragen zu klären und Aufgaben abzuarbeiten. Diese sind praktischer, aber auch rechtlicher, steuerlicher, betrieblicher und finanzieller Natur.

Zunächst einmal sollten Sie ganz grundsätzlich feststellen, ob Ihr Vorhaben Aussicht auf Erfolg hat. Mit einem Businessplan können Sie die wesentlichen Aspekte Ihrer Selbstständigkeit festhalten und analysieren.

Business- und Finanzplan. Für Ihre eigene Planung und auch für die Gespräche mit Ihrer Bank benötigen Sie einen Business- und Finanzplan. Hier können Sie die wesentlichen Aspekte Ihrer Selbstständigkeit festhalten und analysieren. So können Sie herausfinden, ob Ihr Vorhaben realisierbar ist. Zudem zeigen Sie mit dem Plan Ihrer Bank, ob Sie mit Ihrer unternehmerischen Tätigkeit den Kredit zurückzahlen und die Zinsen regelmäßig entrichten können (Kapitaldienstfähigkeit). Ihr Gründungs- bzw. Investitionskonzept sollte u. a. folgende Informationen enthalten:

- Beschreibung der Geschäftsidee
- Executive Summary (zusammenfassende Darstellung auf maximal einer Seite)
- Produkte bzw. Dienstleistungen
- Zielgruppen
- Nutzen des Angebots für den Kunden
- Fähigkeiten und Eignung der Gründer
- Markt- und Wettbewerbssituation
- Standort
- Rechtsform
- Risiken
- Ertragsquellen
- Kapitalbedarf
- Rentabilitätsvorschau
- Liquiditätsplanung
- Finanzierungsplan.

TIPP: Es ist nicht einfach, einen Businessplan zu erstellen. Nutzen Sie Hilfsangebote, beispielsweise der Industrie- und Handelskammern bzw. der Handwerkskammern, oder nutzen Sie die Expertise eines kompetenten Steuerberaters. Auch digitale Tools bieten Unterstützung:

Die nützliche App bzw. Desktopanwendung „BMWK-Businessplan“ für die Erstellung eines Businessplans stellt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz zur Verfügung.

www.existenzgruender.de/DE/Gruendung-vorbereiten/Businessplan/inhalt.html

Ein weiteres nützliches interaktives Businessplan-Tool findet sich auf der Gründerplattform: gruenderplattform.de/businessplan?ppid=16171

Gespräch mit der Bank. Für Ihr Gespräch mit der Bank sollten Sie gut vorbereitet sein. Die Grundlage Ihres Gesprächs ist der aussagekräftige Business- und Finanzplan. Es ist von Vorteil, wenn Sie eine Kurzfassung mit den wichtigsten Aspekten anfertigen, die Sie als Gesprächsgrundlage verwenden können. Bereiten Sie sich gründlich auf das Gespräch vor – Sie können auch eine fachkundige Person Ihres Vertrauens, wie z. B. Ihren Steuerberater, mitnehmen.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

TIPP:

- Üben Sie Ihre Präsentation – am besten vor unbeteiligten Dritten. So werden Sie zum einen sicher im Vortrag, zum anderen fallen dabei Lücken und Unklarheiten auf.
- Bereiten Sie sich gründlich auf mögliche Fragen und Einwände vor.
- Halten Sie Ihren Vortrag kurz, knapp und verständlich.
- Untermauern Sie Ihre Argumentation mit Zahlen und Fakten.

Industrie- und Handelskammer. In der Regel sind alle Gewerbetreibenden in Deutschland kammerzugehörig und damit beitragspflichtig. Für Handelsunternehmen sowie Industriebetriebe sind die IHKs zuständig.

Sie erhalten von der Kammer einen steuerlichen Erfassungsbogen. Hier werden persönliche und geschäftliche Angaben sowie Prognosen über die voraussichtlichen Einkünfte erfragt. Die Höhe der jährlichen Beitragszahlungen wird von den einzelnen Kammern festgelegt und richtet sich nach den Umsätzen bzw. Gewerbesteuerzahlungen und nach dem Status – Vollkaufmann oder Minderkaufmann (Kleingewerbetreibende).

Für Existenzgründer gelten unter bestimmten Umständen in der Anfangszeit temporäre Beitragsbefreiungen im Gründungs- und Folgejahr (Bedingungen: natürliche Personen, d. h. keine Personen- oder Kapitalgesellschaften, nicht im Handelsregister eingetragen, in den letzten fünf Jahren vor der Betriebseröffnung nicht selbstständig, jährlicher Gewerbeertrag bzw. Gewinn aus Gewerbebetrieb nicht über 25.000 EUR).

Doch die Mitgliedschaft in der IHK bedeutet für Sie keineswegs nur Beitragspflicht. Für Gründungsinteressierte bietet Ihre IHK zahlreiche Hilfestellungen, Informationen und Seminare mit grundsätzlichem Wissen zu allen Fragen der Existenzgründung an.

Konkrete Unterstützung erhält ein Existenzgründer von seiner regional zuständigen IHK. Welche das ist, lässt sich mit dem IHK-Finder auf www.ihk.de leicht ermitteln.

ACHTUNG: Immer wieder gibt es Abgrenzungsprobleme zwischen einem Handwerksberuf und einer gewerblichen Tätigkeit. Es können unter besonderen Umständen Mitgliedschaften in beiden Kammern notwendig sein. Dies betrifft z. B. Mischbetriebe, wie Handwerksbetriebe, die auch ein Handelsgeschäft betreiben. Informieren Sie sich im Zweifel bei Handwerkskammer und IHK.

Gewerbeanmeldung. Den Beginn Ihrer gewerblichen Tätigkeit müssen Sie bei der für Ihren Betriebssitz zuständigen Stadt- oder Gemeindeverwaltung anzeigen. In der Regel dauert die Bearbeitung nur wenige Tage und Sie erhalten Ihren „Gewerbeschein“.

Das Gewerbeamt informiert ggf. automatisch folgende Behörden, damit Sie dort angemeldet werden: zuständige Berufsgenossenschaft, zuständige Kammer, ggf. Amtsgericht (Handelsregister), ggf. Gewerbeaufsichtsamt. Es ist allerdings empfehlenswert, selbst zu überprüfen, ob Ihr Gewerbe bei allen relevanten Stellen gemeldet wurde.

Berufsgenossenschaft. Die Berufsgenossenschaften sind die Träger der gesetzlichen Unfallversicherung. In ihren Zuständigkeitsbereich fallen Betriebe, Einrichtungen und Freiberufler. Sie kümmern sich außerdem um alle Aspekte der Arbeitssicherheit und -gesundheit.

Sie müssen sich gemäß § 192 SGB VII binnen einer Woche nach der Gewerbeanmeldung bei Ihrer zuständigen Berufsgenossenschaft melden und klären, ob Sie versicherungspflichtig sind oder ob Sie sich eventuell freiwillig versichern lassen wollen.

NOTIZEN

Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

In der Regel versendet zwar das Gewerbeamt nach der Gewerbebeanmeldung automatisch eine Meldung an die Berufsgenossenschaft, doch es ist sinnvoll, sich auch selbst dort zu melden, um die strenge Frist nicht zu verpassen. Falls Sie nicht wissen, welche Berufsgenossenschaft für Sie zuständig ist, können Sie bei der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV) nachfragen: www.dguv.de/de/index.jsp

Sollten Sie Angestellte haben, müssen Sie diese bei der Berufsgenossenschaft versichern. Die Beiträge zur gesetzlichen Unfallversicherung unterscheiden sich je nach Genossenschaft und Branche. Grundsätzlich hängen sie von der Bruttolohnsumme und dem Grad der Unfallgefahr ab.

Sie müssen die Höhe der gezahlten Lohnsummen digital über Ihr Entgeltabrechnungsprogramm oder über das „sv.net“ an die für Sie zuständige Berufsgenossenschaft übermitteln (www.itsg.de/digitaler-lohnnachweis/)

Finanzamt. Seit dem 1. Januar 2021 müssen Sie dem Finanzamt ohne vorherige Aufforderung den digitalen „Fragebogen zur steuerlichen Erfassung“ innerhalb eines Monats nach der Betriebseröffnung bzw. der Aufnahme Ihrer Tätigkeit ausgefüllt zusenden. Dies kann über die „amtlich bestimmte Schnittstelle“ geschehen, d. h. das Onlineportal „Elster“. Über „Mein ELSTER – das Online-Finanzamt“ übersenden Sie Steuerdaten papierlos und kostenlos sowie zeit- und ortsunabhängig an die Finanzverwaltung. Um „Mein ELSTER“ nutzen zu können, müssen Sie sich anmelden und einen Registrierungsprozess anstoßen, der mit einem sicheren und individuellen ELSTER-Zertifikat abschließt. Sollten Sie bereits über ein ELSTER-Zertifikat verfügen, so können Sie direkt über „Mein ELSTER“ die Abgabe des „Fragebogens zur steuerlichen Erfassung“ ausführen. Der ausgefüllte Fragebogen ist Voraussetzung für den Erhalt einer Steuernummer für Ihr Unternehmen.

Steuerfallen. Auch Gründer, die sich beim Thema Unternehmenssteuern von Anfang an der Hilfe eines Steuerberaters bedienen, müssen sich selbst in Grundzügen mit den rechtlichen und steuerlichen Aspekten einer Unternehmensgründung befassen.

ACHTUNG: Eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) kann bereits durch die gemeinsame Tätigkeit/Kooperation zweier Personen entstehen (etwa bei enger Zusammenarbeit mit einem Auslieferungsdienst) und dann – ohne dass die Partner dies wissen – zu weitreichenden steuerlichen Konsequenzen führen, ggf. verbunden mit erheblichen steuerlichen Nachteilen für die Partner.

Betriebliche Versicherungen. Mit Beginn Ihrer Selbstständigkeit sollten Sie ausreichend versichert sein. Notwendig sind beispielsweise Haftpflicht- und Sachversicherungen, wie z. B. Betriebshaftpflichtversicherung und Gebäude- und Inhaltsversicherungen. Art und Umfang der betrieblichen Versicherungen sollten Existenzgründer unbedingt mit Experten besprechen, um den individuell angepassten Versicherungsschutz zu gewährleisten.

Ein Versicherungsexperte, z. B. ein unabhängiger Versicherungsmakler, sollte sich Ihren Betrieb genau ansehen, Ihren Bedarf ermitteln und Sie bei der Ausgestaltung beraten. Lassen Sie sich von dem Versicherungsvertreter schriftlich bestätigen, dass er bei der Beratung alle relevanten Risiken berücksichtigt hat.

TIPP: Damit Sie garantiert ab dem Tag der Antragstellung versichert sind, lassen Sie sich eine schriftliche Deckungszusage des Versicherers geben. Der Versicherungsschutz ist damit ab dem Tag der Zusage gegeben (und natürlich sind auch die Beiträge ab diesem Tag fällig).

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Unternehmenskauf

Einen bestehenden Betrieb zu übernehmen bietet Vor- und Nachteile. Sie beginnen Ihre Selbstständigkeit mit einem eingeführten Unternehmen, bei dem Sie aufgrund der existierenden Zahlen und Erfahrungen wissen, was finanziell auf Sie zukommt.

Allerdings sollte der zum Verkauf stehende Betrieb einer gründlichen betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen werden. Sie müssen die Stellung im Markt, die Bedeutung der Wettbewerber sowie alle anderen wirtschaftlichen, steuerlichen und rechtlichen Verhältnisse analysieren. Je nach Größe und Komplexität des Unternehmens sollten Sie sich von Fachleuten beraten lassen. Zumindest die Unterstützung eines fachkundigen Juristen, eines Steuerberaters und/oder eines mit der Branche vertrauten Betriebsberaters sind bei den Verkaufsgesprächen, der Prüfung der relevanten wirtschaftlichen, rechtlichen und steuerlichen Gegebenheiten und der Ausfertigung der Verträge anzuraten. Gegebenenfalls – je nach Größe und Umfang – kann es auch sinnvoll sein, Wirtschaftsprüfer und Unternehmensberater einzubeziehen. Auf diese Weise sind Sie vor unliebsamen Überraschungen durch im Unternehmen enthaltene Risiken geschützt.

Prüfpunkte:

- Verkaufsgründe des bisherigen Inhabers,
- relevante wirtschaftliche, rechtliche und steuerliche Gegebenheiten,
- betriebswirtschaftliche Kennzahlen wie Personaldaten, Verträge, Verbindlichkeiten und Außenstände, Jahresabschlüsse der letzten drei bis fünf Jahre (Bilanzen/Gewinn- und Verlustrechnungen),
- laufende Verträge mit Herstellern und Lieferanten und die Berechtigung, als Nachfolger in diese Verträge eintreten bzw. sie kündigen zu können,
- Arbeitsverträge mit Angestellten,
- (Rest-)Laufzeit des Mietvertrags, Möglichkeit der Übernahme und ggf. neue Auflagen oder Bauplanungen der Behörden.

WICHTIG: Bei einer Geschäftsübernahme haftet der Käufer gegenüber dem Finanzamt für alle betrieblichen Steuern wie Gewerbesteuer, Umsatzsteuer und Lohnsteuer, die ein Jahr vor und ein Jahr nach der Geschäftsübergabe anfallen. Begrenzt ist diese Haftung auf den Unternehmenswert. Dieses Haftungsrisiko kann recht unkompliziert eingeschränkt werden, indem man sich vom Veräußerer eine Unbedenklichkeitsbescheinigung des Finanzamts vorlegen lässt, die besagt, ob betriebliche Steuern auf dem Unternehmen lasten.

Kaufpreis

Der Unternehmenswert setzt sich aus mehreren Bestandteilen zusammen:

- ▶ Zeitwert für Einrichtung und Ausstattung,
- ▶ Wert des Warenbestandes, soweit vorhanden,
- ▶ Geschäftswert, der sich aus den Umsatzzahlen, der Geschäftslage und dem Kundenstamm ergibt.

Die Finanzierung des Kaufpreises sowie der erforderlichen Zusatzinvestitionen kann – wie jede Existenzgründung – vom Staat mit zinsgünstigen Mitteln erleichtert werden.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

11 Pflichten als Arbeitgeber

Anmeldung von Mitarbeitern. Falls Sie Mitarbeiter einstellen wollen, benötigen Sie eine Betriebsnummer sowie eine Mitgliedsnummer der gesetzlichen Unfallversicherung (Berufsgenossenschaft).

- Die achtstellige Betriebsnummer erhalten Sie bei der Agentur für Arbeit. Sie ist Grundlage für die Meldung zur Sozialversicherung.
- Die UV-Mitgliedsnummer erhalten Sie bei der für Ihr Unternehmen zuständigen Berufsgenossenschaft.

Sozialversicherungspflichtige Angestellte. Lassen Sie Ihre Angestellten einen Fragebogen ausfüllen, in dem folgende Informationen abgefragt werden: Name, Adresse, Sozialversicherungsnummer, Krankenkasse und Kirchensteuerpflicht. Der nächste Schritt ist die Anmeldung zur Sozialversicherung: Sie melden Ihre Angestellten bei deren Krankenkasse zur Renten-, Kranken- (und damit Pflege-) und Arbeitslosenversicherung an. Sie nutzen entweder Ihre eigene Betriebssoftware oder das kostenlose Internet-Tool (sv.net) der Krankenkassen, mit dem Meldungen zur Sozialversicherung, Beitragsnachweise sowie Entgeltbescheinigungen an die Krankenkassen übermittelt werden können.

Außerdem melden Sie Ihre Angestellten bei der Berufsgenossenschaft (berufliche Unfallversicherung) an.

Minijobber. Die Anmeldung eines Minijobbers mit der Meldung zur Sozialversicherung und die Übermittlung von Beitragsnachweisen erfolgen ausschließlich bei der Minijob-Zentrale. Dies gilt unabhängig davon, bei welcher gesetzlichen Krankenkasse der Minijobber versichert ist.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

12 Die eigene Absicherung

Arbeitslosenversicherung. Wer sich selbstständig macht, kann freiwillig (gegen einen pauschalen Monatsbeitrag) Mitglied der gesetzlichen Arbeitslosenversicherung bleiben (Kündigung erstmals nach fünf Jahren möglich, dann mit jeweils drei Monaten Frist). Die wesentlichen Voraussetzungen sind:

- Ihre selbstständige Tätigkeit umfasst mindestens 15 Wochenstunden,
- Sie waren innerhalb der letzten 24 Monate vor Aufnahme der selbstständigen Tätigkeit mindestens zwölf Monate versicherungspflichtig beschäftigt (diese zwölf Monate können auch über den Zeitraum der letzten 24 Monate verteilt sein) oder Sie bezogen Arbeitslosengeld.

Der Antrag muss innerhalb von drei Monaten nach Existenzgründung gestellt werden.

Krankenversicherung. Wer sich selbstständig macht und zuvor in einer gesetzlichen Krankenversicherung pflichtversichert war, kann wählen, ob er als freiwillig Versicherter in der gesetzlichen Krankenkasse bleibt oder ob er sich privat versichert. Falls Sie bei Ihrer bisherigen Versicherung bleiben wollen, müssen Sie dort Ihren Schritt in die Selbstständigkeit melden.

Vor- und Nachteile der gesetzlichen und der privaten Krankenversicherung sind individuell abzuwägen: Sollten Sie Familie haben oder dies planen, bedenken Sie, dass Sie in der privaten Krankenversicherung für jedes Mitglied eigene Beiträge zahlen müssen. In der gesetzlichen Krankenversicherung besteht hingegen Beitragsfreiheit für den Ehepartner und die Kinder, falls bestimmte Einkommensgrenzen nicht überschritten werden. Häufig bieten private Krankenversicherungen jungen Versicherten sehr attraktive Tarife an, die aber in späteren Jahren stark ansteigen können. Sollten Sie sich als Selbstständiger privat versichern, haben Sie in der Regel später keine Möglichkeit mehr, in die gesetzliche Krankenkasse zurückzukehren.

Krankentagegeld. Falls Sie krankheitsbedingt nicht arbeiten können, lassen sich Einkommenseinbußen durch ein Kranken- bzw. Krankentagegeld ausgleichen. Sie können dies mit Ihrer gesetzlichen oder privaten Krankenversicherung vereinbaren.

Altersvorsorge. Die Beschäftigung mit der Altersvorsorge ist für Selbstständige besonders wichtig. Es ist empfehlenswert, sich in dieser Frage von einem Experten beraten zu lassen. Grundsätzlich hat man bei der Vorsorge für das Alter verschiedene Möglichkeiten: Kapitalanlageprodukte wie Aktien, Rentenpapiere, Fonds, Immobilien, Renten- und Lebensversicherungen. Zudem gibt es die staatlich bezuschusste sogenannte Riester-Rente für Arbeitnehmer (beispielsweise für Geschäftsführer-Gesellschafter einer GmbH) und die steuerlich geförderte sogenannte Rürup-Rente für Selbstständige.

Berufsunfähigkeit. Das Risiko der Berufsunfähigkeit ist in der gesetzlichen Rentenversicherung für alle, die ab dem 1. Januar 1961 geboren sind, nur äußerst unzureichend abgesichert (Erwerbsminderungsrente); eine Berufsunfähigkeitsversicherung sollte zusätzlich privat abgeschlossen werden. Auch hier ist ein Gespräch mit einem Experten anzuraten, um Fehler zu vermeiden und eine ausreichende Absicherung zu gewährleisten.

NOTIZEN



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

13 Gründerkontakte/-informationen

Anlaufstellen für Gründer



Bund *Existenzgründerportal des BMWK*
Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

Das Existenzgründerportal ist eine sehr „komplette“ und gut strukturierte Anlaufstelle für Existenzgründerinnen und Existenzgründer. Das Portal behandelt grundlegende Themen und stellt praktische Ratgeber und Checklisten bereit. Vor allem aber finden sich hier zahlreiche nützliche weiterführende oder nachgeordnete Informationsquellen. Zum Beispiel werden die wichtigsten Förderprogramme des Bundes kurz vorgestellt. Für Förderprogramme der EU, des Bundes und der Länder wird der Besucher der Seite zur Förderdatenbank des BMWK weiterverwiesen.

www.existenzgruender.de/DE/Home/inhalt.html
www.foerderdatenbank.de/FDB/DE/Home/home.html



Bund *Gründerplattform*
Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz sowie KfW

Die Gründerplattform ist eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz und der KfW. Die Nutzung ist kostenlos. Die Idee ist, eine jüngere Zielgruppe durch die Online-Bereitstellung interaktiver Tools auf dem Weg zur Existenzgründung zu begleiten und zu unterstützen. In einem geschützten Account kann man seine Idee bis zur Umsetzung weiterentwickeln. Man findet schnell Beratung, Förderung und Finanzierung in der eigenen Region. Das Projekt, an dem man arbeitet, sieht kein Dritter, solange man es nicht freigibt.

gruenderplattform.de/



Baden-Württemberg Die Kampagne Start-up-BW
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg

Ziel der Landesregierung von Baden-Württemberg ist es zum einen, die Wettbewerbsfähigkeit und wirtschaftliche Stärke des Landes zu erhalten und zum anderen den Ruf als Gründerland national und international zu stärken. Um dies zu erreichen, hat das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus die Landeskampagne „Start-up BW“ gestartet.

Die im Rahmen der Kampagne entstandene Internetplattform bildet für die Existenzgründerinnen und -gründer im Land die regionalen Ökosysteme und die für sie relevanten Einrichtungen und Kontaktdaten ab.

Hier finden Sie auch eine Übersicht der Start-up-Fördermaßnahmen des Landes.

www.startupbw.de



Berlin Gründen in Berlin
Industrie- und Handelskammer zu Berlin

gruenden-in-berlin.de ist ein gemeinsames Projekt der Industrie- und Handelskammer Berlin, der Handwerkskammer Berlin, der Investitionsbank Berlin und der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe. Diese stellen ihre Online-Informationsangebote auf der zentralen Plattform zur Verfügung.



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

gruenden-in-berlin.de bündelt eine Vielzahl an wichtigen Themen, Adressen und Terminen rund um den Bereich Existenzgründung. Damit bietet es eine zentrale Online-Anlaufstelle für Existenzgründung und junge Unternehmen in Berlin.

www.gruenden-in-berlin.de/



Brandenburg Weg in die Selbstständigkeit!
Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB)

Als Förderbank des Landes wendet sich die ILB auf ihrer Website an alle, die sich mit einer Geschäftsidee in Brandenburg selbstständig machen möchten. Sie bietet ihre Unterstützung bei der Gründung und beim Aufbau eines eigenen Unternehmens an und hält für speziell Existenzgründer Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten in Form von Zuschüssen, Darlehen und Venture Capital bereit. Über die finanzielle Förderung hinaus bietet die Investitionsbank mit ihren Existenzgründungsinitiativen „Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW)“ und „Deutsche Gründer- und Unternehmertage (deGUT)“ Unterstützung bei der Entwicklung eines Geschäftskonzepts sowie Informationen und Beratung zum Thema Existenzgründung an, unter anderem durch eigene Förderberater. Weitere Informationen erhalten Interessierte auch am ILB-Infotelefon für Existenzgründungen.

www.ilb.de/de/existenzgruendung/



Bremen Starthaus Bremen und Bremerhaven
Bremer Aufbau-Bank GmbH

In der Starthaus-Initiative arbeitet die Gründungsszene des Landes Bremen eng zusammen, um Existenzgründerinnen und -gründer auf ihrem Weg in die erfolgreiche Selbstständigkeit zu begleiten. Mit einem vielseitigen Angebot bietet das Starthaus-Netzwerk Unterstützung und Informationen an, beispielsweise bei Fragen zu Formalitäten, zur Gewerbeanmeldung, zu Standorten oder Branchen. Außerdem gibt es eine spezielle Beratung für Frauen oder Studierende. In konkreten Fällen vermittelt die Starthaus-Initiative Kontakte zu zahlreichen Kooperationspartnern.

www.starthaus-bremen.de/de/page/startseite



Hamburg hei. Hamburger ExistenzgründungsInitiative
BürgerschaftsGemeinschaft Hamburg GmbH

Die hei. ist eine Einrichtung der Hamburger Wirtschaft. Sie wurde 1995 von der Wirtschaftsbehörde der Freien und Hansestadt Hamburg, der Handelskammer Hamburg und der Handwerkskammer Hamburg sowie Verbänden, Innungen, Kreditinstituten und der BürgerschaftsGemeinschaft Hamburg GmbH gegründet. Sie ist die erste Anlaufstelle für alle, die in Hamburg eine Selbstständigkeit anstreben. Die hei. arbeitet seit Jahren eng mit zahlreichen Partnern in der Hansestadt Hamburg und der Metropolregion zusammen, um Gründungswillige bei ihrem Schritt in die Selbstständigkeit kompetent, umfassend und individuell zu beraten und zu begleiten.

www.hei-hamburg.de/



Hessen Existenzgründungsportal
Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Das Existenzgründungsportal des Landes Hessen kommt gleich zur Sache: Auf der Startseite gibt es aktuelle Nachrichten zum Themenumfeld, ansonsten findet der Gründungsinteressierte unter den Menüpunkten „Gründungstipps“, „Gründungsformen“, „Förderung“ und „Anlaufstellen“ weiterführende Informationen zu allen Aspekten eines Starts in die Selbstständigkeit.

existenzgruendung.hessen.de/



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen



Mecklenburg-Vorpommern *Gründer MV.de*
Allgemeiner Unternehmensverband Neubrandenburg e. V.

Diese Website, gefördert durch die Europäische Union – Europäischer Sozialfonds sowie das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit Mecklenburg-Vorpommern, ist ein wenig unübersichtlich. Eine unklare Struktur erschwert das Auffinden nützlicher Informationen.

www.gruender-mv.de



Niedersachsen Existenzgründung in Niedersachsen
Niedersächsisches Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung

Wer sich mit den Stichworten „Existenzgründung“ und „Niedersachsen“ an eine Suchmaschine wendet, der landet auf dieser Website des Landes. Sie verspricht eine Vielzahl von Möglichkeiten, um die Geschäftsidee erfolgreich umzusetzen. Diese bestehen in knapp dargestellten „5 Schritte zum eigenen Unternehmen“, gleich im Anschluss hat man die Möglichkeit, sich eine Beratungsstelle für Existenzgründer auszuwählen, landet aber damit schon bei einer der IKHs.

Es gibt noch ein weiteres Informationsangebot Startup.niedersachsen, im Auftrag des Niedersächsischen Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit, Verkehr und Digitalisierung, das aber in erster Linie die erfolgreiche Gründerszene darstellt und sich weniger an den informations- und ratsuchenden Existenzgründer zu richten scheint.

Zum Einstieg:

www.nds.de/de/services/gruendung

Über Start-up-Initiativen:

startup.nds.de



Nordrhein-Westfalen Die STARTERCENTER NRW
Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

In ganz NRW bieten 75 STARTERCENTER kostenlose Unterstützung für Gründerinnen und Gründer bestehend aus Informationen, individueller Beratung und vielseitigen Schulungsangebote.

Träger der STARTERCENTER NRW sind Handwerkskammern, Industrie- und Handelskammern oder kommunale Wirtschaftsförderungen.

Eine interaktive NRW-Karte hilft bei der Suche nach einem nächstgelegenen STARTERCENTER NRW, mit Ansprechpartner und Kontaktdaten.

Kurze Zusammenfassung der Leistungen:

www.youtube.com/watch?v=IDX3kfqvd4k

Website der STARTERCENTER NRW:

www.startercenter.nrw



Rheinland-Pfalz Die Initiative gründen RLP
Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau

Die Rollen sind recht gut verteilt in Rheinland-Pfalz: Es gibt eine zentrale Website des Wirtschaftsministeriums, die sich darauf konzentriert, Überblickswissen anzubieten und dann sehr schnell weiterverweist auf Partner vor Ort bzw. bei Fragen zur Finanzierung und Förderung auf die verschiedenen Ansprechpartner.

Unter den Webseiten, die das Angebot des Wirtschaftsministeriums sehr konkret und hilfreich ergänzen, ist besonders die der Arbeitsgemeinschaft der IHKs und



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Handwerkskammern in Rheinland-Pfalz erwähnenswert, u. a. mit zahlreichen Ratgebern zu allen möglichen Aspekten der Selbstständigkeit.

gruenden.rlp.de/de/startseite/

IHK-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz und Hwk-Arbeitsgemeinschaft Rheinland-Pfalz:

www.starterzentrum-rlp.de

Beratungsprogramm für Existenzgründung der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB):

isb.rlp.de/foerderung/134.html



Saarland Saarland Offensive für Gründer (SOG)
Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr

Die Saarland Offensive für Gründer (SOG) ist ein über Jahre gewachsenes regionales Netzwerk, dem alle in der Gründungsförderung aktiven Kräfte des Saarlandes angehören. Dazu zählen neben dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr beispielsweise die Industrie- und Handelskammer Saarland (IHK), die Handwerkskammer des Saarlandes (HWK), die Saarländische Investitionskreditbank (SIKB), saaris – saarland. innovation & standort e. V., die Hochschulen, die regionalen Wirtschaftsförderer, die Steuerberaterkammer sowie viele weitere Partner. Koordiniert wird die SOG über das Wirtschaftsministerium.

Die Webseite der Offensive vermittelt einen schnellen Überblick mit nützlichen Informationen, Kontakten und weiterführenden Links.

gruenden.saarland.de

Förderung im Saarland durch die Saarländische Investitionskreditbank (SIKB):

www.fuer-gruender.de/kapital/foerdermittel/foerderbank-im-profil/sikb-foerderung/



Sachsen Sächsisches Existenzgründer-Netzwerk
Industrie- und Handelskammer Dresden

Unter den drei Menüpunkten „Gründung“, „Finanzierung“ und „Nachfolge“ werden knapp, aber gut strukturiert und informativ alle wichtigen Aspekte der Existenzgründung behandelt. Beginnend mit einem Online-Check „Bin ich ein Gründertyp?“ über Informationen zu Gründungsformalitäten bis – beispielsweise – einem Merkblatt zur Vorbereitung auf das Bankgespräch findet man hier viele nützliche Informationen, die manchmal ein wenig knapp gehalten erscheinen mögen, die aber auf jeden Fall verhindern, dass der Existenzgründer an wichtigen Stellen „falsch abbiegt“. Einen prominenten Platz räumt diese Seite dem Aspekt der Existenzgründung durch Übernahme eines bestehenden Unternehmens via Nachfolgeregelung ein.

www.existenzgruendung-sachsen.de

Gründungsberatung der Sächsischen Aufbaubank SAB – Landesförderinstitut des Freistaates Sachsen:

www.sab.sachsen.de/meta/bereichsauswahl.jsp?fp_s=76880



Sachsen-Anhalt Existenzgründungsoffensive HIER. We go!
Univations GmbH (im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitalisierung)

Die Website hier-we-go.de ist Kern des Projekts „Gründerland Sachsen-Anhalt“. Dieses verfolgt das Ziel, das Gründungsgeschehen in Sachsen-Anhalt zu verbessern und Anreize für eine selbstständige Tätigkeit zu erhöhen. Auf der Website wird über



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

die Gründungsförderung in Sachsen-Anhalt berichtet. Alle Akteure in diesem Bereich werden miteinander vernetzt und zum Teil vorgestellt.

Der Schwerpunkt der Webseite liegt eher auf Aktualität („News & Termine“) bzw. auf PR-Botschaften („Gründer*innen & Storys“ sowie „Standorte & Infrastruktur“) als auf grundsätzlichen Ratgeberinformationen, die zwar auch zur Sprache kommen, aber nur in sehr knapper Form.

hier-we-go.de

Investitionsbank Sachsen-Anhalt – Starthilfen:

www.ib-sachsen-anhalt.de/gruender



Schleswig-Holstein Existenzgründung/Förderberatung

Eine auf Landesebene zentral betriebene Webseite für Existenzgründer vermisst man für dieses Bundesland.

„Existenzgründung“ kommt in Schleswig-Holstein zwar im Landesportal des Ministerpräsidenten vor, zuständigkeitshalber beim Wirtschaftsministerium, für einen Existenzgründer lohnt der Besuch jedoch kaum.

Informativer sind da schon die IHKs bzw. die Handwerkskammern. Der Schwerpunkt der Informationsvermittlung liegt dann auf Hinweisen zu Beratungsangeboten und Veranstaltungen der Kammern.

Auch die IB.SH – Förderbank für Schleswig-Holstein hält ein Angebot für Existenzgründer bereit.

IHK Schleswig-Holstein:

www.ihk-schleswig-holstein.de/starthilfe

Investitionsbank Schleswig-Holstein (IB.SH):

www.ib-sh.de/unser-angebot/fuer-privatpersonen/neues-unternehmen-gruenden/

Förderberatung:

www.ib-sh.de/infoseite/ibsh-foerderlotsen/



Thüringen ThEx Thüringen Thüringer Zentrum für Existenzgründungen und Unternehmertum

Mit dem Projekt ThEx wollen das Thüringer Wirtschaftsministerium, die Thüringer Handwerkskammern, die Industrie- und Handelskammer Erfurt, die Industrie- und Handelskammer Südthüringen sowie weitere Träger von Thüringer Beratungsnetzwerken Existenzgründerinnen und -gründer unterstützen und die Gründerkultur in Thüringen weiter stärken. Sie geben auf der zugehörigen Website Gründungswilligen und Unternehmen einen transparenten und zielgerichteten Überblick über die Vielzahl an Angeboten.

Schwerpunkt der Unterstützungsleistungen scheint weniger die Bereitstellung von Informationen über die ThEx-Webseite zu sein, sondern vielmehr die persönliche Begleitung und Unterstützung durch Veranstaltungen und Workshops.

www.thex.de/existenzgruendung/



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Industrie- und Handelskammern

Industrie- und Handelskammern (IHKs) sind regional organisierte und branchenübergreifende Körperschaften des öffentlichen Rechts. Alle Gewerbetreibenden und Unternehmen einer Region mit Ausnahme von Handwerksunternehmen, landwirtschaftlichen Betrieben und Freiberuflern (die nicht ins Handelsregister eingetragen sind) gehören ihnen per Gesetz an (Pflichtmitgliedschaft).

Es gibt 79 Industrie- und Handelskammern, die für unterschiedlich große Regionen zuständig sind. Sie übernehmen Aufgaben der Selbstverwaltung für die regionale Wirtschaft, u. a. in der dualen Berufsausbildung.

Die IHKs fördern die gewerbliche Wirtschaft vor Ort und stehen mit einem breit gefächerten Beratungsangebot und Dienstleistungen ihren Mitgliedern und anderen Interessenten zur Seite. So begleiten sie u. a. Unternehmensgründer, geben Auskunft bei Rechts- oder Steuerfragen oder beraten bei der Expansion in internationale Märkte.

Die IHKs sind zusammengeschlossen im Deutschen Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK). Der DIHK verantwortet die Website www.ihk.de. Auf dieser Website wird das Leistungsangebot der IHKs näher vorgestellt.

DIHK | Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Breite Straße 29, 10178 Berlin

Telefon: 030/203 08-0

E-Mail: info@dihk.de

Website: www.ihk.de

Zu Gründerthemen:

www.ihk.de/themen/existenzgruendung-und-unternehmensfoerderung

IHK-Finder:

Konkrete Unterstützung erhält ein Existenzgründer von seiner regional zuständigen IHK. Welche das ist, lässt sich mit dem IHK-Finder auf www.ihk.de leicht ermitteln.

Betriebs-/Existenzgründungsberatung

IFH KÖLN (Institut für Handelsforschung)

Dürener Str. 401b, 50858 Köln

Telefon: 0221/94 36 07-0

E-Mail: info@ifhkoeln.de

Website: www.ifhkoeln.de

Das IFH KÖLN ist etabliertes Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handelsumfeld. Als Brancheninsider unterstützt es die Etablierung zeitgemäßer Geschäftsmodelle und bietet Sicherheit bei unternehmerischen Entscheidungen.

BBE Handelsberatung GmbH

Briener Straße 45, 80333 München

Telefon: 089/551 18-144

E-Mail: info@bbe.de

Website: www.bbe.de/de/

Das BBE Handelsberatung wendet sich an Entscheider in Handelsunternehmen, aus der Immobilienwirtschaft und der öffentlichen Hand. Die Leistungsschwerpunkte der BBE sind: Managementberatung, Standortberatung, Immobilienberatung, Kommunalberatung, Marktforschung sowie Vorträge & Seminare.



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

RKW – Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e. V.

Düsseldorfer Str. 40 A, 65760 Eschborn

Telefon: 06196/49 5-0

Kontakt: www.rkw-kompetenzzentrum.de/kontakt/unsere-expertinnen-und-experten/

Website: www.rkw-kompetenzzentrum.de/gruendung/ueber-uns/

Das RKW Kompetenzzentrum ist ein gemeinnütziger und neutraler Impuls- und Ratgeber für den deutschen Mittelstand. Das Angebot richtet sich u. a. an Menschen, die mit eigenen Ideen und Tatkraft ein neues Unternehmen aufbauen wollen.

Die folgenden Verbände legen an die Qualität ihrer beratenden Mitglieder hohe Maßstäbe an und können **Existenzgründungsberater aus den Regionen** benennen. Die Beratungskosten werden im Allgemeinen vom Bund bezuschusst.

Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) e. V.

Joseph-Schumpeter-Allee 29, 53227 Bonn

Telefon: 0228/91 61-0

E-Mail: info@bdu.de

Website: www.bdu.de/

Vereinigung Beratender Betriebs- und Volkswirte (VBV) e. V.

Blütenweg 12, 22589 Hamburg

Telefon: 040/89 80-70 18

E-Mail: info@vbw.de

Website: www.vbw.de

BUS Betreuungs- und Unternehmensberatungs GmbH

Luitpoldstraße 8, 97421 Schweinfurt

Telefon: 09721/7 93 35 22

E-Mail: info@bus-netzwerk.de

Website: www.bus-netzwerk.de/index.html

Europa-Beratung

Europe Direct ist ein Informationsnetzwerk der Europäischen Kommission. Die über 450 Europe Direct (ED) Zentren in den EU-Mitgliedstaaten bilden die Schnittstelle zwischen den Institutionen der EU und den Bürgerinnen und Bürgern vor Ort. Hier finden Sie Materialien und Informationen ebenso wie eine Anlaufstelle für alle Fragen rund um Europa und die EU.

germany.representation.ec.europa.eu/index_de

EU-Finanzmittel können von Unternehmen jeder Art, Größe oder Branche beantragt werden, also von Jungunternehmern, Start-ups, Kleinstunternehmen und KMU ebenso wie von größeren Firmen.

ec.europa.eu/info/funding-tenders/how-apply/eligibility-who-can-get-funding_de

Enterprise Europe Network

Im Fokus des Netzwerks Enterprise Europe der Europäischen Kommission steht die Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aus Industrie, Handel und Handwerk mit innovativen Produkten und Dienstleistungen. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die Förderung der Zusammenarbeit sowie Clusterbildung zwischen Unternehmen, Universitäten und Forschungseinrichtungen.



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Anschriften des Netzwerkes in Deutschland:

een.ec.europa.eu/about/branches/germany

Netzwerke für junge Unternehmen**Wirtschaftssenioren („ALT HILFT JUNG“)**

Die Wirtschaftssenioren sind ehemalige Führungskräfte, Experten und Unternehmer aus Industrie, Handel, Handwerk, Dienstleistung oder freien Berufen. Sie geben Starthilfe durch Beratung in kaufmännischen, finanziellen und organisatorischen Fragen (keine Rechts- und Steuerberatung). Die Hilfe ist ehrenamtlich und im Prinzip honorarfrei; es wird lediglich ein pauschaler Auslagensatz verlangt, dessen Höhe die angeschlossenen Vereine in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich festgesetzt haben.

wirtschaftssenioren.net

Business Angels

Business Angels Netzwerk Deutschland e. V. (BAND) bringt Gründungsunternehmer und Business Angels zusammen, um eine Beteiligung zu initiieren. Die zentrale Website eröffnet den Zugang zu den Aktivitäten im deutschen Business Angels Markt und enthält alle wichtigen Informationen einschließlich eines Archivs. Links führen zu allen Business Angels Netzwerken, die den Markt gemeinsam mit BAND gestalten, und zu den Mitgliedern und Sponsoren von BAND.

www.business-angels.de/

Wirtschaftsjunioren

Die Wirtschaftsjunioren sind rund 10.000 Unternehmer und Führungskräfte unter 40 Jahren. Sie fördern den Austausch und die Entwicklung junger Unternehmer und Führungskräfte, sind global vernetzt und gelten als größtes Netzwerk der jungen Wirtschaft in Deutschland mit rund 215 Mitgliedskreisen vor Ort.

wjd.de

Links zu den Juniorenkreisen vor Ort:

wjd.de/ueber-uns/wirtschaftsjunioren-vor-ort

nexxt-change Unternehmensbörse

Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gemeinsam mit KfW betriebene und von DIHK, ZDH, BVR und DSGVO partnerschaftlich unterstützte Internetplattform www.nexxt-change.org richtet sich an Unternehmer, die einen Nachfolger für ihr Unternehmen suchen, sowie an Existenzgründer und Unternehmer, die ein im Zuge einer Nachfolgeregelung abzugebendes Unternehmen zur Übernahme suchen: www.nexxt-change.org

Internetseiten für Gründer

Das Existenzgründerportal ist eine sehr „komplette“ und gut strukturierte Anlaufstelle für Existenzgründer/innen (Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, Berlin):

www.existenzgruender.de

Die Idee der Gründerplattform ist, jüngere Existenzgründer durch die Online-Bereitstellung interaktiver Tools auf ihrem Weg zu begleiten und zu unterstützen (KfW, Frankfurt a. M., und Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, Berlin):

www.gruenderplattform.de



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Praxisorientiert und instruktiv, mit zahlreichen Tools, die ein Gründungsvorhaben unterstützen; ergänzend werden kostenpflichtige „Gründungspakete“ angeboten (Passion4Business GmbH, Berlin):

www.fuer-gruender.de

Eher mit der Zielgruppe Start-ups und (kreative) Selbstständige ist die „Gründerküche“ unterwegs, sie bietet aber auch für konventionell orientierte Gründungsvorhaben wertvolle Informationen, Übersichten, Checklisten, Tools (JinnyJo Media GmbH, Frankfurt a. M.):

www.gruenderkueche.de

Tägliche Informationen über Neuigkeiten aus der heimischen Internet-Gründerszene (DS Media, Köln):

www.deutsche-startups.de

Branchenrelevante News und Informationen zur deutschen Webwirtschaft (Business Insider Deutschland, Berlin):

www.businessinsider.de/gruenderszene

Tipps, Spezialinfos, Startup-Reports per Clips (The Media Group, Willingen):

venturetv.de

Berichte über innovative Start-ups, junge Unternehmen, Investoren und allgemeines Gründergeschehen (WEKA MEDIA, Kissing):

www.foerderland.de

Impressumpflicht auf Webseiten

www.gesetze-im-internet.de/tmg/_5.html

www.gesetze-im-internet.de/tmg/_6.html



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

14 Fachkontakte/-informationen

Branchenverbände

DRV Deutscher ReiseVerband e. V.

Schicklerstraße 5-7, 10179 Berlin
Telefon: 030/28 4 06-0
E-Mail: info@drv.de
Website: www.drv.de

asr – Allianz selbstständiger Reiseunternehmen (Bundesverband) e. V.

Friedrichstraße 119, 10117 Berlin
Telefon: 030/24 78 19 0
E-Mail: info@asr-berlin.de
Website: www.asr-berlin.de

Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) e. V.

Darmstädter Landstraße 125, 60598 Frankfurt/Main
Telefon: 069/69 52 29 0
E-Mail: info@vdr-service.de
Website: www.vdr-service.de

Fachverband Deutscher Sprachreisen-Veranstalter e. V.

FDSV-Geschäftsstelle
Kastanienallee 82, 10435 Berlin
Telefon: 030/789 53 640
E-Mail: info@fdsv.de
Website: www.fdsv.de

Weiterbildung

Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e. V.

Charlottenstr. 13, 10969 Berlin
Telefon: 030/23 55 19-0
E-Mail: info@dsft-berlin.de
Website: www.dsft-berlin.de/alle_offenen_seminare_14.html

Kooperation

DER Touristik Online GmbH

Emil-von-Behring-Straße 6, 60439 Frankfurt am Main
Telefon: 069/95 88-00
E-Mail: service@der.com
Website: www.der.com

IATA-Lizenzen (IATA – International Air Transport Association)

Website: www.iata.org/customer-portal/pages/index.aspx



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Kongresse/Fachmessen

Kongresse und Fachmessen sind wichtige Plattformen für Geschäftskontakte. Die Termine werden langfristig geplant, können aber kurzfristigen Änderungen unterliegen. Aktuelle Informationen dazu finden Sie bei der AUMA, dem Spitzenverband der Messewirtschaft.

Website: www.auma.de/de/ausstellen/messen-finden

Fachzeitschriften/Fachliteratur (Auswahl)

FVW

Magazin für Touristik und Business Travel

FVW Medien GmbH

Website: www.fvw.de

touristik aktuell

EuBuCo Verlag GmbH

Website: www.touristikaktuell.de

Bücher:

Online-Buchhandlung der DRV Service GmbH:

Website: buchhandlung.driv.de/

Berufsgenossenschaft

Versicherung gegen Unfall und Berufskrankheiten, für angestellte Mitarbeiter obligatorisch:

Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG)

Massaquoipassage 1, 22305 Hamburg

Telefon: 040/51 46-0

E-Mail: kundendialog@vbg.de

Website: www.vbg.de

Franchising

Beim Franchising nutzt der Existenzgründer einen im Markt mehr oder weniger bereits eingeführten Namen, ein Geschäftskonzept sowie weitere Serviceleistungen des Franchisegebers gegen Entgelt. Dabei bleibt der Franchisenehmer selbstständiger Geschäftsmann. (Informationen und Adressen von Franchiseanbietern siehe VR-GründungsKonzept 120 Franchising.)

Spezielle Auskünfte zu System und Recht des Franchising sowie Hinweise auf seriöse Franchise-Anbieter in Ihrer Branche erhalten Sie von:

DFV – Deutscher Franchise-Verband e. V.

Luisenstraße 41, 10117 Berlin

Telefon: 030/27 89 02-0

E-Mail: info@franchiseverband.com

Website: www.franchiseverband.com/aktuelles-erfahren

Die Online-Plattform FranchisePORTAL.de bietet eine Navigationshilfe für Interessenten einer Franchise-Gründung:

www.franchiseportal.de



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen

Herausgeber

Die VR-GründungsKonzepte sind ein Service der Volksbanken und Raiffeisenbanken für Existenzgründer/innen.

Der Inhalt dieser Ausgabe basiert auf Informationen, die bis April 2022 vorlagen. Alle Angaben wurden mit Sorgfalt ermittelt und überprüft. Da sie jedoch ständigen Veränderungen unterliegen, kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit keine Gewähr übernommen werden.

Unsere Informationen enthalten Links zu Webseiten Dritter, auf deren Inhalte wir keinen Einfluss haben. Wir können daher für diese fremden Inhalte auch keine Gewähr übernehmen. Für die Inhalte der verlinkten Seiten ist stets der jeweilige Anbieter/Betreiber der Seiten verantwortlich. Rechtswidrige Inhalte der verlinkten Seiten waren zum Zeitpunkt der Verlinkung für uns nicht erkennbar. Eine permanente inhaltliche Kontrolle der verlinkten Seiten ist jedoch ohne konkrete Anhaltspunkte einer Rechtsverletzung nicht zumutbar. Bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen werden wir derartige Links umgehend entfernen.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe, der Herstellung von Mikrofilmen und Fotokopien, der Übernahme, Bereithaltung oder Wiedergabe auf Datenträgern, Datenbanken, nationalen und internationalen Netzen sowie der Übersetzung vorbehalten. Verbreitung und jede Art der Verwertung bedürfen der Genehmigung durch den Herausgeber. Zuwiderhandlungen werden verfolgt. Downloads und Kopien der VR-GründungsKonzepte sind nur für den privaten, nicht für den kommerziellen Gebrauch gestattet.

Herausgeber

Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken und Raiffeisenbanken in Weser-Ems (AGVR)

Raiffeisenstraße 26, 26122 Oldenburg

Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e. V. (BWGV)

Heilbronner Straße 41, 70191 Stuttgart

Genossenschaftsverband – Verband der Regionen e. V.

Wilhelm-Haas-Platz, 63263 Neu-Isenburg

Presse- und Informationsdienst der Volksbanken und Raiffeisenbanken e. V. (PVR)

Raiffeisenstraße 1–3, 24768 Rendsburg



Ein exklusiver Service der
Genossenschaftsbanken in
Baden-Württemberg • Berlin
Brandenburg • Bremen • Hamburg
Hessen • Mecklenburg-Vorpommern
Niedersachsen • Nordrhein-Westfalen
Rheinland-Pfalz • Saarland • Sachsen
Sachsen-Anhalt • Schleswig-Holstein
Thüringen