



Fitness-/Sportstudio

VR-GründungsKonzept

Stand: 04/2022

Inhalt

1 Markt	3
2 Betriebskonzept	6
3 Geschäftsadresse/-räume	8
4 Mitglieder und Angebote	11
5 Kalkulation	13
6 Investitionen/Finanzierung	16
7 Marketing und Werbung	22
8 Digitalität	24
9 Recht	26
10 Meilensteine der Gründung	27
11 Pflichten als Arbeitgeber	32
12 Die eigene Absicherung	33
13 Gründerkontakte/-informationen	34
14 Fachkontakte/-informationen	43
Herausgeber	46



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:

Fitnessstudios	rund 9.669 Unternehmen (2019) rund 9.538 Unternehmen (2020) rund 9.492 Unternehmen (2021)
Umsatz	rund 5,5 Mrd. EUR (2019) rund 4,1 Mrd. EUR (2020) rund 2,2 Mrd. EUR (2021, ohne Corona-Hilfen)

DSSV 2022

Fitnesszentren	5.804 Umsatzsteuerpflichtige (2019) 5.551 Umsatzsteuerpflichtige (2020)
Umsatz	rund 2,9 Mrd. EUR (2019) rund 2,7 Mrd. EUR (2020)

Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik 2019 und 2020

Kapitalbedarf je nach Konzept, genutzter Immobilie, notwendiger Umbaumaßnahmen und Finanzierungsart ab 200.000 EUR

Es herrscht inzwischen ein starker Wettbewerb auf dem Fitnesssektor. Daher ist ein sorgfältige Zielgruppen- und Wettbewerbsanalyse notwendig, um ein tragfähiges Konzept entwickeln zu können und für die Kunden attraktiv zu sein.

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 hatte für die Branche sinkende Umsätze zur Folge – von 5,5 Mrd. EUR im Jahr 2019 auf 4,1 Mrd. EUR in 2020 und 2,2 Mrd. EUR in 2021.

Aufgrund der staatlichen Hilfen und der Mitglieder, die ihren Studios treu blieben, war der Rückgang der Anlagenzahl insgesamt relativ gering. In 2021 reduzierte sich die Zahl um 0,5 % reduziert, die sind netto 46 Anlagen weniger. Zum Stichtag 31. Dezember 2021 gab es insgesamt 9.492 Anlagen.

Fusionen und Übernahmen von Anlagen führen zu einer Verschiebung zwischen dem Einzel- und Kettensegment. Die Zahl der Einzelanlagen sinkt um 1,1 %, Kettenanlagen können ein Plus von 2,8 % erzielen. Im Mikrosegment ist ein Rückgang von insgesamt 1,9 % zu verzeichnen (DSSV e. V. – Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen: Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2022).



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

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

Branche	5.804 Umsatzsteuerpflichtige
Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik 2019	
	9.538 Anlagen (2019)
davon	rund 27 % der Studios < 200 qm
	rund 51 % Einzelbetreiber > 200 qm
	rund 22 % der Studios Kettenbetriebe
DSSV 2021, Zahlen für 2020	

Hinzu kommt eine nicht genau zu beziffernde Anzahl selbstständiger persönlicher Fitnesstrainer, die statistisch zusammen mit Einrichtungen des Sport- und Freizeitunterrichts erfasst sind. 12.748 umsatzsteuerpflichtige Schulen, Dozenten und freiberufliche Trainer in diesem Segment erwirtschafteten im Jahr 2019 zusammen einen Gesamtumsatz von rund 1,3 Mrd. EUR (Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik 2019).

Bei der letzten detaillierten Erhebung des Statistischen Bundesamtes 2010 blieben über 80 % der Studios unter 250.000 EUR Jahresumsatz (netto), noch fast 50 % setzten nicht mehr als 100.000 EUR um. Nach den Daten des DSSV setzen selbst kleine Spezialstudios im Schnitt rund 190.000 EUR um und beschäftigen im Schnitt sieben bis acht Mitarbeiter (allerdings einige auf Teilzeitbasis, 2017).

Fitnesszentren	rund 2,9 Mrd. EUR (2019)
	rund 2,7 Mrd. EUR (2019)
Statistisches Bundesamt, Umsatzsteuerstatistik 2019	
Fitnessstudios	rund 5,5 Mrd. EUR (2019)
	rund 4,1 Mrd. EUR (2020)
DSSV 2022	

Nachfrage. Mit über 10 Mio. Mitgliedern ist das Fitnesstraining die mitgliederstärkste Trainingsform. Auf Platz 2 und 3 folgen der Fußball (rund 7,3 Mio. Mitglieder) und Turnen (rund 5 Mio. Mitglieder). Derzeit kommen im bundesweiten Schnitt rund 8.800 Einwohner auf ein (schon bestehendes) Studio. In einer Umfrage der VuMA gaben rund 75 % der Befragten an, niemals ein Fitnessstudio zu besuchen, etwa 10 % trainieren einmal monatlich oder seltener, 7,8 % besuchen das Studio mehrmals monatlich und 6,2 % mehrmals wöchentlich.

Anzahl der Mitglieder in Fitnessstudios	
2017	10,91 Mio. Mitglieder
2018	11,09 Mio. Mitglieder
2019	11,66 Mio. Mitglieder
2020	10,31 Mio. Mitglieder
DSSV 2021, Zahlen für 2020	

Gute Zahlen bei neu geworbenen Mitgliedern können vorwiegend die Filialunternehmen und Franchise-Ketten aufweisen; die Kunden sind vielfach an günstigen Monatspauschalen mehr interessiert als an einem differenzierten Angebot. Die drei größten Ketten vereinigen fast 18 % aller Fitnesskunden auf sich. Ausbauen konnten ihre Umsätze auch die kleinen Studios in der Größenordnung unter 200 qm.

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

Mitglieder nach Betriebsstruktur

gesamt	10,31 Mio. Mitglieder
Kette	5,45 Mio. Mitglieder
Einzel	4,31 Mio. Mitglieder
Mikro (< 200 qm)	0,55 Mio. Mitglieder

DSSV 2021, Zahlen für 2020

Die kleinen Special-Interest-Studios haben mittlerweile rund 650.000 Mitglieder. Experten erwarten durchaus den Erfolg von Nischenstrategien (Frauen, Gesundheit, Senioren) sowie aus Kooperationen mit Unternehmen (Rabatte für Firmenangehörige). Von den drei Marktsegmenten Freizeit-, Fitness- und Gesundheitsmarkt wird wohl der Gesundheitsmarkt langfristig das größte Potenzial für eine Marktausdehnung bieten. Ein Beispiel dafür bietet der Erfolg der Kieser Trainingsstudios, die gezielt auch ältere Menschen ansprechen und sich auf gesundheitsförderndes Krafttraining und gezieltes Rückentraining spezialisiert haben.

Zu den aktuellen Trends gehören Experimente mit „Cybertraining“, bei dem Videos mit Trainern für Gruppenübungen projiziert werden, und die Vernetzung der Trainingsgeräte mit den Fitnessuhren der Trainierenden, um ein individuelles Feedback der Trainingswerte zu ermöglichen.

Eine gegensätzliche Entwicklung zeigt die wachsende Nachfrage nach Personal Trainern „aus Fleisch und Blut“, die neben dem Training auch gleich das Ernährungsprogramm des Kunden planen und überwachen.

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

Mitgliedsbeiträge im Premiumsegment (ab 60 EUR pro Monat) zahlen Trainingswillige für eine erstklassige Ausstattung und Betreuung, oder aber für „große“ Namen, seien es Konzepte der Stars unter den Fitness-Gurus oder Lizenz-Studios unter Markennamen von Musik- oder Schauspielstars. Studio-Ketten halten – vor allem aufgrund der stürmisch wachsenden Discountketten – einen Marktanteil von knapp 56 % nach Mitgliedern und rund 39 % nach Umsätzen (2019). Nach Umsatzanteil überwiegen aber noch die Einzelstudios.

Ob die Einrichtung auf das Premiumsegment der Wellnesscenter abgestimmt wird oder mit günstigen Preisen und Training rund um die Uhr geworben wird, ist eine Frage der Zielgruppe am Ort.

Das EMS-Trainings (EMS = Elektromyostimulationstraining) wird immer beliebter, es konnte sich trotz des zweiten Jahres der Corona-Pandemie weiter positiv entwickeln und verzeichnet ein leichtes Anlagenwachstum auf 1.427 Anlagen. Neben diesen reinen EMS-Studios wird das Training zusätzlich auch in Fitnessanlagen oder im Rahmen von Personal Trainings eingesetzt und weist somit eine noch größere Verbreitung auf (DSSV, Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2022).

Um ein klares Erscheinungsbild zu bieten, sollten eindeutige Kompetenzen bzw. Zielgruppen definiert werden – also Angebotsschwerpunkte. In Frage kommen allgemeine bzw. präventive Fitness, Cardio-Training, Rückentraining, eben auch Bodybuilding, ergänzend alle Arten von Kampfsport, Jazzdance, Gymnastik usw. in individuellem und in Gruppentraining. Größere Anlagen bieten zudem vereinzelt Ballsportarten oder weitere Sportarten an.

Diese Konzepte erfordern – neben den geeigneten Geräten und Anlagen – jeweils unterschiedlich qualifizierte Trainer, mit deren Kompetenzen Spezialangebote stehen und fallen. So eignet sich beispielsweise nicht jeder, der die physiologisch richtigen Übungen vermitteln kann, dazu Kinder anzuleiten und zu motivieren.

Mitarbeiter. Im Schnitt sind in einer Anlage 16,2 Mitarbeiter beschäftigt. Davon in Einzelanlagen 21,2 Mitarbeiter, in Ketten 18,5 Mitarbeiter, in Mikroanlagen fünf Mitarbeiter (DSSV, Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2022).

Da die Öffnungszeiten immer weiter ausgedehnt werden und Ihre eigentliche Aufgabe in der Unternehmensführung Sie beanspruchen wird, kommt der Personalfrage einige Bedeutung zu. Ohne gute fachliche und pädagogische Qualifikation in einem anerkannten Lehrzentrum bzw. eine Ausbildung zum Sportlehrer, Sportwissenschaftler oder -therapeuten sollten Sie niemanden einstellen, der direkten Publikumskontakt hat.

Qualifikation. Alle Mitarbeiter sollten kontinuierlich Weiterbildungsprozesse durchlaufen, um den Mitgliedern immer Neues und Besseres bieten zu können. Dies führt bei nur leicht steigendem Umsatz zu weiterem Kostenanstieg im Personalbereich, ist jedoch eine notwendige Investition, um trotz zunehmender Marktsättigung bestehen zu können.

Alternative: Personal Trainer. Inzwischen lassen sich nicht nur Prominente oder Manager in Zeitnot gern von einem persönlichen Fitness-Trainer nach einem ausgewogenen Programm zu mehr Kondition und einer besseren Figur verhelfen oder im Park richtig angeleitet auf den nächsten Marathon vorbereiten. Bis 2020 soll sich Personal Trainer zu einem der bestbezahlten Berufe entwickeln (Manpower 2015).

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

Allerdings variieren die Preise der Trainer genauso wie die Qualifikationen. Am oberen Ende der Skala werden promovierte Coaches mit ganzheitlichem Ansatz für Fitness, Gesundheit, Psyche nicht unter 70 EUR die Stunde tätig, oder auch für das doppelte. Andererseits arbeiten auch Angestellte aus Fitnessstudios oder Sportstudenten nebenher in der Branche, dann liegen die Preise bei vielleicht 20 EUR. Hier besteht die Zielgruppe eher aus ganz normalen Kunden, die nicht gern allein, unangeleitet ins Fitness-Studio gehen können oder wollen. Dieses persönlich betreute Training lässt sich auch in Kleingruppen bis fünf oder sechs Teilnehmer organisieren.

Für das einfache Training empfehlen sich Kurzhanteln, ein Deuser-Band, eine Gymnastikmatte, ein Medizinball, ein Stepp-Podest und eventuell eine Massagebank – alles im Kofferraum eines Pkw transportierbar. Dieses Konzept eignet sich auch für Existenzgründer, die zunächst nur ein ganz geringes Startkapital zur Verfügung haben. So brauchen Sie für die mobilen Geräte nur etwa zwischen 500 bis 3.000 EUR.

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

3 Geschäftsadresse/-räume

Regionale Kaufkraftdifferenzierung pro Kopf

bundesweiter Durchschnitt rund 24.455 EUR im Jahr

Die generellen Kaufkraftunterschiede zwischen den Ländern sind dabei erheblich (zwischen rund 85 % bis 110 % des Durchschnitts):

Baden-Württemberg	rund 26.308 EUR
Bayern	rund 26.599 EUR
Berlin	rund 22.176 EUR
Brandenburg	rund 22.654 EUR
Bremen	rund 22.100 EUR
Hamburg	rund 26.715 EUR
Hessen	rund 25.530 EUR
Mecklenburg-Vorpommern	rund 21.103 EUR
Niedersachsen	rund 23.876 EUR
Nordrhein-Westfalen	rund 24.071 EUR
Rheinland-Pfalz	rund 23.128 EUR
Saarland	rund 22.618 EUR
Sachsen	rund 21.493 EUR
Sachsen-Anhalt	rund 21.297 EUR
Schleswig-Holstein	rund 24.509 EUR
Thüringen	rund 21.389 EUR

mn-research 2021

Kunden. Die regional unterschiedliche Kaufkraft der privaten Haushalte und das Preis- und Qualitätsniveau des verbraucherbezogenen Einzelhandels spielen ineinander. Differenzierte Daten finden Sie in den Wirtschaftsrechnungen des Statistischen Bundesamts. Für das Jahr 2020 entfallen 15 % der Konsumausgaben auf Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, 37 % auf Wohnen, Energie und Wohnungsinstandhaltung, 4 % auf Bekleidung und Schuhe, 10 % auf Freizeit, Unterhaltung und Kultur, 13 % auf Verkehr und 22 % sind sonstige Konsumausgaben (destatis, Fachserie 15, Reihe 1, 2021).

Daten zum Geschäftsgebiet. Die räumliche Positionierung Ihres Unternehmens ist ein sehr wichtiger Faktor für Ihren Erfolg. Zunächst sind in diesem Zusammenhang einige grundlegende demographische Daten von Interesse, wie z. B.:

- Bevölkerungsdichte in der Region,
- durchschnittliches Alter, Bildungsgrad, Familienstatus usw.,
- Höhe der Arbeitslosigkeit,
- durchschnittliches Einkommen,
- Kaufkraft,
- durchschnittlicher Mietspiegel,
- allgemeine Lebenshaltungskosten,
- Zahl der Insolvenzen.

Nützliche Daten zur Struktur Ihres Geschäftsgebiets finden Sie im Regionalatlas des Statistischen Bundesamts. Sie finden diesen unter der Adresse

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

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.

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.

Standort

Im Schnitt kommen 11,4 Fitnessanlagen auf 100.000 Einwohner. In den einzelnen Bundesländern sieht dies recht unterschiedlich aus (Angaben pro 100.000 Einwohner):

Baden-Württemberg	12,6 Anlagen
Berlin	12,1 Anlagen
Brandenburg	8,1 Anlagen
Bremen	12,6 Anlagen
Hamburg	16,6 Anlagen
Hessen	12,2 Anlagen
Mecklenburg-Vorpommern	8,1 Anlagen
Niedersachsen	10,8 Anlagen
Nordrhein-Westfalen	11,9 Anlagen
Rheinland-Pfalz	11,2 Anlagen
Saarland	12,4 Anlagen
Sachsen	8,4 Anlagen
Sachsen-Anhalt	7,2 Anlagen
Schleswig-Holstein	9,9 Anlagen
Thüringen	7,9 Anlagen

DSSV; Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2022, Zahlen für 2021

Der Standort ist für Fitness-Studios schon fast eine Überlebensfrage. Der DSSV gibt als Richtwert an, dass die Einwohnerzahl im geplanten Einzugsgebiet mindestens 15.000 (Großstädte 10.000) betragen sollte. Hierbei ist jedoch eine individuelle Analyse der Situation notwendig.

Raumaufteilung. Eine optimale Studiogröße liegt bei multifunktionaler Konzeption je nach Einzugsgebiet und Bevölkerungsstruktur in der Regel zwischen 800 und 1.000 qm. Um ein ausreichendes Angebot präsentieren zu können, sollte ein Studio mit komplettem Angebot über mindestens 280 qm Trainingsfläche verfügen. Dazu kommen Umkleieräume, Duschen, Aufenthaltsräume, Empfangsbereich usw., so dass die Mindestgröße bei rund 500 qm liegt. Die so genannten Mikrostudios unter 200 qm beschränken sich auf gezielte Trainingsmethoden, etwa Circletraining oder Rückenschule.

Die Flächenaufteilung soll gewährleisten, dass ca. 60 % der Gesamtfläche zum Training genutzt werden. Dazu gehören die Bereiche Gerätetraining, Gruppentraining, Cardio-Fitness, hinzu kommen ein Nass- und Umkleidebereich, ein Empfangs-, Kommunikations- und ein Bistrobereich.

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

Nebenbereich: Bei der Ausstattung von Umkleidekabinen, Duschen, Toiletten und dem Eingangs- und Kommunikationsbereich (Visitenkarte des Studios!) lohnt es sich, in eine professionelle und ansprechende Einrichtung zu investieren.

Geräte. Zur Grundausstattung gehören auch in kleinen Studios drei bis sechs Fahrräder und zwei bis vier Stepper. Sie kann schrittweise durch Rudergeräte, Laufbänder usw. ergänzt werden. Welche Geräte als Grundausstattung anzusehen sind, hängt auch vom Konzept des Studios ab, also beispielsweise alles Nötige für ein effektives Zirkeltraining oder vernetzte Maschinen, in die eine gesundheitsbewusste Zielgruppe sich mit dem eigenen Fitnesstracker einloggen kann. Da diese Geräte teuer sind, sollte darauf geachtet werden, dass Investitionen in diesem Bereich das vertretbare Maß nicht überschreiten. Um hier eine qualifizierte Betreuung realisieren zu können, empfiehlt sich für alle Trainer der Besuch eines speziellen Cardio-Seminars bei der BSA-Akademie, dem Bildungspartner des DSSV.

Gruppentraining. Die Mindestgröße der Trainingsfläche sollte 80 qm nicht unterschreiten – sonst wäre ggf. eine Studiovariante ohne Gruppentraining in Erwägung zu ziehen.

Adresse/Erreichbarkeit. Für Kunden sind der zeitliche Aufwand, um ein Studio zu erreichen, die zurückzulegende Entfernung, eventuelle Stauschwerpunkte und Angebote des öffentlichen Nahverkehrs ausschlaggebend. Ob Sie Ihr Studio im Zentrum oder besser am Stadtrand ansiedeln, sollte unter anderem von diesen Faktoren abhängig gemacht werden, hängt aber auch davon ab, ob Sie sich in einer Großstadt oder einer Kleinstadt niederlassen wollen. So muss in einer Kleinstadt eine Stadtrandlage nicht unbedingt ein Standortnachteil sein, da hier eher freie Flächen für Parkplätze vorhanden sind, die Mieten niedriger liegen und Staugebiete umfahren werden können.

Rechtliches. Bevor Sie eröffnen können, muss Ihre Anlage vom zuständigen Bauaufsichtsamt abgenommen werden. Sollten Sie größere Umbauten planen, müssen Sie dort einen Bauantrag stellen, der unter anderem eine Zeichnung, eine genaue Betriebsbeschreibung, Mitteilung über die Fluchtwege usw. enthalten muss. Solche Vorhaben müssen Sie schon bei Abschluss des Mietvertrages mit dem Hausbesitzer oder -verwalter vereinbaren und die Genehmigung möglichst schriftlich in den Mietvertrag aufnehmen.

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 Mitglieder und Angebote

Trainingshäufigkeit der Mitglieder

Training mehrmals in der Woche	rund 61 %
wöchentliches Training	rund 23 %
tägliches Training	rund 7 %
zwei- bis dreimal im Monat	rund 6 %
monatliches Training	rund 1 %
seltener als einmal pro Monat	rund 1 %

Handelsblatt Research Institute, 2017

Das größte Risiko für Studiobetreiber liegt in der hohen Fluktuation der Kunden. Die Kunden trainieren inzwischen gesundheitsbewusster und erwarten von Lehrern und Trainern fundiertes Fachwissen (z. B. über die Auswahl der Geräte für den persönlichen Trainingsablauf oder die muskulären Effekte einzelner Übungen) sowie eine individuelle und persönliche Betreuung.

Sportaktivitäten von Freizeitsportlern

Fitness	rund 11,6 %
Wandern	rund 10,0 %
Laufen	rund 7,4 %
Tanzen	rund 6,0 %
Mountainbike	rund 5,1 %
Fußball	rund 4,5 %

AWA 2020, Mehrfachnennungen möglich

Mit neuen Kunden sollte ein persönliches Gespräch geführt werden. Bestandteil können eine persönliche Bedarfsanalyse und Zielfestlegung, ein persönlicher Trainingsplan, ein Fitnesstest, eine Studioführung und eine Einweisung in die vorhandene Ausstattung sein.

Zielgruppenanalyse. Das Wissen über den Kunden ist Voraussetzung, um zielgerichtet und effektiv zu planen. Dazu gehören Alters- und Geschlechtsstruktur, Besuchshäufigkeit, Kaufkraft und Motivation für den Studiobesuch. Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang ebenfalls demographischen Untersuchungen eines definierten Einzugsgebietes zu. Nach den Ergebnissen solcher Analysen richten sich Angebotsstruktur, Öffnungszeiten, Qualifikationsmaßnahmen des Personals, externe und interne Werbeaktionen. Daten wie Einwohnerstrukturanalyse nach Kaufkraft, Alter und Geschlecht erhalten Sie bei der Stadt- oder Gemeindeverwaltung bzw. der IHK.

Zielgruppe Kinder. Kinder haben zu wenig Bewegung, werden zu dick. Dagegen setzen Kinder-Fitnesscenter und geben den Kindern den nötigen Raum für Bewegung, zum Springen und Toben (Einrichtung: Halle mit dicken Matten, Kletterlandschaft mit z.B. einer mehrere Meter langen Steilwandrutsche, einem langen, schlangenförmigen Tunnel usw.). Selbstverständlich müssen diese Studios einen hohen Sicherheitsstandard gewährleisten. Zusätzlich: Gymnastikcenter, wo zu festgelegten Übungsstunden unter fachlicher Anleitung Kinderspiel-, Turn-, oder Gymnastikkurse stattfinden. Mittlerweile stehen auch spezielle Geräte für Kinder zur Verfügung – allerdings geben Sportwissenschaftler zu Bedenken, dass diese repetitiven Bewegungsabläufe kleineren Kindern schnell langweilig werden können.

Der **Seniorenmarkt** ist ein Marktsegment der Zukunft. Das Durchschnittsalter Rund 25 % der aktuellen Mitglieder sind 50 Jahre und älter (DSSV 2022).

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

Branchenexperten empfehlen, auch das Kundenpotenzial unter der bislang tendenziell vernachlässigten älteren Bevölkerung voll auszuschöpfen und ein sinnvolles Angebot für diese Zielgruppe bereitzustellen.

Übergewichtige Kunden. Weitere Überlegungen gibt es zu potenziellen Kunden, die echte Gewichtsprobleme haben und sich bisher nicht ins Fitness-Studio trauen. Ihnen sollen eigene Studios zur Verfügung stehen, in denen es keine Hemmschwelle mehr gibt; diese Nische ist noch relativ neu und daher ausbaufähig. Das auf Übergewichtige abgestimmte Training lässt sich mit Ernährungsberatung und sogar Kochkursen kombinieren.

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, Körperschaftssteuer 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

Kostenrichtwerte. Der DSSV bietet auf seiner Website Informationen für Existenzgründer. Hier finden Sie aktuelle Kostenrichtwerte:

www.dssv.de/kostenrichtwerte/

Ausführliche Hinweise zur Gründung eines Fitnessstudios finden Interessenten auf der Website des Verbandes unter dem Menüpunkt „Existenzgründung“.

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

je nach Konzept und Finanzierungsart ab 200.000 EUR

Praktiker rechnen mit der Faustformel: 500 EUR Investitionskosten pro Quadratmeter. Allein für die Grundausstattung an Geräten kommen leicht 400.000 EUR zusammen.

Ein Zahlenbeispiel für die Ausstattung von 400 qm Trainingsfläche wäre:

Gerätetraining (200 qm)	Investitionen ca. 90.000 EUR
Gruppentraining (160 qm)	Investitionen ca. 25.000 EUR
Cardio-Fitness (40 qm)	Investitionen ca. 40.000 EUR

Die hohe Kapitalintensität der Fitnessbranche ist auch eine Folge des steigenden Innovationsdrucks. Um konkurrenzfähig zu bleiben, müssen die Studios ihr Kursangebot ständig sinnvoll erweitern und in Ausstattung und Ambiente investieren.

Anlaufkosten. In der Praxis geht man von einer Anlaufzeit von mindestens einem Jahr aus, bis sich das Studio voll trägt. Bedenken Sie, dass Sie außer für Personalkosten auch hohe Mieten und Energiekosten haben. Hinzu kommen laufende Kreditzinsen und Tilgung für die erforderliche Fremdfinanzierung. Und auch für Ihren persönlichen Bedarf müssen Sie eine erhebliche Rücklage parat haben. Berücksichtigen Sie auch Ausgaben, die weniger handfest sind. Dazu gehören Ausgaben für Briefpapier, die Eröffnungswerbung (Annoncen, die Entwicklung einer eigenen Internetpräsenz, Eintrag ins Branchenbuch usw.).

Alternative: Leasing von Geräten. Vor allem wegen günstiger Service-Konditionen lohnt es sich, Sportgeräte direkt beim Hersteller zu kaufen. Zudem hat sich das Leasing von Geräten etabliert.

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 Creditsicherheiten 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 (Beratungcenter Rheinland)

Telefon: 0211/917 41-0

Friedrichstraße 1, 48145 Münster (Beratungcenter 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-ihr-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 Beteiligungsgarantiesellschaften 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**. 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.

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

- ▶ wiederholte Aktionen,
- ▶ digitale Präsenz in den Sozialen Medien,
- ▶ regelmäßige Werbung in den Tageszeitungen, Stadtteil- bzw. Stadtzeitungen oder Anzeigenblättern,
- ▶ aussagekräftige Handzettelwerbung oder Hauswurfsendungen in der näheren Umgebung.

Mundpropaganda durch zufriedene Kunden ist der wichtigste Werbeträger für eine Schule. Bis ein solches „Schneeballsystem“ an Empfehlungen zu ausreichender Mitgliederzahl führt, braucht es noch andere Werbemaßnahmen. Dazu gehört regelmäßige Anzeigenwerbung (vor allem in Stadtzeitungen, aber auch Fachlektüre Ihrer Zielgruppen), um den Namen Ihres Studios bekannt zu machen. Achten Sie bei der grafischen Gestaltung Ihrer Anzeige darauf, dass das Besondere bzw. Neue Ihrer Kurse (Preisgünstigkeit, Zielgruppe, Lehrmethode) knapp und einprägsam herausgestellt wird.

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.

Der Werbeaufwand, der Kunden in Ihr neues Studio bringen soll, sollte nicht unterschätzt werden. Der angemessene Anteil an Werbekosten liegt nach Ansicht des DSSV – Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen bei 4 bis 5 % des Gesamtumsatzes und sollte 8 % nicht überschreiten.

Mit zunehmendem Umsatz verlagert sich die Zielsetzung der Werbemaßnahmen auf die dauerhafte Erhaltung des Mitgliederbestands mittels Mitgliederaktionen, die in der Regel mit geringeren Kosten umzusetzen sind. Dann sinkt der prozentuale Anteil der notwendigen Werbeaufwendungen, wenn auch nicht unbedingt der absolute Betrag.

Bei hohem Werbeetat kann es sich lohnen, eine Werbeagentur einzuschalten. Viele Studios bieten Kunden, die neue werben, kleinere Vergünstigungen an. Kostenlose Probestunden und Schnupperangebote sind unumgänglich, um neue Kundschaft anzuziehen.

Kooperationen. Zur Zielgruppe von Marketingaktivitäten gehören mittlerweile neben den Sporttreibenden auch Krankenkassen und Unternehmen. Im Rahmen der Bonusprogramme der Krankenkassen entstehen Kooperationen

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

auch mit anderen ausgewählten Studios, die als "gesundheitsorientiert" eingestuft werden. Dies kann von Kasse zu Kasse variieren – auch kleinere eigenständige Studios haben lokal eine Chance zu solchen Programmen. Zentral dabei: Qualifizierte Trainer, die das Trainingsprogramm der Mitglieder überwachen und korrigierend eingreifen können. Darüber hinaus können auch andere Träger von Gesundheitsmaßnahmen oder aber Apotheken und Ärzte angesprochen werden, mit denen gemeinsame Ernährungsberatung, Gesundheits-Checks und Trainingsprogramme angeboten werden.

Seitdem Fitness einen hohen Stellenwert hat, achten auch Unternehmen auf die Gesundheitsvorsorge ihrer Angestellten. Dabei kooperieren gerade kleinere Firmen ohne eigenes Gesundheitsmanagement gern mit Studios, indem sie (rabattierte) Gruppentarife aushandeln oder Trainer für Outdoor-Aktivitäten und Kurse anheuern.

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

8 Digitalität

Digitalisierungsindex. Der Digitalisierungsindex im Bereich **Dienstleistungen für Privatpersonen** hatte 2020 einen Wert von 56 Punkten (von 100 möglichen). In die Berechnung 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. Fast 90 % aller Kunden recherchieren vor ihren Kaufentscheidungen online. Findet man Ihr Unternehmen im Netz nicht, verpassen Sie die Chance, wahrgenommen und bei der Entscheidung Ihrer potenziellen Kunden berücksichtigt zu werden.

Es ist empfehlenswert, bei der Erstellung der Website professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Die wichtigsten Punkte bei der Konzeption einer Website sind Nutzerfreundlichkeit, Übersichtlichkeit, Aktualität und Ausbaufähigkeit. Um Aktualität und Kontinuität bei der Pflege ihrer Website zu signalisieren, können Sie beispielsweise über aktuelle Angebote informieren oder im Stil eines Magazins die neuesten Trends zeigen.

Aus erkennbar veralteten Internetauftritten ziehen potenzielle Kunden wohl kaum vorteilhafte Schlussfolgerungen. Ihr Auftritt sollte daher immer „frisch“ wirken. Bei der Konzeption Ihrer Website sollten Sie daher auch bedenken, welches „Verfallsdatum“ Sie Ihren Informationen mit auf den Weg geben und wie häufig Sie künftig Ihre Website prüfen und ggf. aktualisieren wollen. Das ist eine Aufgabe, die Sie übrigens gut delegieren können an jemanden aus Ihrem Familien- oder Freundeskreis, der dann nach Ihren Vorgaben und Ihrem Input regelmäßig Ihre Homepage unter die Lupe nimmt.

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.

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.

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

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

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

Die Existenzgründung mit einem Fitness-Studio wird hinsichtlich der Gründerqualifikationen durch keine speziellen Vorschriften eingeschränkt.

Verträge. Eine Vertragsdauer von mehr als zwei Jahren ist rechtlich nicht zulässig. Wenn das Vertragsverhältnis nicht spätestens einen Monat vor Ende der Erstlaufzeit in Textform gekündigt wird, verlängert sich die Mitgliedschaft auf unbestimmte Zeit. Das verlängerte Vertragsverhältnis kann dann jederzeit mit einer Frist von einem Monat in Textform gekündigt werden. Das Recht zur außerordentlichen Kündigung bleibt hiervon unberührt. Jede Kündigung hat in Textform zu erfolgen.

Verzehr mitgebrachter Getränke. Einige Studios verbieten in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen den Verzehr mitgebrachter Getränke der Kunden, um am eigenen Getränkeangebot von Fitnessdrinks usw. zu verdienen. Nach einem (noch nicht höchstrichterlichen) Urteil ist eine solche Klausel hinfällig (OLG Brandenburg, AZ.: 7U 36/03).

Gaststättengesetz. Handel und Dienstleister dürfen alkoholfreie Getränke ausschenken und Speisen anbieten, ohne eine Konzession (Erlaubnis) im Sinne des Gaststättengesetzes zu haben und entsprechende Vorbereitungskurse zu besuchen. Vorschriften hinsichtlich Zahl der Sitzplätze und ggf. Einbau von Toilettenanlagen bestehen nicht mehr. Dies bedeutet eine Erleichterung für Betriebe, die diesen zusätzlichen Service anbieten wollen. Beachtet werden müssen aber weiterhin die Bestimmungen zur Lebensmittelhygiene (Räumlichkeiten, Lagerung von Lebensmitteln, Kühlung, Schulung der Mitarbeiter usw.).

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:

Businessplan. Der DSSV bietet auf seiner Website Informationen zur Erstellung eines Businessplans: www.dssv.de/businessplan/

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

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

können auch eine fachkundige Person Ihres Vertrauens, wie z. B. Ihren Steuerberater, mitnehmen.

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.

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. In der Regel versendet zwar das Gewerbeamt nach der Gewerbeanmeldung automatisch eine Meldung an die Berufsgenossenschaft, doch es ist sinnvoll, sich auch selbst dort zu melden, um die strenge Frist nicht zu verpassen.

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

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).

Unternehmenskauf

Einen bestehenden Betrieb zu übernehmen bietet Vor- und Nachteile. Sie beginnen Ihre Selbstständigkeit mit einem eingeführten Unternehmen, bei dem

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

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.

TIPP: Eine wirklich nützliche Orientierungshilfe bei allen Fragen, die die Sozialversicherung Ihrer Angestellten betreffen, finden Sie im „Informationsportal Arbeitgeber Sozialversicherung“ der gesetzlichen Krankenkassen: www.informationsportal.de/.

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 weiterweist 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@ihk.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

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/



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

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

Blütenweg 12, 22589 Hamburg

Telefon: 040/89 80-70 18

E-Mail: info@vbv.deWebsite: www.vbv.de**BUS Betreuungs- und Unternehmensberatungs GmbH**

Luitpoldstraße 8, 97421 Schweinfurt

Telefon: 09721/7 93 35 22

E-Mail: info@bus-netzwerk.deWebsite: 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.

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 Auslagenersatz 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



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

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

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



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

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

DSSV e. V. – Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen

Beutnerring 9, 21077 Hamburg
 Telefon: 040/766 24 00
 E-Mail: dssv@dssv.de
 Website: www.dssv.de

Deutscher Bodybuilding und Fitness-Verband e. V.

Rosenheimerstr. 145h, 81603 München
 Telefon: 089/407 744
 E-Mail: info@dbfv.de
 Website: www.dbfv.de

Deutsche Fitnesslehrer-Vereinigung e. V.

Stettiner Str. 2-4, 34225 Baunatal
 Telefon: 05601/80 55
 E-Mail: info@dflv.de
 Website: www.dflv.de

Weiterbildung

BSA-Akademie

Hermann Neuburger Sportschule, 66123 Saarbrücken
 Telefon: 06 8 /68 55-0
 E-Mail: info@bsa-akademie.de
 Website: www.bsa-akademie.de
www.dhfpq.de/

DSSV

Website: www.dssv.de/ausbildung/fachlehrqaenge/

Deutsche Fitnesslehrer-Vereinigung e. V.

Website: www.dflv.de/Fortbildungen_187.html

Fachlieferanten

Einkaufsregister des Fachverband DSSV in Zusammenarbeit mit „fitness MANAGEMENT International“
 Website: www.fitnessmanagement.de/ekr

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.



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

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

Aufstiegskongress – Fachkongress für aktive Gesundheitsgestalter:

www.aufstiegskongress.de/

Fachzeitschriften/Fachliteratur (Auswahl)

fitness MANAGEMENT International

Offizielles Organ DSSV e. V. und BFB e. V.

Website: www.fitnessmanagement.de

FIT FOR FUN – Lifestyle-Magazin

FIT FOR FUN Verlag GmbH

Website: www.fitforfun.de

Corint Media Gebühren/Gema

Corint Media

Lennéstraße 5, 10785 Berlin

Telefon: 030/20 62 00-0

E-Mail: info@vqmedia.de

Website: www.vqmedia.de

Die Corint Media nimmt als Verwertungsgesellschaft die Urheber- und Leistungsschutzrechtewahr, die sich aus dem Urhebergesetz für die **privaten Hörfunk- und Fernsehunternehmen** ergeben. Sie erhebt dabei Gebühren für die Weiterleitung/öffentliche Wiedergabe dieser Radio- und Fernsehprogramme an/über Empfangsgeräte.

GEMA

Bayreuther Str. 37, 10787 Berlin

Telefon: 030/212 45 00

E-Mail: kontakt@gema.de

Website: www.gema.de

Die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) ist eine weltweit agierende Verwertungsgesellschaft für **Werke der Musik**. Sie verwaltet in Deutschland die Nutzungsrechte aus dem Urheberrecht von über 80.000 Mitgliedern (Komponisten, Textdichtern und Musikverlegern) sowie von fast zwei Millionen Rechteinhabern aus aller Welt.

Bei TV-Kabel-Übertragung innerhalb von Fitness-/Sportstudios können u. U. – abhängig von Art und Umfang der Übertragungseinrichtungen – neben der Verwertungsgesellschaft GEMA und der VG Media **weitere Verwertungsgesellschaften** (GVL, ZWF/VG Bild-Kunst, und VG Wort) Rechte geltend machen und eine urheberrechtliche Gebühr für die Kabelweitersendung erheben.

Berufsgenossenschaft

Versicherung gegen Unfall und Berufskrankheiten, für angestellte Mitarbeiter obligatorisch:

Verwaltungs-Berufsgenossenschaft (VBG)

Massaquoipassage 1, 22305 Hamburg

Telefon: 040/51 46-0



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

E-Mail: kundendialog@vbq.de

Website: www.vbq.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