

Hochschule Neubrandenburg
University of Applied Science

**Neue Geschäftsideen in der Sozialen Arbeit –
Selbständigkeit: Von den theoretischen Grundlagen zu
den praktischen Aspekten**

Bachelorarbeit

Dennis Orlowski

Studiengang Soziale Arbeit

Sommer Semester 2011

Urn:nbn:gbv:519-thesis2011-0244-0

1. Prüfer: Prof. Dr. Friedhelm Knorr
2. Prüfer: Prof. Dr. Stefanie Schulze

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	1
2.	Selbständigkeit in der Sozialen Arbeit	2
3.	Die Gründung	3
3.1	Gründung einer eigenen Existenz	3
3.2	Die Gründerpersonen	3
3.3	Gründung mit Hintergrund	5
3.4	Verschiedene Arten der Existenzgründung	6
3.5	Kleingründung	10
4.	Geschäftsidee und Businessplan	13
4.1	Der erste Schritt: Die Geschäftsidee	13
4.2	Der Markt	17
4.3	Marketing	17
4.4	Standortauswahl	29
4.5	Finanzierung	30
4.6	Rechtsformen	35
4.7	Rechtliche Fragen zur Selbständigkeit	41
4.8	Haftung	45
4.9	Absicherung für alle Fälle	48
5.	Selbständigkeit in der Sozialen Arbeit	54
5.1	Sozialarbeiter auf dem freien Markt	54
5.2	Finanzielle Situation	55
5.3	Chancen und Risiken auf dem Sozialen Markt	56
5.4	Chancen und Risiken für den Sozialarbeiter	58
5.5	Chancen und Risiken für die Gesellschaft	60
6.	Neue Geschäftsideen in der Sozialen Arbeit mit Planung	62
6.1	Zusammenfassung	66
6.2	Die Geschäftsidee	67
6.3	Dienstleistungen	69
6.4	Marktübersicht	70
6.5	Marketing	71

6.6 Unternehmensorganisation	72
6.7 Finanzierung	73
7. Fazit	75
8. Quellenverzeichnis	76
9. Eidesstattliche Erklärung	78

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Die Geschäftsidee	15
Abb. 2	Marketing Konzept	19
Abb. 3	Phase der Marketingplanung	21
Abb. 4	Rahmenbedingungen absatzpolitischer Entscheidungen	24
Abb. 5	Marketingpolitische Instrumente	27
Abb. 6	Rechtformen privater Betriebe	36
Abb. 7	Vor- und Nachteile von Kapital & Personengesellschaften	36
Abb. 8	Entscheidungsmatrix	40

1. Einleitung

Heute hat man die Möglichkeit sich in den unterschiedlichsten Berufen selbstständig zu machen, auch in der Sozialen Arbeit. Es ist ein riesiger Bereich, in dem man allerdings erst einmal die richtige Lücke finden muss. Das Hauptaugenmerk fällt dabei auf die Arbeit mit Menschen. Das ist so facettenreich wie in kaum einem anderen Berufsfeld. Das Klientel geht von jung bis alt mit den unterschiedlichsten Problemlagen, wie zum Beispiel Hilfe zur Erziehung, Schulden- oder Drogenberatung, Betriebsozialarbeit, Bildungsarbeit, Schulsozialarbeit, Familienhilfe, Betreuungsarbeit für Menschen jedes Alters um nur ein paar Aufzuzählen. Das bietet einerseits viele Chancen macht es aber auch kompliziert.

Ein Bäcker hat nicht viele Möglichkeiten wenn er sich selbstständig machen will. Er wird immer Brot und Brötchen backen. Bei einer Existenzgründung in der Sozialen Arbeit verkauft man in der Regel „Dienstleistungen“ an andere „hilfebedürftige“ Menschen. Um sich dabei zu etablieren und davon Leben zu können bedarf es guter Planung und vielen Überlegungen. Dabei ist zu bedenken, dass die Klienten fast nie in der Lage sind, die Leistung der Sozialarbeiter selber zu zahlen, sondern sie sind auf staatliche oder kirchliche Hilfe angewiesen. Das heißt für Sozialarbeiter, dass sie ihre Leistungen diesen „Institutionen“ verkaufen und bei ihnen abrechnen müssen.

Außerdem muss bedacht werde, dass sich die Soziale Arbeit in einem Wandel befindet. Im Laufe der Geschichte haben sich die Aufgaben und Einsatzgebiete immer wieder verändert. Auch in der heutigen Zeit ist dieses Phänomen zu beobachten. Durch eine Reihe von Aufgabenkürzungen und Sparmaßnahmen im sozialen Bereich ist der Verdienst und die Arbeit an sich für viele Sozialarbeiter nicht mehr befriedigend. Eine Folge davon ist, dass die Sozialarbeiter unzufrieden mit ihrer Situation sind und nach neuen Herausforderungen suchen. Sie begeben sich auf die Suche nach neuen Geschäftsideen. Um diese zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen, müssen sie vieles beachten und den Mut aufbringen, diesen Schritt zu gehen. Es ist eine Option die jedem offen steht. Auf den folgenden Seiten werden die wichtigsten Schritte für eine Existenzgründung beschreiben. Dabei geht es von allgemeinen

Gesichtspunkten zu speziellen Aspekten der Sozialen Arbeit. Vieles sind Grundüberlegungen, die jeden betreffen der sich selbstständig machen will. All dieses sollte bedacht werden, wenn sich jemand mit dem Gedanken befasst als Gründer einer neuen Existenz einen neuen Lebensabschnitt zu beginnen.

2. Selbständigkeit in der Sozialen Arbeit

Wie nie zuvor im Nachkriegsdeutschland steht die Soziale Politik und die Soziale Arbeit vor erheblichen Umbrüchen und Einschränkungen: Traditionelle Felder sind von Leistungseinschränkungen, Abbau sozialer Dienstleistungen und Flexibilisierung von Arbeitsverhältnissen betroffen. Im Zuge der wachsenden Nachfrage nach personenbezogenen Dienstleistungen, der Individualisierung und der Formulierung von ökologischen und sozialen Leitlinien in Unternehmen entstehen auf der anderen Seite neue Arbeits-Perspektiven für die Soziale Arbeit. Diese Entwicklung und die sich durchsetzende .Marktorientierung auch in der Sozialen Arbeit wird zu einer Zunahme der Bedeutung der Selbständigkeit für Professionelle führen. Bereits heute wird der Anteil der Selbständigen in der Sozialen Arbeit auf 6 % geschätzt. Bei ca. 240.000 Beschäftigten wären dies immerhin 10 bis 15.000 Menschen. Angesichts des schwierigen Arbeitsumfeldes und der demographischen Entwicklung wachsen die staatlichen Ausgaben für soziale und gesundheitliche Leistungen (Arbeitslosengeld/-hilfe, Sozialhilfe, Rentenleistungen, Krankenkassenleistungen). Auf der anderen Seite muss der Staat sparen, um die jährliche Neuverschuldung zu reduzieren. Die Folge: Der einzelne Mensch erhält weniger staatliche Hilfen, die Gesellschaft spaltet sich weiter auf, Armut nimmt zu. Die Soziale Arbeit selbst kann immer weniger materielle Hilfen vermitteln und verändert dadurch ihre Aufgaben.

Einerseits bieten sich Chancen für eine differenziertere und auf aktuelle Entwicklung bezogene pädagogische Arbeit, es entstehen neue Arbeitsfelder im personenbezogenen Dienstleistungsbereich vor allem, wenn sie privat finanziert werden, selbst Unternehmen der freien Wirtschaft nutzen die Kompetenzen der Sozialen Arbeit weit über das klassische Feld der Betriebssozialarbeit hinaus. (vgl. Nodes 2000, S. 3).

3. Die Gründung

Bei einer Existenzgründung gibt es eine Vielzahl von Punkten zu berücksichtigen. Diese sind nicht immer spezifisch für die Soziale Arbeit sondern sie sind allgemein gültig. Sie müssen aber trotzdem genannt und bedacht werden, wenn man mit dem Gedanken spielt, sich selbstständig zu machen und eine eigene Geschäftsidee zu entwickeln.

3.1 Gründungen einer eigenen Existenz

Die Zahl der Existenzgründungen in Deutschland ist weiterhin hoch. Das ist gut so, denn gerade die kleinen und mittleren Unternehmen haben besonderen Anteil an der gesamten Wirtschaftsleistung. Nicht zuletzt deswegen, weil durch jede Gründung durchschnittlich vier bis sieben Arbeitsplätze entstehen.

Mindestens genauso wichtig ist darüber hinaus, dass sich die vielen Gründerinnen und Gründer einen ganz persönlichen Traum erfüllen. Sie wollen

- ihrem unternehmerischen Tatendrang nachgehen
- ihre eigene Unternehmensidee verwirklichen
- eine günstige Gelegenheit beim Schopf ergreifen
- berufliche Frustrationen vermeiden oder beenden
- der Arbeitslosigkeit entfliehen
- mehr Unabhängigkeit erleben
- mehr Erfolgserlebnisse genießen
- ihren beruflichen Aufstieg selbst in die Hand nehmen
- sich ein höheres Einkommen erarbeiten.

(vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.5)

3.2 Die Gründerperson

Der Weg in die berufliche Selbständigkeit ist kein Sonntagsspaziergang, sondern gleicht eher einer anstrengende Bergwanderung, bei der es auf die richtige Ausstattung ankommt. Die persönlichen Voraussetzungen müssen stimmen und auch die Familie sollte einem den Rücken freihalten. Ganz wichtig

sind natürlich fachliches und unternehmerisches Know-how (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.9).

Auf dem Weg zum eigenen Unternehmen (und auch nach der Eröffnung) muss man mit jeder Menge Hindernissen rechnen. In einer Studie des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) machen die befragten Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Insolvenzverwalter und Sanierungsberater vor allem die folgenden Punkte für ein Scheitern von Unternehmen innerhalb der ersten fünf Jahre verantwortlich:

Finanzierungsfehler

Viele Gründerinnen und Gründer schätzen ihren kurzfristigen Kapitalbedarf falsch ein und gefährden damit ihre Zahlungsfähigkeit (Liquidität), um bspw. laufende Rechnungen zu bezahlen. Hinzu kommt, dass sie oft mit zu niedrigem Startkapital anfangen. Das Ergebnis ist, sie können nur unzureichend Rücklagen aufbauen, um temporäre Rückschläge (Auftragsausfälle, unbezahlte Rechnungen) zu bewältigen. Dies führt dann zu einer schnell zunehmenden Verschuldung, die wiederum in der Ablehnung weiterer Kredite mündet. Besser wäre es im Zweifelsfall das Vorhaben insgesamt zu verschieben, bis eine ausreichende Finanzierung auf der Basis von Eigenkapital und Bankdarlehen sichergestellt ist.

Strategische Fehler

Hier wirkt sich vor allem eine zu starke und einseitige Kundenbindung negativ aus. Es werden auch oft zu wenige neue Kunden akquiriert. Von Nachteil ist auch ein zu kurzer Planungshorizont. Geplant wird nur, das Produkt bzw. die Leistung auf den Markt zu bringen. Überlegungen zu nachfolgenden Schritten, wie bspw. die stetige Verbesserung des Angebots, bleiben außen vor. Viele Unternehmen konzentrieren sich außerdem zu sehr auf eine bestimmte Zielgruppe und überlegen nicht, ob ihre Leistung oder ihr Produktsegment ggf. mit kleinen Änderungen auch für andere Zielgruppen interessant sein könnte.

Unternehmensinterne Fehler

Junge Unternehmerinnen und Unternehmer sind nicht selten der Meinung, dass Businesspläne für „die Schublade geschrieben“ werden, um formale

Anforderungen des Kreditgebers zu erfüllen. Ergebnis: Der Businessplan wird nicht umgesetzt, Planzahlen werden ignoriert und die Entwicklung „läuft aus dem Ruder“. Unternehmen achten auch zu wenig darauf, ob sich betriebliche Abläufe optimieren lassen. Daher sind oft im Vergleich zur Konkurrenz zeitlicher und finanzieller Aufwand zur Herstellung eines Produkts oder einer Leistung zu hoch. Damit einher geht in der Regel auch, dass das Angebot nicht erneuert wird und sich zum „Ladenhüter“ entwickelt. Der Anschluss an neue qualitative Anforderungen wird verpasst.

Mangelhafte Managementkenntnisse und -fähigkeiten

Controlling und die Organisation betrieblicher Abläufe lassen sich erlernen. Sie gehören zum Handwerkszeug jeder Unternehmerin und jedes Unternehmers; ganz unabhängig davon, wie groß der Betrieb ist. Dasselbe gilt für Kenntnisse über den Markt. Wer nicht weiß, wer zu seinen potenziellen Kunden gehört und was seine Kunden erwarten, hat schon (fast) verloren. Dass ein regelmäßiger Blick auf das Angebot der Konkurrenz dazugehört, versteht sich eigentlich von selbst. Aber viele scheuen den Blick „über den Gartenzaun“. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.12).

Wichtig für jede Existenzgründung ist, dass sich die Gründungspersonen professionelle Hilfe holen. Es gibt Unternehmensberater oder Coaches die professionelle Beratung anbieten. Hier ist es ratsam auch die Hilfe in Anspruch zu nehmen, um vermeidbaren Fehlentwicklungen entgegen zu wirken.

3.3 Gründungen mit Hintergrund

Ein sehr interessanter Punkt ist auch der Hintergrund aus dem gegründet wird. Es ist zum Beispiel ein Unterschied, ob man sich nach dem Studium, aus der Arbeitslosigkeit, mit erhöhtem Alter oder als Mann oder Frau selbständig macht. Hierbei gibt es eine Vielzahl von Punkten zu beachten. Es sind zum Beispiel ganz unterschiedliche Förderungen möglich. Außerdem ist die Rechtsform des zu gründenden Unternehmens von großer Bedeutung. Es gibt hier sehr viele Unterschiede, die nicht jedem bewusst sind.

Auf dem Weg zur Selbständigkeit stehen Ihnen verschiedene Wege offen. Jeder davon beinhaltet unterschiedliche Chancen und Risiken. Die Art der

Unternehmensgründung muss in jedem Fall zu der Persönlichkeit und den unternehmerischen Fähigkeiten passen. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.23).

3.4 Verschiedene Arten der Existenzgründung

Neugründung

Bei der Betriebsneugründung startet man von Null an. Der Markt muss erst noch erobert und die Position im Markt gefestigt werden. Die Gründerpersonen müssen Beziehungen zu Kunden und Lieferanten aufbauen, einen Stamm von Mitarbeitern suchen, sich einen Ruf erwerben Und sie müssen eine Anlaufphase durchstehen. Eine Betriebsneugründung birgt aber nicht nur Risiken. Sie bringt auch die Chance, den Betrieb nach den eigenen Vorstellungen völlig neu aufzubauen.

Teamgründung

Viele Vorteile sprechen dafür, den Betrieb nicht alleine, sondern gemeinsam mit einem oder mehreren Partnern zu gründen;

- fehlendes Know-how wird ergänzt
- Verantwortung und Risiko werden geteilt
- Eigenkapitalbasis wird erweitert
- mehr Sicherheiten zur Aufnahme von Krediten stehen zur Verfügung
- Arbeitszeit kann besser eingeteilt, bzw. auch reduziert werden

Voraussetzung für eine erfolgreiche Teamgründung ist, dass die Chemie zwischen den Gründern stimmt. Es gehören eine Reihe von Überlegungen und Absprachen dazu. Wie geht man mit Konflikten um? Bleiben alle Personen auch in kritischen Situationen sachlich und konfliktfähig? Alles kann natürlich vorher nicht geklärt werden, aber Gesellschafterverträge sollten nicht nur klare Verantwortungs- und Aufgabenbereiche festlegen, sondern auch Vereinbarungen dazu, was im Konfliktfall passiert. Das Unternehmenskonzept muss gemeinsam erstellt werden, um sicher zu gehen, dass sowohl über das Unternehmensziel als auch über den Weg zur Erreichung des Ziels Einigkeit besteht. (vgl. Hebestreit/Geisen 2010 S.24).

Kauf durch eigenes oder fremdes Management (MBO/MBI)

Bei einem Management-Buy-Out (MBO) wird das Unternehmen durch das eigene Management, in der Regel durch leitende Angestellte oder die Geschäftsführung, übernommen. Unter Management-Buy-In (MBI) wird dagegen die Übernahme eines Unternehmens durch (fremde) Manager von außen verstanden. Die Kombination von MBO und MBI ist eine gemeinsame Übernahme von internen und externen Managern.

Beteiligung an einem Betrieb

Für die Beteiligung an einem Betrieb gelten die gleichen Empfehlungen wie für die Unternehmensnachfolge. Vom Preis für die Beteiligung, von den Zukunftsaussichten des Betriebes und von den konkreten Regelungen des Gesellschaftsvertrages hängt es ab, ob der Einstieg in das Unternehmen sinnvoll ist oder nicht.

Ausgründung / Outsourcing und Spin-off-Gründung

Bei einer Ausgründung bzw. beim Outsourcing werden bestimmte Unternehmensabteilungen in die Selbständigkeit „entlassen“. Aus der Marketing-Abteilung kann z.B. eine selbständige Werbeagentur werden, aus der Personalabteilung eine Personalberatung. Die betreffende Abteilung kann von einem externen Gründer oder auch einem externen Unternehmen übernommen werden. Der externe Einzelgründer sollte sich daher wie auf eine Unternehmensnachfolge vorbereiten.

Die Spin-off-Gründung ist eine Variante des Outsourcing. Charakteristisch ist hier allerdings die enge Partnerschaft zwischen dem Mutterunternehmen (Inkubator) und dem neu gegründeten Unternehmen. Darüber hinaus spielen sich Spin-offs in der Regel im Bereich Forschung und Entwicklung ab. Der Inkubator stellt in der Regel fachliches Know-how, unternehmerische Erfahrung, Kontakte zu Kunden und Lieferanten, Netzwerke, evtl. Betriebsräume zur Verfügung. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.25).

Unternehmensnachfolge / Betriebsübernahme

Bei der Übernahme, also der Fortführung eines Unternehmens, muss der Existenzgründer auf den bestehenden Vorgaben aufbauen. Es gibt für ihn kein

kontinuierliches Lernen, sondern er muss sich in allen Bereichen eines bereits gewachsenen Betriebes auskennen.

Die Übernahme eines Unternehmens hat aber auch viele Vorteile:

- das Unternehmen ist auf dem Markt bereits etabliert
- Beziehungen zu Kunden und Lieferanten sind bereits aufgebaut
- die Dienstleistungen und Produkte des Unternehmens sind eingeführt
- Räume und Betriebsinventar sind vorhanden
- die Mitarbeiter sind eingearbeitet

Im Businessplan sollte berücksichtigt werden

- Ist-Zustand des Unternehmens: Wie ist die bisherige Entwicklung, Produktpalette, Stellung am Markt usw.?
- Preisermittlung: Wie hoch ist der Kaufpreis? Wie hoch waren die Erträge der letzten Jahre?
- Soll-Zustand: Was wollen Sie im Unternehmen ändern? Welche Marktpotenziale wurden noch nicht ausgeschöpft?
- Finanz- und Ertragsplanung: Welche Finanzierung kommt infrage?
- Personalplanung: Welche Qualifikationen werden zukünftig benötigt?

Bei vielen Unternehmensübertragungen verfügen die Käufer oft nur über geringe Eigenmittel, so dass die Übertragung mit einem hohen Anteil an Fremdkapital finanziert wird. Erkundigungen nach Förderprogrammen sind sehr sinnvoll. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.29).

Konzept gegen Gebühr: Franchising

Viele Probleme und Risiken bleiben erspart, wenn für die die Gründung eines Betriebes ein fertiges Konzept gekauft wird. Dieses System heißt Franchising und wird heute in vielen Branchen praktiziert.

Es gibt drei Möglichkeiten, sich mit Franchising selbständig zu machen

- Ein Franchise-Nehmer übernimmt die Geschäftsidee eines Franchise-Gebers, und wird regelmäßig geschult und betreut. Die unternehmerischen Gestaltungsmöglichkeiten bewegen sich in einem festen Rahmen.
- Ein Franchise-Geber entwickelt ein eigenes Franchise-System. Grundlage ist eine in der Praxis erprobte Geschäftsidee. Hat sich die

Idee bewährt, hilft das Franchise-System, durch motivierte Mit-Unternehmer (Franchise-Nehmer) schnell zu expandieren.

- Ein Master-Franchise-Geber erhält die Lizenz eines ausländischen Franchise-Unternehmens, das sich auf dem deutschen Markt etablieren möchte. Damit tritt der Gründer in einer bestimmten Region als Franchise-Geber auf, um auf eigene Rechnung weitere Franchise-Nehmer zu akquirieren.

Beim Franchise-Verfahren liefert ein Unternehmen – der Franchise-Geber – Name, Marke, Know-how und Marketing. Gegen Gebühr räumt er dem Franchise-Nehmer das Recht ein, seine Waren und Dienstleistungen zu verkaufen. Er bietet dafür die Gewähr, dass kein anderer Franchise-Nehmer in seinem Gebiet einen Betrieb eröffnet. Der Franchise-Geber bringt wichtige Voraussetzungen wie Markttests oder Kalkulationshilfen und bietet laufend geschäftlichen Beistand sowie Beratung, Werbung und Ausbildung. Der Entscheidungsspielraum wird zwar durch den Franchise-Vertrag eingeschränkt, dafür bietet der Franchise-Geber eine Art Sicherheitsnetz. Das komplette Unternehmens-Konzept wird Franchise-Nehmern in einem Handbuch zur Verfügung gestellt.

Vorteil:

Der Franchise-Nehmer kann das Know-how und die Erfahrung des Systemgebers übernehmen. Das bedeutet: Das Risiko, dass er mit einem wenig Erfolg versprechenden Unternehmenskonzept antritt und hohe Investitionen „in den Sand setzt“, ist gering. Dazu kommt, dass er vom Franchise-Geber für die unternehmerische Praxis zusätzliche Unterstützung erhält: Betriebswirtschaftliche und fachliche Schulungen, Kostenbeteiligungen z.B. für das Marketing usw.

Nachteil:

Ein Franchise-System legt die unternehmerische „Marschroute“ sehr genau fest. Das heißt: der Weg in die berufliche Selbständigkeit ist relativ festgelegt und kaum beeinflussbar.

(vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.31).

3.5 Klein Gründung

Gerade in der sozialen Arbeit ist die Klein Gründung sehr bedeutsam. Als Klein Gründung bezeichnet man in der Europäischen Union eine Existenz Gründung, deren Finanzierungsbedarf unter 25.000 Euro liegt. Oft reichen die Einnahmen nicht aus, um den Lebensunterhalt zu bestreiten. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.26).

Die in der Sozialen Arbeit Beschäftigten sind in ihrer Rolle als Arbeitnehmer/In in ähnlicher Weise betroffen, wie ihr Klientel. Wachsender Problem- und Arbeitsdruck, unsichere Beschäftigungssituation durch zeitbefristete Verträge, niedrige Entlohnung. Stichworte hierfür sind nicht nur der Ausstieg aus Tarifverträgen, sondern auch Umstände wie

- 25% der Beschäftigten steigen vorzeitig aus dem Berufsleben aus, um Kinder zu betreuen
- 50% sind teilzeitbeschäftigt
- Der Anteil der befristeten Arbeitsverträge beträgt selbst 10 Jahre nach dem Studium noch 11%
- Der Zugang zu Leitungspositionen ist, insbesondere für Frauen, im Vergleich zu anderen Berufen begrenzter

(vgl. Brennpunkt Hochschule 1998 S. 14ff.).

Es gibt verschiedene Arten von Teilzeit- und Kleinstunternehmen.

- Kleinstunternehmen, die neben einer regulären Festanstellung „nach Feierabend“ geführt werden (Nebenerwerbsgründungen).
- Kleinstunternehmen, die beispielsweise von Erziehenden gegründet werden und ausreichend Zeit für die Betreuung der Kleinkinder zulassen.
- Kleinstunternehmen, die von Studenten während des Studiums gegründet werden.

Wenn eine Nebenerwerbs- oder Klein Gründung geplant wird, sollte

- gezielt nach einer Geschäftsidee gesucht werden, die möglichst geringe laufende Kosten (z.B. Miete) und Investitionen (z.B. Büroausstattung) erfordert

- geprüft werden, ob mit dieser Geschäftsidee das Unternehmen tatsächlich stundenweise betrieben werden kann
- überlegt werden, ob die Geschäftsidee auch Entwicklungsmöglichkeiten zur Vergrößerung bietet.

Besonderheiten für Kleingründer

Finanzamt und Steuern

Nebenerwerbsunternehmer müssen die Einkünfte aus der Angestelltentätigkeit und der Selbständigkeit zusammen versteuern. Kleinunternehmer können sich auf Antrag von der Umsatzsteuer befreien lassen Kleinunternehmerregelung § 19, wenn die folgenden Voraussetzungen erfüllt werden

- im vorangegangenen Kalenderjahr darf der Umsatz zuzüglich der darauf entfallenden Steuern nicht höher als 17.500 Euro gewesen sein und
- im laufenden Kalenderjahr darf der Umsatz zuzüglich der darauf entfallenden Steuern voraussichtlich nicht höher als 50.000 Euro sein.

Im Gründungsjahr muss der Gesamtumsatz glaubhaft geschätzt werden. Das Finanzamt akzeptiert auf Dauer nicht, wenn eine selbständige Tätigkeit – auch im Nebenerwerb – nur Verluste einführt und auch nach mehreren Jahren keine Gewinne erzielt. Anstelle einer Selbständigkeit unterstellt man hier eine so genannte „Liebhaberei“, für die es keine Steuererleichterungen gibt.

Sozialversicherung

Im Zweifelsfall entscheidet die gesetzliche Krankenversicherung darüber, ob die selbständige Tätigkeit als neben- oder hauptberuflich einzustufen ist.

Gegebenenfalls ändern sich dadurch die zu leistenden Beiträge.

Rechtsform

Am einfachsten ist der Start in die Selbständigkeit als Einzelunternehmer ohne weiteres Personal. Tun sich mehrere Gründer zusammen, bilden sie damit automatisch eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR oder auch BGB-Gesellschaft). Soll die Haftung beschränkt werden, steht die Unternehmergesellschaft (UG) zur Verfügung. Das Mindestkapital beträgt einen Euro. Aber: Mit der Gründung einer UG haftungsbeschränkt gelten die Rechte und Pflichten eines GmbH-Gesellschafters.

Buchführung

Freiberufler und Kleinunternehmer dürfen eine so genannte einfache Buchführung betreiben, wenn sie nicht als Kaufleute gelten, nicht im Handelsregister eingetragen sind und die folgenden Grenzen für Umsätze, Gewinne und andere Wirtschaftswerte nicht überschreiten

- Die Umsatzerlöse dürfen in zwei aufeinander folgenden Geschäftsjahren nicht mehr als 500.000 Euro betragen
- Der Jahresüberschuss (Gewinn) darf nicht mehr als 50.000 Euro betragen

Einnahmen-Überschuss-Rechnung

Dasselbe gilt für die Art der Gewinnermittlung, zu der jeder Unternehmer nach Ablauf des Geschäftsjahrs verpflichtet ist. Kleinunternehmen, die die oben genannten Grenzen nicht überschreiten, brauchen ihren Gewinn nur durch eine einfache Einnahme-Überschuss-Rechnung zu ermitteln.

Kammerbeiträge

Kleinunternehmen sind unter folgenden Voraussetzungen vollständig beitragsfrei

- sie sind weder im Handelsregister noch im Genossenschaftsregister eingetragen
- der Jahresgewinn liegt nicht über 5.200 Euro
- Gewerbetreibende (natürliche Personen, die nach § 1 Abs. 2 Nr. 1 Handwerksordnung im Zeitraum von bis zu drei Monaten erlernbare Tätigkeiten ausüben, gehören entweder der Industrie- und Handelskammer oder der Handwerkskammer an. Sie sind unabhängig davon, welcher Kammer sie angehören, vom Beitrag vollständig freigestellt, wenn ihr Gewerbeertrag nicht über 5.200 Euro im Jahr liegt. Auch Nebenerwerbs- und Kleinstgründungen müssen beim Gewerbeamt angemeldet werden. Handelt es sich um eine freiberufliche Tätigkeit, muss beim Finanzamt eine Steuernummer beantragt werden. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.27ff).

4. Geschäftsidee und Businessplan

Am Anfang steht eine Erfolg versprechende Geschäftsidee. Aber die Idee allein reicht nicht aus. Jede Gründung benötigt außerdem einen ausgefeilten Plan, wie diese Idee erfolgreich in die Tat umgesetzt werden kann. Dieser Businessplan muss alle Faktoren berücksichtigen, die für Erfolg oder Misserfolg entscheidend sein können. Er ist die Regieanweisung für den Existenzgründer. Je nach Vorhaben und Branche werden an einen Businessplan unterschiedliche Ansprüche gestellt. Für ein kapitalintensives Unternehmen müssen bestimmte Inhalte wesentlich umfangreicher dargestellt werden als für ein Dienstleistungs-Unternehmen im Bereich der sozialen Arbeit.

Warum ein Businessplan?

Eine Gründung ohne Planung wird fast mit Sicherheit scheitern. Je durchdachter und detaillierter die Gründungsplanung ist, desto größer ist die Chance, dass das Vorhaben zum gewünschten Erfolg führt. Ein ausführlicher Businessplan „zwingt“ die Gründer dazu, alle wichtigen Punkte Ihrer Gründung, alle Chancen und Risiken, zu überdenken. Ein aussagefähiger Businessplan ist außerdem die Voraussetzung dafür, mögliche Geldgeber davon zu überzeugen, dass das geplante Unternehmen genug Umsatz erwirtschaften wird, um das geliehene Geld wieder zurück zu zahlen.

Form des Businessplans

Ein guter Businessplan ist

- aussagekräftig: Er enthält alle Informationen, die ein Kreditgeber erwartet, wenn er das Vorhaben finanzieren soll
- klar gegliedert gut verständlich. Er sollte in einer auch für Laien verständlichen Sprache geschrieben sein.
- kurz, leicht lesbar und optisch ansprechend.

4.1 Der erste Schritt: Die Geschäftsidee

Eine Geschäftsidee sollte nach vorhersagbarem Erfolg überprüft werden. Hierzu hat sich folgende Formel bewährt

Idee (= Problemlösung) + richtiger Zeitpunkt + richtige Durchführung = Erfolg

Abb. 1 Die Geschäftsidee (Hofmeister 1996, S. 16)

Am Anfang steht die „geniale“ Idee, die Lösung für ein Problem. Das kann ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung sein. Es kann aber auch eine Innovation innerhalb bestehender Geschäfte sein, z.B. ein neues Herstellungsverfahren, eine neue Vertriebsform oder eine sonstige Verbesserung in der Gestaltung, der Erzeugung oder im Verkauf einer Marktleistung. Die Idee muss darauf geprüft werden, ob es für das „neue“ Angebot auch Kunden gibt und wie groß der „Markt“ sein wird. Die Idee an sich hat noch keinen Wert; erst wenn sie erfolgreich vermarktet werden kann, erhält sie einen ökonomischen Wert. (vgl. Heucher/Ilar/Kubr 2001, S. 15)

Ideen werden dann erfolgreich, wenn sie dazu beitragen gegenwärtige oder zukünftige Probleme zu lösen (Hofmeister 1996, S. 16). Der Zeitfaktor und die Art und Weise der Umsetzung (Businessplan) sind zwei wichtige Faktoren für den Erfolg einer Geschäftsidee. Die Idee sollte eine Lösung für einen Bedarf, der entweder noch nicht gedeckt ist, oder aber erst geweckt werden sollte bieten, dafür müssen die Trends des zukünftigen Marktes untersucht werden. (vgl. Hofmeister 1996, S. 17)

Es sollten genauere Überlegungen über den zukünftigen Markt in Form einer Marktanalyse gemacht werden. Wer ist der Kunde und gibt es Konkurrenten? Wodurch würde sich das neue Produkt, bzw. die neue Dienstleistung von bestehenden unterscheiden? Jede Geschäftsidee sollte mehrere Überprüfungen durchlaufen. Erst stellt sich die Frage, ob die Geschäftsidee ausreichend ist, wenn ja erfolgt die Vorphase der Machbarkeitsüberprüfung, wenn nein muss die Geschäftsidee überarbeitet werden. Wenn das Ergebnis der Vorphase der Machbarkeitsstudie positiv ausfällt, wird mit der Erstellung eines Businessplanes weiter verfahren. Nach der Erstellung des Businessplanes muss die Frage nach der Finanzierbarkeit gestellt werden. Ist das geklärt und ist der Plan finanziell zu tragen, kann mit der Realisierung der Finanzierung fortgefahren werden. Ist die Frage der Finanzierung jedoch nicht geklärt, müssen weitere Überlegungen angestrebt werden. So könnten beispielsweise Partner gesucht werden, um den Plan finanziell abzusichern,

anderenfalls müsste nochmals die Geschäftsidee überarbeitet werden. Ist die Finanzierung realisiert, muss die Planerfüllung kontrolliert werden (vgl. Hofmeister 1996, S. 13).

Der Sinn der Vorphase bzw. der Machbarkeitsuntersuchung ist es, ohne größere Kosten, die Durchführbarkeit der Geschäftsidee zu überprüfen. Der erste Untersuchungsbereich betrifft den Unternehmer selbst. Es wird überprüft, er ein „Unternehmer-Typ“ ist. Es sollten sich alle zukünftigen Unternehmer selbstkritisch folgende Fragen stellen: „Sind wir eigenständig denkende Menschen, wollen und können wir unabhängig entscheiden, sind wir fähig andere zu begeistern, sind wir psychisch und physisch belastbar, sind wir leistungsorientiert, sind wir stark genug, bei Niederlagen nicht gleich zu verzweifeln und- ganz wichtig- haben wir einen Rückhalt beispielsweise durch die Familie. Reagieren wir richtig auf Fehler d.h. entwickeln wir daraufhin neue und bessere Lösungsstrategien, sind wir kontaktfreudig und kundenorientiert“. (vgl. Hofmeister 1996 S. 27 - 28)

In der Vorphase sollten auch mögliche Rechtsformen und mögliche Standorte geprüft werden, darauf wird später noch eingegangen. Auch die Gewerbeanmeldung ist zu untersuchen, dabei ist es wichtig zu wissen, welche Art der gewerblichen Tätigkeit ausgeübt wird und wie viel Zeit die Anmeldung in Anspruch nimmt. Es gibt grundsätzlich folgende drei Arten:

- gewerbliche Tätigkeit mit Gewerbefreiheit (in Deutschland für Industrie, Handel, Dienstleistungen und handwerksähnliche Gewerbe)
- erlaubnispflichtige Gewerbe (Handwerk, Verkehrsgewerbe, Gaststättengewerbe bestimmte Tätigkeiten im Handel, Industrie und Dienstleistung, Reisegewerbe)
- konzessionierte Gewerbe (Gewerbe, deren Ausübung aus öffentlichen Rücksichten von der Verleihung einer behördlichen Bewilligung abhängig gemacht wird)

Auskünfte über die Gewerbeberechtigung sind bei den Gewerbebehörden bzw. bei Wirtschaftskammern zu erhalten (vgl. Hofmeister 1996 S. 47).

Nur 5% aller Existenzgründungen sind in Deutschland wirklich neu. Von diesen 5% wiederum stammen 50% aus den USA. Da aber mit der Neuheit der Idee kein Erfolg gesichert ist, sollte darüber nachgedacht werden, welche bestehenden Ideen erweitert oder verbessert werden können. Kopien sind erlaubt, nur schlechte Kopien kann sich ein Existenzgründer nicht erlauben, sie müssen besser sein als die Kopie. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 51)

Erfolgreichen Unternehmensgründungen und -konzepten lassen sich im Wesentlichen folgende kunden- und marktorientierte Erfolgsfaktoren der Geschäftsidee zuordnen

- Erfolgreiche Geschäftsideen setzen sich mit den Bedürfnissen, Wünschen und Sehnsüchten ihrer Kunden auseinander und sprechen diese gezielt an
- Erfolgreiche Geschäftsideen gehen vom Problem der Kunden und nicht vom Können der Unternehmer aus
- Erfolgreiche Geschäftsideen haben sich intensiv mit dem Nutzen für die Kunden auseinandergesetzt und bieten absolute Differenzierungsmerkmale vom Wettbewerb, die das Angebot unaustauschbar machen
- Erfolgreiche Geschäftsideen stellen häufig auch Kopien von bestehenden Angeboten dar, sind dabei aber besser als die Angebote der Konkurrenz
- Erfolgreiche Geschäftsideen setzen auf aktuelle Trends und sind ihrer Zeit voraus

(vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 51)

Nachfolgend sind einige „Problemfelder der Zukunft“ aufgeführt, die kommende Bereiche für neue Unternehmensgründungen sein könnten

- Was tun im Alter? Der „Pflege- und Unterhaltungsmarkt“ für Senioren
- Was tun mit zuviel Freizeit? Der Markt für den großen Freizeitpark
- Was tun mit soviel Information? Der Markt für die richtige Informationsversorgung

(vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 51)

Diese Probleme wurden von dem Autor zwar schon vor längerer Zeit erkannt aber sie sind großteilig heute noch genauso aktuell. Gerade die Thematik ältere Mensch und Freizeit sowie soziale Integration und eine zunehmende

multikulturelle Gesellschaft sind Punkte die in der sozialen Arbeit eine große Rolle spielen und noch ausgebaut werden können.

4.2 Der Markt

Der Markt beschreibt den Ort, an dem Nachfrage und Angebot zusammentreffen. Der Markt besteht aus allen potentiellen Kunden mit einem bestimmten Bedürfnis oder Wunsch, die willens und fähig sind, durch einen Austauschprozess das Bedürfnis oder den Wunsch zu befriedigen.

(vgl. Kotler/Bliemel 1999, S. 14)

Mit dem Wandel vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt waren die Unternehmen gezwungen, sich auf die Probleme, Wünsche und Bedürfnisse der potentiellen Abnehmer mit ihren Leistungen (Produkte oder Dienstleistungen) einzustellen.

Käufer- und Verkäufermarkt

Käufermarkt oder auch Anbietermarkt bezeichnet einen Markt, in dem das Angebot an Gütern die Nachfrage übersteigt. Der Kunde kann bei solch einer Marktstruktur zwischen mehreren Anbietern auswählen

Der Verkäufermarkt oder auch Nachfragemarkt ist dadurch gekennzeichnet, dass die Nachfrage größer ist als das Angebot. Hier gibt es natürlich keine Probleme mit dem Absatz.

In der sozialen Arbeit geht es immer mehr in Richtung Verkäufermarkt. Das Leistungsangebot wird meist vom Träger bestimmt, der Klient als Kunde „muss“ dann sozusagen das Angebotene in Anspruch nehmen, seine Wünsche und Bedürfnisse werden oft nicht genügend berücksichtigt und nicht flexibel genug bedient. Der Wandel zur Nachfrageorientierung im sozialen Bereich wird auch in der Altenpflege deutlich, Altenpflege wandelt sich vom Anbietermarkt zum Nachfragemarkt.

4.3 Marketing

Marketing beinhaltet das Wort Markt und befasst sich somit mit den Aktivitäten der Menschen in Märkten. Marketing bedeutet auf diesen Märkten so tätig zu sein, dass Bedürfnisse der Menschen zufrieden gestellt oder angeregt werden.

Da der Kunde, also der Mensch, beim Marketing im Vordergrund steht, sollte dem Marketing in der sozialen Arbeit eine hohe Gewichtung zukommen. Gerade in sozialen Einrichtungen oder Unternehmen wird eine bessere Orientierung am Kunden (Klienten), sowie Flexibilität und verbesserte Qualität erwartet. Das Marketing ist bei unseren Marktstrukturen gar nicht mehr wegzudenken. Mit der Ablösung des produktorientierten Denkens durch eine marktorientierte Unternehmensführung gewinnt die Beschäftigung mit Marketing, seinem Wesen, seinen Zielen und Aufgaben zunehmend an Bedeutung (vgl. Gönner 1999 S. 17).

Marketing in der sozialen Arbeit

Zunächst scheint die Übertragung von Marketingtechniken auf die soziale Arbeit abwegig zu sein, weil es hier eben keine klassischen Marktbedingungen gibt. Vor allem sind die „Kunden“, also die Empfänger der Leistungen, nicht diejenigen, die die Leistung bezahlen, sondern in der Regel sind hierfür andere, mehr oder weniger öffentliche Institutionen zuständig. Deshalb kann der Leistungsempfänger häufig nicht einfach zu einem anderen Anbieter wechseln, wenn ihm eine Leistung nicht zusagt. Gerade hieraus resultiert eine Fülle an Problemen, weil nicht die „Kunden“ die Leistungskontrolle ausüben, sondern staatliche oder halbstaatliche Aufsichtsorgane mit Hilfe von Richtlinien, Vorschriften und gesetzlichen Vorgaben. Der Anbieter hat keinen unmittelbaren Anreiz, sein „Produkt“ zu verbessern, denn die Verbesserung führt kaum dazu, mehr Leistungen abzusetzen. Eine Erweiterung des Dienstleistungsangebots erfolgt nicht über das Votum der Klienten, sondern wird in Gremien entschieden, zu denen die Empfänger der Leistungen kaum Zugang haben. (vgl. Berthold 1995, S. 3)

Bei den im sozialen Bereich tätigen „Firmen“ handelt es sich heute meist um Organisationen, die allein schon nach ihrer Mitarbeiterzahl mit einem mittelständischen Unternehmen vergleichbar sind. Es ist schwierig, die tägliche Arbeit Unbeteiligten zu vermitteln. In der Öffentlichkeit existieren vielfach vereinfachte Vorstellungen darüber, wie soziale gemeinnützige Arbeit aussieht und aussehen sollte. Es ist schwieriger geworden, Finanzmittel zu akquirieren. Die komplizierten Spielregeln bei der Finanzierung und Refinanzierung der sozialen Arbeit führen dazu, dass sich die einzelnen Organisationen in einer Art kommunikativer Konkurrenz befinden. (vgl. Berthold 1995, S.2 - 5)

Grundlagen des Marketings

Stark vereinfacht lässt sich die Grundkonzeption des Marketing, seine funktionelle Durchführung sowie die organisatorische Integration wie folgt darstellen

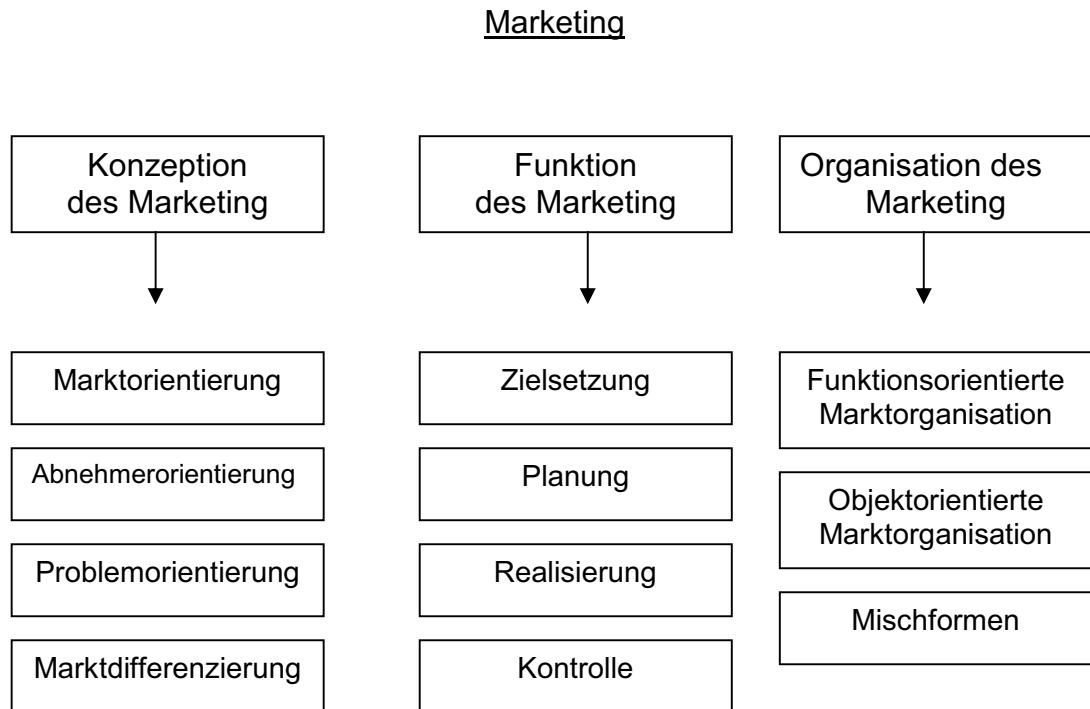


Abb. 2 Marketing Konzept (Quelle: Gönner 1999, S. 19)

Ein Marketingprozess besteht aus der Analyse von Marketingchancen, der Ermittlung und Auswahl von Zielmärkten, der Erarbeitung von Marketingstrategien, der Planung des taktischen Vorgehens mit Marketingprogrammen sowie der Organisation, Durchführung und Steuerung der Marketingaktivitäten. ((vgl. Kotler/Bliemel 1999, S. 131)

Marktforschung

Marktforschung konzentriert sich im Allgemeinen darauf, das Verhalten und die Einstellungen der Kunden zu erklären, sowie die Branchenstruktur und die Stellung von Konkurrenten zu erforschen. Wenige der benötigten Informationen sind leicht erhältlich, so dass oft sehr großer Aufwand notwendig ist. Daher ist es oft notwendig spezielle Marktforschungen von spezialisierten Unternehmen durchführen zu lassen. (Hiam 1997 S. 109)

Informationen sind extrem wichtig für die gesamten Marketingaktivitäten. Die Versorgung der Entscheidungsträger mit aktuellen, genauen und umfassenden Informationen ist für unternehmerische Entscheidungen unumgänglich. Der Vorgang der Gewinnung und gezielten Verarbeitung solcher Informationen bildet das Kernstück der Marktforschung. Für das Marketing sind neben Marktkenntnissen auch firmeninterne Kenntnisse aus dem Rechnungswesen oder der Absatzstatistik von Bedeutung.

Ein wichtiger Gesichtspunkt der Marktforschung ist schließlich die Forderung nach Seriosität, d.h., dass gängige wissenschaftliche und ethische Standards im Rahmen der täglichen Arbeit beachtet werden müssen. Die aus einer empirischen Arbeit gewonnenen Befunde dürfen nicht als repräsentativ für die Gesamtheit der Bundesbürger ausgegeben werden, wenn z.B. nicht eine ausreichende Anzahl an Personen und das nur an einem bestimmten Ort befragt wurden. Darüber hinaus gilt es Werturteile als solche offen zu legen und rational zu diskutieren, statt sie als objektives Ergebnis wissenschaftlicher Folgerung auszuweisen. (vgl. Nieschlag 1994, S. 681)

Je nach Aufgabenstellung kann in der Marktforschung zwischen explorativen, deskriptiven und kausalen Ansätzen unterschieden werden. Während explorative Untersuchungen vornehmlich einer ersten Aufhellung und Strukturierung des interessierenden Problemfeldes dienen, besteht die primäre Aufgabe deskriptiver Studien in einer möglichst genauen Erfassung und Beschreibung problemrelevanter Tatbestände. Wichtigstes Ziel von Kausalanalysen ist es schließlich, zu einer verlässlichen Erklärung der beobachteten Phänomene zu gelangen und entsprechende Ursachen-Wirkungs- und Zusammenhänge zu ermitteln, die z.B. als Entscheidungshilfen beim Einsatz der absatzpolitischen Instrumentalvariablen oder auch als Grundlage für Marketingprognosen Verwendung finden können. (vgl. Nieschlag 1994, S. 675)

Die Aufbereitung bereits vorhandener, mehr oder minder stark verdichteter Informationen wird Sekundärforschung, die Gewinnung von neuen Informationen Primärforschung genannt. Die Primärforschung kann anhand von

Befragung, Beobachtung, Panelerhebung oder Experimenten erfolgen.
(vgl. Nieschlag 1994, S. 681)

Marketingplanung

Die Notwendigkeit einer systematischen Planung angesichts der wachsenden Dynamik und Komplexität des Umwelt- und Unternehmensgeschehens nimmt stark zu. Verstärkte Umweltturbulenzen erfordern den Abbau starrer Planungsautomatismen zugunsten flexibler Konzepte, die es ermöglichen, auf die sich rasch ändernden Bedingungen angemessen zu reagieren. Vor allem der Marketingplanung kommt in diesem Zusammenhang besondere Bedeutung zu. Sie stellt einen wesentlichen Bestandteil der Unternehmensplanung dar und wird zu deren Kernstück, wenn sich der Absatzbereich zum Engpassektor der Unternehmensaktivitäten entwickelt. Dann bildet die Marketingplanung die Grundlage für die anderen betrieblichen Teilpläne, wie Beschaffungs-, Produktions- und Finanzplan. Marketingplanung bedeutet das systematische und rationale Durchdringen des künftigen Markt- und Unternehmensgeschehens mit dem Zweck, daraus Richtlinien für das Verhalten im Marketingbereich abzuleiten. Dieser Prozess lässt sich durch gewisse logisch und chronologisch differenzierbare Phasen und deren Zusammenwirken kennzeichnen

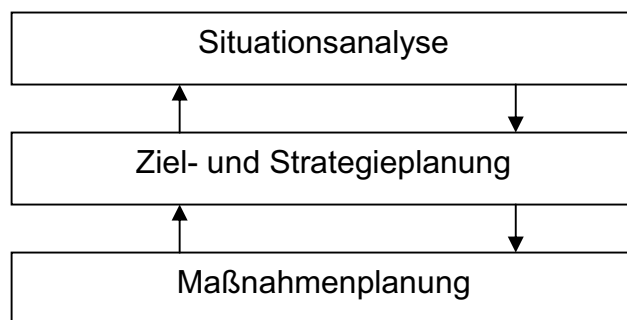


Abb. 3 Phasen der Marketingplanung (Nieschlag 1994, S. 871)

Abb.2 beschreibt folgende Vorgehensweise

- Analyse der gegenwärtigen und zukünftigen Situation des Unternehmens, seines Marktes und seines Umfeldes (Situationsanalyse).
- Festlegung der Ziele und Strategien, um deren Erreichen zu sichern (Ziel- und Strategienplan).

- Den Abschluss bildet die Auswahl der Aktionen, die die bestmögliche Umsetzung der Strategien im Hinblick auf die Zielerreichung erhoffen lässt (Maßnahmenplanung).

Nicht immer wird in dieser idealtypischen Weise geplant, aber unabhängig davon vermag die Marketingplanung grundsätzlich folgendes zu bewirken

- sie fördert ziel- und zukunftsorientierten Denken und Handeln
- sie koordiniert die Entscheidungen und Maßnahmen im Marketingbereich
- sie dient der Information der Organisationsmitglieder hinsichtlich der Ziele, der geplanten Aktivitäten und des erforderlichen Ressourceneinsatzes und erfüllt somit wesentliche Voraussetzung für eine konstruktive Kritik
- sie trägt zur Identifikation von Chancen sowie zur Erkennung von Risiken bei
- sie motiviert die Organisationsmitglieder, wenn von der Verwirklichung der Unternehmens- bzw. Marketingziele auch die Realisierung individuelle Ziele der Mitarbeit positiv beeinflusst wird
- sie schafft die Voraussetzung für die Leistungsbeurteilung und Kontrolle von Organisationseinheiten

(vgl Nieschlag 1994, S. 872).

Eine langfristige Planung erstreckt sich im Allgemeinen auf einen Zeitraum von drei und mehr Jahren. Sie ist der Rahmen für kurzfristige Planungen mit einem Zeithorizont von ca. einem Jahr, die deutlich konkreter und präziser sein sollten.

Bei der Unterscheidung von strategischer Planung und Maßnahmenplanung steht das hierarchische Über- bzw. Unterordnungsverhältnis der beiden Planungsstufen im Vordergrund. Dabei konzentriert sich die strategische Planung auf die Entwicklung von grundsätzlichen Konzepten zur Sicherung der Erfolgsquellen eines Unternehmens. Ausgehend von einer präzisen Festlegung der Tätigkeitsfelder, die sowohl das Leistungsangebot als auch eine grobe Marktbestimmung umfasst, bestimmt diese in einem ersten Schritt die Marketingziele Image, Umsatz, Marktanteil usw. In Abstimmung mit diesen ist der zweite wichtige Aufgabenbereich der strategischen Marketingplanung die Festlegung der strategischen Stossrichtungen, wie z.B. die Erringung und Sicherung der Qualitätsführerschaft oder die Gewährleistung von Markt- und

Kundennähe. Die Maßnahmenplanung ist deutlich detaillierter und präziser als die strategische Planung. Dabei werden insbesondere operationale Vorgaben und Aktionspläne erarbeitet. Des Weiteren umfasst sie die Zuweisung von Ressourcen an die einzelnen Organisationseinheiten (Budgetierung). (Vgl. Nieschlag 1994, S. 870 - 873).

Den Ausgangspunkt der Marketingplanung bildet die Analyse der derzeitigen und der zukünftigen Situation des Unternehmens, die Situationsanalyse. Von den Ergebnissen der Situationsanalyse hängt es ab, welche unternehmerische Zielsetzung verfolgt sowie mit welchen Strategien und Maßnahmen sie realisiert werden kann. Welche der internen und externen Faktoren von Management zu berücksichtigen sind, richtet sich nach dem jeweiligen Unternehmen und spezifischen Entscheidungssituation, siehe auch Abb.4. Für die Marketingplanung erweist sich neben der Identifikation und Erfassung der jeweils relevanten Rahmenbedingungen vor allem die richtige Einschätzung deren zukünftiger Entwicklung von Bedeutung. (vgl. Nieschlag 1994, S. 876).

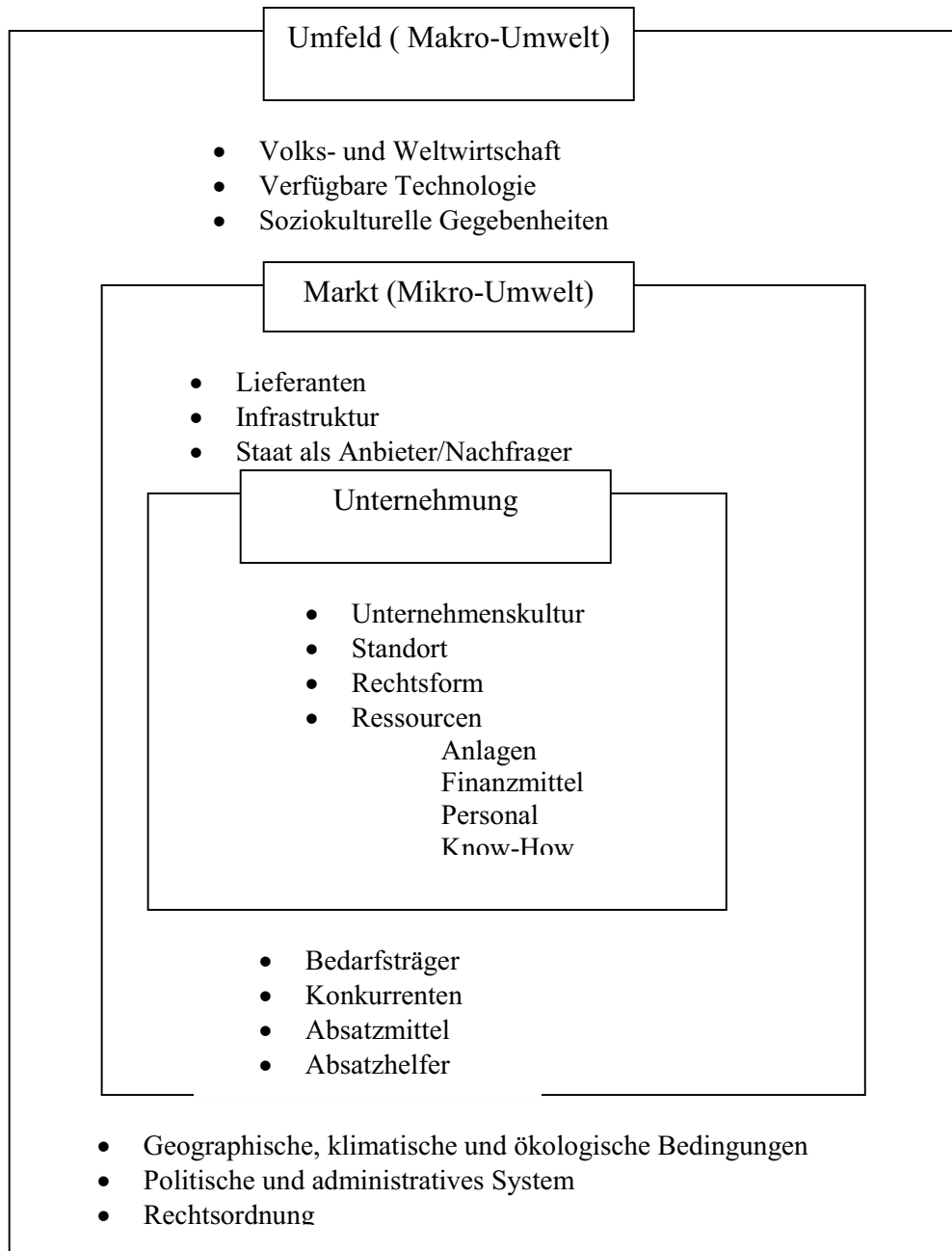


Abb. 4 Rahmenbedingungen absatzpolitischer Entscheidungen
(Nieschlag 1994, S. 877)

Ziel- und Strategieplanung

Die Ziel- und Strategieplanung baut auf den Daten auf, die im Rahmen der Situationsanalyse gewonnen wurden. Da die Vorgehensweisen und planerischen Umsetzung von Zielen und Strategien im Wesentlichen von der Unternehmenskultur („Persönlichkeit“ eines Unternehmens) und der Unternehmensphilosophie (Wertbasis unternehmerischen Denkens und Handelns) beeinflusst werden, sind diese von Unternehmen zu Unternehmen sehr unterschiedlich (vgl. Nieschlag u.a. 1994, S. 879 - 880).

Weiterhin ist die Ziel- und Strategieplanung längerfristig angelegt und beinhaltet die Festlegung von qualitativen und quantitativen Marketingzielen (vgl. Geisbüsch 1991, S. 177).

Meffert teilt die Unternehmensziele in folgende Basiskategorien ein.

- Marktstellungsziele
- Rentabilitätsziele
- Markt-und Prestigeziele
- finanzielle Ziele
- soziale Ziele

(vgl. Meffert 1991, S. 78)

Nieschlag weist auf eine empirische Untersuchung von Unternehmenszielen hin, hierbei werden drei Basisgrößen genannt und folgendermaßen interpretiert

- Marktziele, unterteilt in Einfluss, Umsatz und Marktanteil
- Ertragsziele, unterteilt in Gewinn und Rentabilität
- Leistungsziele, unterteilt in Angebotsqualität, soziale Verantwortung, Sicherung des Unternehmensbestandes

(vgl. Nieschlag 1994, S. 882).

Die zielführenden Strategien sind mittel- bis langfristig wirkende Grundsatzentscheidungen. Die Handlungsspielräume für die Gestaltung von Strategien werden von unternehmensinternen und externen Rahmenbedingungen eingegrenzt. Dabei gibt es verschiedene Dimensionen der Strategieentwicklung

- Räumliche Abgrenzung (lokal, regional, national, international)

- Vertrautheit mit dem Markt (alter, verwandter, neuer Markt)
- Art der Marktbearbeitung (differenziert, undifferenziert)
- Primärer Leistungsinhalt (Qualität, Verfügbarkeit, Kundennähe, Preis)
- Primäres Ziel (Umsatz, Rentabilität)
- Einstellung zu den Wettbewerbern (aggressiv, defensiv)
- Einstellung zur Kooperation (befürwortend, ablehnend)
- Einstellung zur Innovation (Vorreiter, Nachzügler)

(Nieschlag 1994, S. 884).

Maßnahmenplanung

Die Maßnahmenplanung dient der Konkretisierung, der im oberen Teil genannten Ziele und Strategien, die auch als globale Handlungsrichtlinien gelten. Will man bestimmte Marketingaktionen, z.B. Verkaufsförderung, Einführung eines neuen Produktes, Messebeteiligung systematisch durchführen, so ist es unumgänglich, diese Aktionen im Detail zu planen (Gönner 1993, S. 459).

In dieser Phase geht es um die Auswahl und die Ausgestaltung der absatzpolitischen Instrumente, die Bereitstellung und Aufteilung der notwendigen finanziellen Mittel sowie um die Festlegung des Aktivitätsniveaus bei den einzelnen Instrumenten und deren Zusammenfügung zu einem optimalen Marketing-Mix.

Das Budget konkretisiert jegliche Art von Planung. Unter Budgetierung ist die Quantifizierung von in Geldeinheiten erstellten Vorgaben zu verstehen. Diese Kostengrößen bzw. Budgets gelten für einen bestimmten Planungs- bzw. Budgetierungszeitraum. Der Sinn der Budgetierung besteht vor allem in der verbindlichen Fixierung von operationalen Zielen für die einzelnen Organisationseinheiten und der damit eng verbundenen Zuordnung von Verantwortungsbereichen. Da die Richtwerte für die einzelnen Organisationseinheiten konsistent sein müssen, dient die Budgetierung, insbesondere in größeren Unternehmen, auch der Koordination der Teilpläne. (Nieschlag 1994, S. 885)

Unter Marketing-Mix versteht man die von einem Unternehmen zu einem bestimmten Zeitpunkt eingesetzte Kombination von marketingpolitischen

Instrumenten. Jeder Anbieter steht vor dem Problem, welche marketingpolitischen Instrumente in einer bestimmten Marktsituation, in welcher Kombination und wie lange eingesetzt werden sollen.

Der Marketing- Mix beinhaltet folgende vier Marketingpolitischen Instrumente



Abb. 5 Marketingpolitische Instrumente

(Quelle: Gönner 1999, S. 57 - 59)

Unter Produktpolitik versteht man alle mit dem Produkt zusammenhängenden Maßnahmen, um für das Produkt bei den Käufern eine bessere Beurteilung zu erreichen. Im Einzelnen zählen dazu die Produktgestaltung, Produktqualität, Markenpolitik, Produktlinienpolitik, Verpackung, Namenspolitik, Kundendienst- und Garantieleistungspolitik.

Zur Kontrahierungspolitik gehört alles, was durch Gestaltung des geldlichen Ausgleichs des Kaufs dazu beitragen kann, einen Kaufabschluss zustande zu bringen. Die entsprechenden Maßnahmen betreffen die Preis- und Rabattpolitik, die Liefer- und Zahlungsbedingungen sowie die Kreditpolitik.

Zur Distributionspolitik zählen alle Maßnahmen, die ergriffen werden, um das Produkt vom Ort der Herstellung zum Abnehmer zu bringen. Dazu gehören die Entscheidungen über die Absatzwege, die Einschaltung des Handels sowie die Logistik.

Aufgabe der Kommunikationspolitik ist es einen Kontakt zum potentiellen Abnehmer herzustellen, der letztlich zu einem Verkaufsabschluss führen kann. Die Instrumente der Kommunikationspolitik sind beispielsweise die Werbung, der persönliche Verkauf und die Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Gönner 1999, S. 57 - 58).

Marketingkontrolle

Jegliches menschliches Handeln bedarf der Kontrolle. Es geht dabei zum einen um Überwachung und Beaufsichtigung und zum anderem um Beherrschung, Regelung und Steuerung, wobei in beiden Fällen Vorgänge, Prozesse und Ergebnisse sowohl registriert als auch bewertet werden müssen. Dazu bedarf es der Verfügbarkeit entsprechender Messverfahren und der Existenz von Standards, Normen oder sonstigen Vorgaben. Im Kern verkörpert die Kontrolle eine Abfolge von Soll-Ist-Vergleichen, die alle in einem Unternehmen getroffenen (und unterlassenen) strategischen und operativen Maßnahmen umfasst. Marketingkontrolle beinhaltet folgende Funktionen (Nieschlag 1994, S. 942)

- Ein Soll-Ist Vergleich z.B. bei geplantem Umsatz, Gewinn, Marktanteil, Bekanntheitsgrad der Produkte und Image
- Überprüfung, wie der Ist-Zustand im Bezug auf Preis, verwendete Mittel, eingesetzte Wege, erreicht wurde.
- Überprüfung, ob im betrieblichen Alltag bestimmte Randbedingungen wie gesetzliche Regelungen, ethische Normen oder organisatorische Anweisungen beachtet wurden.
- Die Ergebnisse der Marketingkontrolle müssen mit in die zukünftige Planung einfließen.

Bei der Marketingkontrolle werden Messkriterien angewendet, wobei abnehmer- und anbieterorientierte Messebenen unterschieden werden.

Die abnehmerorientierte Messebene umfasst die Probleme und Wünsche derzeitiger und potentieller Kunden. Sie stehen im Mittelpunkt aller betrieblichen Überlegungen, da sie die Grundlage für den langfristigen Unternehmenserfolg darstellen. Deshalb ist hier eine eingehende Untersuchung von großer Bedeutung. In dieser Ebene werden die Kundenzufriedenheit oder das Beschwerdeverhalten der Konsumenten überprüft bzw. kontrolliert.

Die anbieterbezogene Messebene umfasst die Marktorientierung. Sie steht im Mittelpunkt des Marketings, daher besteht eine wesentliche Funktion der Marketingkontrolle darin, die Intensität der Marktorientierung zu messen und die vorhandenen Defizite aufzudecken. Dazu wird ein relativ breiter Ansatz benötigt

wie beispielsweise die Unternehmenskultur, Ziele, Strategien, Aufbau -und Ablauforganisation (vgl. Nieschlag 1994, S. 942ff).

4.4 Standortauswahl

Der Standort eines Unternehmens sollte wohl bedacht gewählt werden, weil neben den Faktoren Kunden und Konkurrenz, die Faktoren Infrastruktur / Verkehrsanbindung, Versorgung (mit Energie oder Material), Arbeitskräften, Kosten, behördliche Auflagen und Existenzgründer-Förderungen eine entscheidende Rolle spielen.

Muss ein eigenes Gebäude gebaut werden, sollte die zuständige Gemeinde eingeschaltet werden. Eine Vielzahl gewerbe- und baurechtlicher Verordnungen und Gesetze sind zu berücksichtigen, die von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich gehandhabt werden. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 114)

Zusätzliche Kriterien bei der Standortauswahl sind beispielsweise die Bedürfnisse und die Kaufgewohnheiten der Kunden, die Art des Geschäftes, Umweltschutzgesichtspunkte oder die Werbewirksamkeit des Standortes.

Grundüberlegungen

Die Eignung eines Standortes ist daran zu beurteilen, ob und welche Beiträge dieser zum Erfolg eines Unternehmens leisten kann. Folgende Fragen sind zu klären

- Auf welchen Wegen gelangen die Leistungen bzw. Produkte des Unternehmens zum Kunden?
- Welche Sachgüter und Dienstleistungen sollen bezogen werden, und wo sind diese erhältlich?
- Welche Aktivitäten sind zur Leistungserstellung nötig und sollen durch das Unternehmen erbracht werden?
- Gibt es Erweiterungsmöglichkeiten?

(Dieterle 1990, S. 225)

Der Standort sollte so gewählt werden, dass die Differenz zwischen standortbedingten Erträgen und standortbedingten Aufwendungen die größtmögliche ist. Gerade in der sozialen Arbeit sollte dieses gut durchdacht

sein, weil man z.B. nicht zwingend ein Büro benötigt. Aber, ganz wichtig, die Klienten müssen mit öffentlichen Verkehrsmitteln den Standort erreichen können.

Leider ist eine freie Wahl des Standortes nicht immer möglich. Einfluss kann ausgehen von

- Der Standort ist geographisch vorgegeben auch je nach Ausrichtung, beispielsweise International (In- oder Ausland), Interlokal (Region), Lokal (Stadt) oder Innerbetrieblich (Abteilung)
- Persönliche Gesichtspunkte (z.B. Tradition)
- Konzessionen erforderlich (z.B. Spielbanken)

4.5 Finanzierung

Eine gute Finanzierung ist die Grundlage für den erfolgreichen Aufbau eines Unternehmens. Im folgendem werden die wichtigsten Planungen hinsichtlich des Kapitalbedarfes, der Finanzplanung, dem Kapitalgespräch und den öffentlichen Fördermitteln genannt.

Die genaue Ermittlung des Kapitalbedarfs gehört zu den wesentlichen Aufgaben jedes Existenzgründers. Durch eine vernünftige Kapitalbedarfsplanung können Liquidität gesichert und das Risiko einer Zahlungsunfähigkeit vermeiden werden. Folgende Aspekte sollten berücksichtigt werden: Das Vermögen und die Vermögensabwicklung (Kapitalbedarf), die Finanzierung, das Leistungsbudget (Gewinn- und Verlustrechnung), die Finanzplanung und die Kalkulationsmethode sowie die Kalkulationsgrundlagen.

Kapitalbedarfsrechnung

Ziel der Kapitalbedarfsrechnung ist die Feststellung des gesamten Kapitalbedarfs des Betriebs. Um langfristige Sicherheit zu erlangen, Kapitalbedarfsrechnung mindestens auf drei Jahre ausgedehnt werden. Ratsam sind auch Alternativpläne, sie dienen der Sicherheit, weil der Kapitalbedarf meist zu niedrig eingeschätzt wird.

Bei der Berechnung des Kapitalbedarfs müssen folgende Positionen berücksichtigt werden: Personal-, Energie- und Fahrkosten, Werbe- und Vertriebskosten, voraussichtliche Außenstände, Miete, Pacht, Büro- und Verwaltungskosten, Zinskosten und Privatentnahmen für den eigenen Lebensunterhalt (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 221 - 223).

Zu berücksichtigen sind weiterhin Anlaufkosten und mögliche Anlaufverluste sowie Liquiditätsreserven für den Notfall. Den Banken sollte nicht mehr Sicherheit gegeben werden als unbedingt notwendig. Der errechnete Kapitalbedarf bildet die Basis für die Finanzierungsplanung (vgl. Hofmeister 1996, 152- 156).

Leider passieren oft noch viele, leicht vermeidbare Fehler

- die Planung des Kapitalbedarfs ist unzureichend, Anlaufkosten und Anlaufverluste sind nicht ausreichend berücksichtigt
- es wird zuwenig Eigenkapital eingeplant. Steht das Eigenkapital auch effektiv zur Verfügung?
- der Warenbestand und die Lagerzeit ist nicht ausreichend kalkuliert
- hohe Lieferantenverbindlichkeiten werden aufgebaut
- zu späte Verhandlungen mit der Hausbank. Die Kredite werden unkritisch aufgenommen und alternative Finanzierungen (Leasing, Auftragsvorfinanzierung, verlängerte Zahlungsziele durch Lieferanten, stille Teilhaberschaften) werden unzureichend geprüft
- öffentliche Finanzierungshilfen oder Zuschüsse bzw. zinsgünstige Sonderkredite von anderen Institutionen werden nicht beansprucht.

(vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 237 - 235)

Finanzpläne

Mit dem ersten Finanzplan nimmt der Weg in die Selbständigkeit konkrete Formen an. Er ist in der Gründungsphase oft als Weiche anzusehen, die die Richtung für die spätere Unternehmensgründung stellt. Hierbei steht die Gegenüberstellung der Finanzkraft des Existenzgründers mit den Kosten der beabsichtigten Investitionen im Mittelpunkt des Interesses. Das Startkapital ergibt sich aus den Eigenmitteln des Existenzgründers, dem Fremdkapital und den öffentlichen Fördermitteln. In der Summe macht das Startkapital die

Finanzkraft des Existenzgründers aus, es dient sowohl zur Finanzierung der Startinvestition als auch zur Überbrückung der (mehrmonatigen) Anlaufphase. Es ist wichtig, einen möglichst großen Eigenkapitalanteil vor Existenzgründung zu erwirtschaften. Im Idealfall sollte sogar auf eine Fremdfinanzierung zunächst verzichtet werden. In der Planungsphase ist die Faustformel „1/3 Eigenkapital und 2/3 Fremdkapital“ ausreichend, um eine erste Vorstellung von den Finanzierungspotentialen zu erhalten (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 217 - 221).

Danach kann ein zweiter Finanzplan erstellt werden mit einer Übersicht über die ersten drei Jahre. Wenn die Gesamtinvestitionssumme errechnet (quantifiziert) wurde, kann die Frage beantwortet werden, wie der Gesamtbetrag am günstigsten finanziert werden kann. Auch hier sollte eine Dreiteilung zwischen Eigen-, Fremd- und Fördermitteln vorgenommen werden (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 223)

Als goldene Finanzierungsregel gilt: Kurzfristige Finanzierungsmittel dürfen nur kurzfristig gebunden, langfristige Mittel sollten langfristig angelegt werden. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 248)

Demnach sollten beispielsweise das Darlehen oder der Kontokorrentkredit, weil diese kurz- bis mittelfristiges Fremdkapital darstellen, in Umlaufvermögen angelegt werden. Langfristiges Fremdkapital sollte in Maschinen und Vorräte angelegt werden und das Eigenkapital in Grundstücke oder Gebäude.

Gewinn- und Umsatzschätzung

Die Banken oder Sparkassen sowie jeder Existenzgründungsberater erwarten bzw. fordern neben dem vorzulegenden Finanzierungs- und Investitionsplan eine Umsatzschätzung in Form von Gewinnplänen für mindestens drei Geschäftsjahre. Mit dieser Vorausschau ist ein konkretes und später überprüfbares Ziel angegeben. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 223).

Wenn man den Lebensstandard halten und mindestens soviel verdienen möchte wie bisher, müssen die Gewinne je nach Familienstand und persönlicher Steuerbelastung bis zu 50% höher liegen als das bisherige Bruttogehalt, weil alle Sozialleistungen wie z.B. Rentenversicherung und Krankenversicherung allein zu tragen sind. Es muss bedacht werden, dass die

Gewinne nicht nur den Lebensunterhalt sicherstellen, sondern darüber hinaus auch die Substanzerhaltung sowie ein angemessenes Unternehmenswachstum ermöglichen sollten (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 225).

Eine selbständige Existenz darf nur dann gegründet werden, wenn sie auf Dauer ausreichend Gewinn zur Bestreitung des privaten Lebensunterhaltes abwirft. Auf der Grundlage der gegebenen wirtschaftlichen Daten muss sich der Unternehmer über die Erreichbarkeit des künftigen Umsatzes im Klaren sein. Diese zwar grobe, aber auf Plausibilität (seitens der Bank) prüfbare Schätzung ist Ausgangspunkt jeder Kosten- und Gewinnplanung. Die Hausbank kann hierzu eine Reihe von Betriebskennziffern sowie vergleichbare Branchendaten zur Verfügung stellen (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 226).

Kreditaufnahme

Eine Kreditaufnahme bei der Bank sollte gut vorbereitet sein. Kaum eine Bankdienstleistung setzt ein so großes Vertrauen zwischen Kunde und Bank voraus ((vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 236).

Die Erfolgchancen für eine positive Entscheidung der Bank steigen, wenn folgende Punkte beachtet werden. Der Existenzgründer sollte

- aktuelle Informationen über den Stand seines Unternehmens / Vorhabens haben
- einen aktuellen Status seiner Planziele geben können
- für die vorgegebenen Investitionen einen konzeptionellen Finanzierungsplan und eine Wirtschaftlichkeitsrechnung präsentieren können
- bei Verhandlungen das unternehmerische Konzept, die Rentabilitätsvorschau und den Finanzierungsplan vorlegen können. Dem Gesprächspartner sollte das sichere Gefühl, ein durchdachtes und aussichtsreiches Vorhaben geplant zu haben vermittelt werden
- beachten, dass bei der Bewertung der Kreditwürdigkeit des Unternehmens/Vorhabens auch die Integrität und Leistungskraft der Führung zählt

- beachten, dass Kredite nicht übersichert werden. Die Institute neigen dazu, ihre Engagements so gut wie irgend möglich und im Zweifel auch mehrfach abzusichern
- Mit den entscheidenden Leuten in den Banken und Sparkassen Zweigstellenleiter, Filialdirektoren oder Leiter von Sonderkreditabteilungen sprechen, diese sind nicht nur für die großen Kunden da
- Generell den Finanzfachmann und den Gesprächspartner ansprechen; Erfahrungen berichtigen lassen, nach Expertenmeinung und den Plänen fragen

Das entscheidende Kreditgespräch sollte gut vorbereitet werden. Zunächst muss ein Gesprächstermin mit ausreichender Besprechungszeit reserviert werden. Möglicherweise sollte ein Gründungsberater oder ein Coach für Selbständigkeit zum Kreditgespräch hinzugezogen werden. Es ist unbedingt erforderlich alle Geschäfts- und persönliche Unterlagen fertig und griffbereit zu haben. Alle Fragen müssen offen und ehrlich beantwortet werden. Eventuell sollten auch geeignete Bürgen genannt werden können. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 237).

Öffentliche Förderungen

Viele Existenzgründer wissen wenig über öffentliche Fördermittel, weder welche Formen der Förderhilfen es gibt und ob sie solche beanspruchen dürfen. Vor der Vergabe von solchen Hilfen sind bestimmte Voraussetzungen zu erfüllen, weiterhin sollte man wissen, was der Staat überhaupt fördert. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass es keinen Rechtsanspruch auf öffentliche Fördermittel gibt (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 240).

Nachfolgend werden einige Punkte zu den Voraussetzungen von Förderungen und zu dem was der Staat fördert aufgelistet

- kaufmännische und fachliche Eignung des Unternehmers bzw. Qualifikation und Berufserfahrung in dem betreffenden Gewerbe
- der Antragsteller darf nicht älter als 50 Jahre sein, sich mit dem Vorhaben erstmalig selbständig machen und muss die erforderlichen Qualifikationen nachweisen

- eine angemessene Eigenfinanzierung (Faustregel: mindestens 20-30%)
- wirtschaftliche Erfolgsaussichten des Vorhabens
- Antragstellung vor Beginn der Maßnahmen

Bei Rasner/Füser/Faix 1999, S. 239 - 240, ist aufgelistet, was alles gefördert werden kann, hier einige Beispiele: Unternehmensgründungen, Produktentwicklungen, Maßnahmen zur Absatzförderung und des Exports, Erweiterung und Verlagerung des Unternehmens, Investitionen im Umweltschutz.

4.6 Rechtsformen

Die Rechtsform des neuen Unternehmens wird nach wirtschaftlichen Überlegungen bestimmt. Die Rechtsformen beeinflussen beispielsweise, den Auftritt auf dem Markt, die Haftung, die Kapitalbindung usw. Die Rechtsform ist der rechtliche Rahmen, den sich ein Betrieb gibt. Er muss bei Betriebsgründung feststehen, nachträgliche Änderungen sind jedoch unter Beachtung juristischer Voraussetzungen prinzipiell möglich (Knorr/Offer 1999, S.61).

Die Wahl der Rechtsform ist tatsächlich weit mehr als eine bloße Formsache. Sie ist vielmehr eine früh anstehende unternehmerische Entscheidung, die sich langfristig in steuerlicher und rechtlicher Hinsicht auf das Unternehmen und den Unternehmer auswirkt (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 154).

Die wesentlichen Kriterien für die geeignete Rechtsformwahl sind der Bedarf an Mindestkapitalausstattung, die Zahl der Gesellschafter, die Mitarbeit der Eigentümer im Betrieb, die Haftung und Gewährleistung, steuerliche Aspekte, Mitbestimmungsmöglichkeiten, Übertragbarkeit der jeweiligen Kapitalanteile der Eigentümer und die Publizitätspflichten (vgl. Knorr/Offer 1999, S. 62).

Die Rechtsformen privater Betriebe sind im folgenden Schaubild übersichtlich dargestellt:

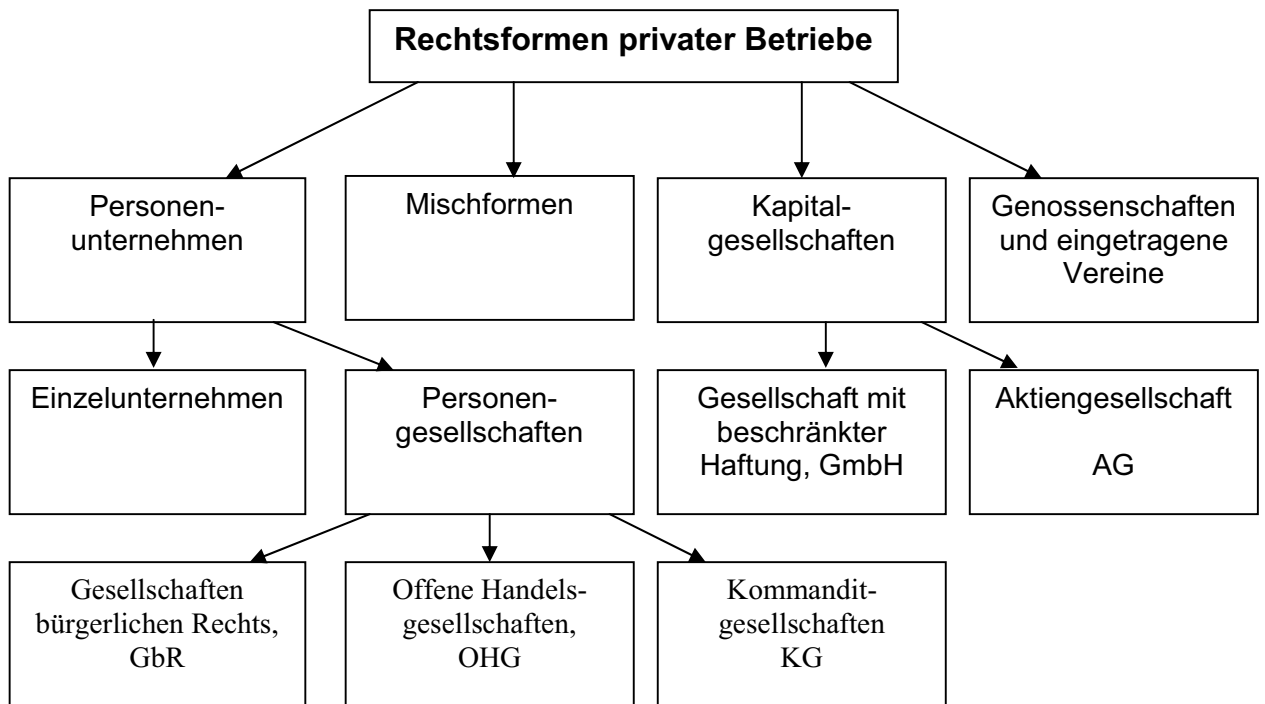


Abb. 6 Rechtsformen privater Betriebe (Knorr/Offer 1999,8. 62)

Vor- und Nachteile von Kapital- und Personengesellschaften	
Vorteile der Kapitalgesellschaft = Nachteile der Personengesellschaft	Nachteile der Kapitalgesellschaft = Vorteile der Personengesellschaft
<ul style="list-style-type: none"> • Beschränkbare Haftung • Trennung von Kapitalgeber und Betriebsleitung • Steuerlicher Abzug von Pensionsrückstellungen • Gesellschaftsvergütungen • Steuerung der Gewinnentstehung beim Gesellschafter 	<ul style="list-style-type: none"> • Anmeldekosten • Handelsrechtliche Prüfungs- und Publizitätspflichten • Stammkapital • Gewerbesteuer • Verdeckte Gewinnausschüttung

Abb. 7 Vor- und Nachteile von Kapital- und Personengesellschaften (Hanisch/Kröner/Schulten 2000, S. 20)

Personenunternehmen

Personenunternehmen können differenziert werden in Einzelunternehmen und Personengesellschaften.

Einzelunternehmen sind bei kleineren Betrieben geläufig. Sie können folgendermaßen definiert werden

- sie werden rechtlich von einem Kaufmann vertreten
- sie müssen das Eigenkapital bei Betriebsgründung nachweisen
- sie haften durch den Kaufmann und dieser mit seinem gesamten Geschäfts- und Privatvermögen
- eine Liquidation des Einzelunternehmens kann formlos erfolgen

Eine **Personengesellschaft** besteht aus mindestens zwei Gesellschaftern, sie wird durch einen Vertrag gegründet. Die Grundform der Personengesellschaft bildet die Gesellschaft bürgerlichen Rechtes. Personengesellschaften

- sind keine juristischen Personen und damit nicht rechtsfähig
- müssen keine Mindestkapitalausstattung nachweisen
- dürfen Gehälter und Aufwendungen zur Altersvorsorge der geschäftsführenden Gesellschafter nicht als Betriebsausgaben verrechnen
- sie unterliegen erst ab einer bestimmten Größe der Publizitätspflicht.

Eine **Gesellschaft bürgerlichen Rechts** (GbR) entsteht typischerweise bei Zusammenschlüssen von Freiberuflern und Interessen- und Arbeitsgemeinschaften. Gesellschaften bürgerlichen Rechtes können folgendermaßen charakterisiert werden

- Möglichkeiten der Befristung und Kündigung der Gesellschaft
- kein Eintrag ins Handelsregister
- gemeinsame Geschäftsführung der Gesellschafter
- Vermögen der Gesellschaft ist gemeinsames Vermögen der Gesellschafter
- Haftung der Gesellschafter ist unbegrenzt und gesamtschuldnerisch
- Gesellschaftsanteile sind nicht übertragbar, scheidet ein Gesellschafter aus, werden seine Anteile auf die verbliebenen Gesellschafter verteilt
- Konkurs ist nur durch Konkurs einzelner Gesellschafter möglich

Die **offene Handelsgesellschaft** (OHG) fällt auch unter die Rubrik der Gesellschaften bürgerlichen Rechts. Die OHG besitzen auch die Kennzeichen der GbR und können darüber hinaus folgendermaßen charakterisiert werden

- unbefristete Gründung
- Konkursfähigkeit, bei Konkurs ist sowohl das Geschäfts- als auch das Privatvermögen heranzuziehen
- Wettbewerbsverbot für die Gesellschafter
- Einzelgeschäftsführung jedes Gesellschafters
- anteilige Haftung neu eintretender Gesellschafter für alle bisherigen Schulden
- zeitlich befristete Haftung für ausscheidende Gesellschafter

Die **Kommanditgesellschaft** (KG) zeichnet sich durch einen voll haftenden Gesellschafter, auch Komplementär genannt, und mindestens einen beschränkt haftenden Gesellschafter, auch Kommanditist genannt, aus. Die KG ist weiter verbreitet als die OHG, da die Kapitalbeschaffung über Kommanditisten einfacher zu erreichen ist. Die Rechtslage für den Komplementär entspricht dem der OHG-Gesellschafter. Die Rechtsstellung der Kommanditisten sieht folgendermaßen aus

- kein Wettbewerbsverbot
- keine Beteiligung an der Geschäftsführung, jedoch Informations- und Widerspruchsrechte
- Haftung ist grundsätzlich auf die Höhe der Einlage beschränkt
- Anteile der Gesellschafter sind übertragbar

(vgl. Knorr/Offer 1999, S. 62-66).

Kapitalgesellschaften

Die Grundform aller Kapitalgesellschaften bildet der Verein (§§ 21 - 79 BGB). Die Regelungen für Vereine bürgerlichen Rechts bilden daher auch die Basis für alle Kapitalgesellschaften. Kennzeichen der Kapitalgesellschaften ist die Trennung zwischen Eigentum und Verfügungsgewalt über das Eigentum.

Kapitalgesellschaften lassen sich folgendermaßen definieren

- sie werden durch notariell beurkundeten Gesellschaftsvertrag gegründet
- sie sind als juristische Personen rechtsfähig

- sie benötigen eine bestimmte Höhe an Mindestkapitalausstattung
- sie werden geführt von Geschäftsführern, die im Handelsregister ihre Vertretungsmacht eintragen müssen
- sie müssen ihren Jahresabschluss publizieren
- sie können nur dann aufgelöst werden, wenn mindestens 75% der Kapitalanteilseigener zustimmen

Die **Gesellschaft mit beschränkter Haftung** (GmbH) ist unter den Kapitalgesellschaften die gebräuchlichste Form und wird durch einen Gesellschaftsvertrag gegründet. Die Rechtsgrundlage ist im GmbH-Gesetz geregelt. Die GmbH besitzt eine eigene Rechtspersönlichkeit, sie ist damit eine juristische Person. Dies wird erreicht durch eine Eintragung in das Handelsregister und es muss ein Jahresabschluss aufgestellt werden. Im Gesellschaftsvertrag wird das Stammkapital der Gesellschafter bestimmt und auf die Einlagen der Gesellschafter umgelegt. Eine Mindestzahl an Gesellschaftern ist nicht vorgeschrieben, eine „Ein-Mann-GmbH“ ist also möglich. Die einzelnen Gesellschafter haften nur mit ihrer Stammeinlage. Es kann jedoch eine beschränkte oder unbeschränkte Nachschusspflicht vereinbart werden. Der Nachschuss verpflichtet den Gesellschafter zur Nachzahlung eines bestimmten Betrages auf seine Stammeinlage unter bestimmten Voraussetzungen. Sie dient in der Regel der Sanierung der GmbH. Die Organe der Gesellschaft bildet der Geschäftsführer und als Beschlussorgan der Gesellschafter die Gesellschaftsversammlung.

Eine Form der GmbH, die in der Sozialwirtschaft zunehmend verwendet wird ist die **gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung** (gGmbH). Die gGmbH unterscheidet sich von der GmbH darin, dass sie nicht zur Gewinnerzielung gegründet wird, sondern gemeinnützige Ziele verfolgt. Krankenhäuser und Altenheime werden häufig als gGmbH geführt

Die Rechtsgrundlage für die **Aktiengesellschaft** (AG) bildet das Aktiengesetz. Zur Gründung einer AG werden mindestens fünf Gründer benötigt, die sich verpflichten, sämtliche Aktien, die die Anteilscheine an der AG darstellen, zu übernehmen.

Die Organe der AG bilden

- der Vorstand, der die Geschäftsführung und die Außenvertretung wahrnimmt. Er berichtet dem Aufsichtsrat und der Hauptversammlung der Aktionäre und bereitet die Beschlüsse der Hauptversammlung vor und führt sie aus
- der Aufsichtsrat, er bestellt und beruft den Vorstand der AG. Er ist weiterhin verantwortlich für die Überwachung der Geschäftsführung, die Prüfung des Jahresabschlusses und die Berichterstattung an die Hauptversammlung
- Die Hauptversammlung als Organ der Aktionäre. Die wesentlichen Entscheidungen werden durch die Hauptversammlung getroffen, z.B. Satzungsänderungen, Fusionen, Beschlüsse über die Verwendung des Gewinnes, Wahl von Aktionären in den Aufsichtsrat, Berufung des Wirtschaftsprüfers und Entlastung für Aufsichtsrat und Vorstand

(vgl. Knorr/Offer 1999, S. 62-66).

Wahl der Rechtsform

Die folgende Entscheidungsmatrix zeigt das Risiko und den Kapitalbedarf

Partner / Mitarbeiter	Risiko und Kapitalbedarf		
	gering	mittel	groß
keine	Einzelfirma	Einzelfirma Kapitalgesellschaft (GmbH)	Kapitalgesellschaft Stille Gesellschaft
wenige	Einzelfirma Personenge- sellschaft	Personen oder Kapitalgesellschaft (KG, GmbH)	Kapitalgesellschaft (GmbH, GmbH & Co. KG)
viele	Personen-oder Kapital- gesellschaft (GmbH)	Kapitalgesellschaft (GmbH, AG, GmbH & Co. KG)	Kapitalgesellschaft (AG, GmbH)

Abb. 8 Entscheidungsmatrix (Hofmeister 1996, S. 46)

Der Kapitalbedarf wird mit der Einteilung in Spalten durch die Unterteilung gering, mittel oder groß angegeben und die Risikoverteilung wird durch die Unterteilung der Zeilen mit der Angabe über die Partner bzw. Mitarbeiter kenntlich gemacht.

Selbständigkeit im Freien Beruf

Die Selbständigkeit im Freien Beruf wird in diesem Kapitel als eine weitere Möglichkeit der Existenzgründung vorgestellt. Diese Form der Existenzgründung hat einige Vorteile. In Deutschland arbeiten über 600.000 Menschen in freien Berufen, von denen ca. 500.000 selbständig sind (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 175).

Freiberufler müssen kein Gewerbe anmelden und genießen deshalb auch steuerrechtliche Vorteile. Eine eindeutige Definition der Freien Berufe ist nicht einfach, da keine eindeutige Abgrenzung und Definition vorliegt. Als gemeinsame Merkmale aller Freien Berufe werden „geistige Leistung“ und persönliche Fähigkeiten, die in einer Dienstleistung eingehen, welche überwiegend persönlich erbracht werden, angesehen. Dabei wird Selbständigkeit unterstellt, das heißt, der Freiberufler arbeitet auf eigene Rechnung und weisungsunabhängig in eigener Verantwortung, gleicht also insofern dem Unternehmer (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 176).

§ 18 Abs. I Nr. I Satz 2 des EStG führt folgende Freie Berufe auf: Selbständig ausgeübte wissenschaftliche, künstlerische, schriftstellerische, unterrichtende oder erzieherische Tätigkeit, die selbständige Berufstätigkeit der Zahnärzte, Tierärzte, Rechtsanwälte, Notare, Patenanwälte, Vermessungsingenieure, Ingenieure, Architekten, Handelschemiker, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, beratende Volks- und Betriebswirte, vereidigte Buchprüfer, Steuerbevollmächtigte, Heilpraktiker, Dentisten, Krankengymnasten, Journalisten und ähnliche Berufe.

4.7 Rechtliche Fragen zur Selbständigkeit

Mit den rechtlichen Fragen sollte sich jeder Existenzgründer beschäftigen, damit die Risiken so gering wie möglich gehalten werden und Gelder optimal eingesetzt werden können. In diesem Kapitel werden das Steuerrecht, die

Fragen hinsichtlich der Haftung und die Vorbeugung gegen Risiken unter dem Punkt Versicherung und Vorsorge festgehalten.

Für einen Existenzgründer sind die Rechtsgrundlagen Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht, Schutzrecht, Verfahrensrecht, Sozialrecht und Steuerrecht zu beachten.

Das **Bürgerliche Recht** (BGB) regelt die Rechtsverhältnisse natürlicher Personen. Im BGB sind beispielsweise der Kaufvertrag, der Dienstvertrag, der Werkvertrag, der Mietvertrag und der Darlehensvertrag geregelt.

Das **Handelsrecht** regelt ausschließlich die Rechtsverhältnisse von Kaufleuten (Kaufmann ist wer ein Handelsgewerbe betreibt). Bei der Gründung eines Unternehmens sind zum einen die Firma, das ist der Name unter dem der Unternehmer sein Handel betreibt und die Unterschrift abgibt (§ 17 HGB) bedeutsam. Zum anderen ist bedeutsam das Handelsregister. Dies ist ein öffentliches Register, welches bei den Amtsgerichten geführt wird (§ 8 HGB). Sie nehmen die Eintragungen für alle Kaufleute vor, die in dem jeweiligen Gerichtsbezirk ihren Sitz haben. Das Amtsgericht hat die Eintragung in das Handelsregister durch den Bundesanzeiger und durch mindestens ein anderes Blatt bekannt zu machen (§ 10 HGB).

Jede durch Vertrag begründete Personenvereinigung zur Verfolgung eines gemeinsamen Zwecks ist eine Gesellschaft und unterliegt dem **Gesellschaftsrecht**. Vorschriften über die Gesellschaften finden sich im BGB, HGB, GmbHG und AktG.

Das **Schutzrecht** beinhaltet das Wettbewerbsgesetz, den Datenschutz und den Umweltschutz. Über den gewerblichen Rechtsschutz können diejenigen Erzeugnisse und Verfahren, die im Unternehmen entstanden sind gewerblich gesichert werden. Dies können beispielsweise Patente, Gebrauchsmuster, Geschmacksmuster und Warenzeichen sein. Das Wettbewerbsgesetz schützt die unternehmerische Leistung des Kaufmanns im Wettbewerb vor missbräuchlichen Wettbewerbshandlungen. Unlauterer Wettbewerb wären beispielsweise Täuschung durch irreführende Werbung, Nötigung durch Zwang,

Bedrohung oder psychischen Druck und Belästigung durch Zusendung unbestellter Waren.

Für den Datenschutz gilt das Bundesdatenschutzgesetz, welches die Verarbeitung personenbezogener Daten regelt.

Für den Umweltschutz gelten eine Vielzahl von Gesetzen, diese sind z.B. das Abwassergesetz, das Altölgesetz, das Gesetz über die Vermeidung und Entsorgung von Abfällen usw.

Für die Mitarbeiter eines Unternehmens ist das Arbeitsrecht zu beachten, unter anderem mit dem Kündigungsschutzgesetz, dem Berufsbildungsgesetz, dem Jugendarbeitsschutzgesetz und dem Schwerbehindertengesetz.

(vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 197-207).

Das Sozialstaatsprinzip des Grundgesetzes (GG) ist die Grundlage des sozialen Auftrags unseres Staates. Zum **Sozialrecht** gehören die Sozialversicherung, die Sozialversorgung bzw. die Sozialhilfe und die Sozialfürsorge. Im Zuge der Entwicklung der Sozialaufgaben des Staates sind zahlreiche Einzelgesetze entstanden. Die Leistungen aus der Sozialversicherung dienen in erster Linie der sozialen Sicherung des Arbeitnehmers beim Ausfall der Arbeitsvergütung infolge von Krankheit, Arbeitsunfall, Alter und Arbeitslosigkeit. Dementsprechend kann die gesetzliche Sozialversicherung untergliedert werden in Krankenversicherung, Unfallversicherung, Rentenversicherung und Arbeitslosenversicherung. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 207-208).

Das **Verfahrensrecht** beschreibt die Zuständigkeiten und Vorgänge mit Gerichten und Verwaltungen. Im Bereich des Arbeits- und Sozialrechts entstehen unterschiedliche Ansprüche, für die der Rechtsweg vor den Arbeits-, Sozial-, Verwaltungs- und Zivilgerichten gegeben ist. Die Auswahl des zuständigen Gerichts wird durch den Streitgegenstand bestimmt. Bei arbeitsrechtlichen Streitigkeiten ist der Rechtsweg zu den Arbeitsgerichten gegeben. Im Falle sozialrechtlicher Streitigkeiten ist der Rechtsweg zu den Sozialgerichten gegeben. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 208).

Im **Steuerrecht** sind alle Abgaben an den Staat geregelt. Steuern werden als Geldleistungen definiert, die nicht eine Gegenleistung für eine besondere

Leistung darstellen und von einem öffentlich-rechtlichen Gemeinwesen zur Erzielung von Einnahmen auferlegt werden. Die rechtlichen Grundlagen sind das Grundgesetz, die Abgabenordnung und das Bewertungsgesetz sowie die Einzelsteuergesetze (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 208-209).

Es gibt direkte und indirekte Steuern, die direkten Steuern unterteilen sich in Personen- und Objektsteuern. Zu den Personensteuern gehören beispielsweise die Vermögensteuer, die Einkommensteuer und die Erbschaftsteuer.

Objektsteuern sind die Gewerbesteuer und die Grundsteuer. Die indirekten Steuern untergliedern sich in die Verkehrs- und die Verbrauchssteuern. Die Verkehrssteuern sind beispielsweise die Umsatzsteuer und die Versicherungssteuer. Unter die Verbrauchssteuern fallen beispielsweise die Biersteuer, die Branntweinsteuer und die Tabaksteuer, (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 209).

Als Existenzgründer ist es unerlässlich sich ein Basiswissen über Steuern anzueignen. Es gibt verschiedene, für einen Existenzgründer wichtige Steuerarten. Die gewinnabhängigen Steuern sind die Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und die Gewerbe- oder Gewerbeertragssteuer. Aus der Buchführung und Ergebnisrechnung ergibt sich der Gewinn für die Berechnung der gewinnabhängigen Steuern.

Die betrieblichen Einheitswerte für die Berechnung der vermögensabhängigen Steuern werden durch das Finanzamt aufgrund der Vermögensaufstellung (Inventar) ermittelt. Diese Steuern sind die Vermögensteuer, die Gewerbekapitalsteuer und die Grundsteuer. Eine weitere Steuerart ist die Umsatzsteuer, diese kann den beiden oben beschriebenen Steuergruppen nicht direkt zugeordnet werden. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 187).

Steuerberatung und Steuerplanung sind schwierig, weil die Steuergesetze vom Steueraufkommen abhängen. Der Geldbedarf des Staates ist flexibel und die Steuergesetzgebung ist vielfältig an die momentane wirtschaftliche Entwicklung anpassbar. Die finanzgerichtliche Rechtsprechung trifft darüber hinaus, zum Teil innerhalb weniger Monate, auch gegensätzliche Entscheidungen (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 176).

4.8 Haftung

Haftungsrisiken lassen sich nur bedingt durch den Abschluss von Versicherungen ausschließen. Gerade Existenzgründer können die erheblichen Kosten für gewerbliche Versicherungen kaum aufbringen.

Haftung aus vertraglichen Verpflichtungen

Der häufigste Grund für eine Haftung ist die schlechte oder verspätete Erfüllung von Verträgen. Der Unternehmer haftet zunächst für die Erfüllung seiner Hauptpflichten, die sich aus dem konkreten Vertragstyp ergeben, z.B. beim Kaufvertrag. Daneben bestehen aber noch Nebenpflichten, die typischerweise mit dem Vertrag zusammenhängen, ohne dass diese ausdrücklich vereinbart werden. Diese Nebenpflichten ergeben sich sowohl aus dem Gesetz als auch aus den kaufmännischen Verkehrssitten. Eine Nebenpflicht ist beispielsweise die richtige Beratung des Kunden. Der Umfang der Beratung hängt davon ab, was man im konkreten Fall objektiv erwarten kann. Wird beispielsweise eine Beratung in einem spezialisierten Fachgeschäft durchgeführt so sollte diese Beratung ausführlich und kompetent sein, falls der Kunde dies wünscht. Aber auch auf erkennbare Risiken ist hinzuweisen. Besser ist es Unsicherheiten oder Nichtwissen zuzugeben und dem Kunden keine falsche Auskunft zu geben (vgl. Hanisch/Kröner/Steffen 2000, S. 144).

Haftung aus allgemeinen Verkehrssicherungspflichten

Der Unternehmer muss seine Tätigkeit so ausüben, dass weder seine Vertragspartner noch Dritte geschädigt werden. Unter gewissen Umständen haftet der Unternehmer auch schon, bevor er einen Vertrag mit seinem Kunden geschlossen hat. Das typische Beispiel für Ansprüche dieser Art sind Unfälle, die Kunden zustoßen, die sich in den Geschäftsräumen aufhalten. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass der Unternehmer, der einen Geschäftsraum unterhält, seinen Kunden gegenüber besondere Sorgfaltspflichten hat und dafür Sorge zu tragen hat, dass sie sich unbeschadet in den Geschäftsräumen aufhalten können. Auch gegenüber potenziellen Kunden haftet der Unternehmer. Diese so genannte Verkehrssicherungspflicht besteht natürlich auch dann, wenn der Unternehmer oder seine Mitarbeiter

außerhalb seiner Geschäftsräume tätig wird, unter der Voraussetzung dass Verschulden vorliegt (vgl. Hanisch/Kröner/Steffen 2000, S. 144).

Haftung für Mitarbeiter und Angestellte

Der Unternehmer haftet nicht nur für sein eigenes Handeln, sondern auch für Schäden, die seine Mitarbeiter bei der Durchführung einer vertraglichen Leistung verursachen, beispielsweise eine fehlerhafte Beratung. Diese Haftung ist unabhängig von einem Verschulden des Unternehmers selbst, er haftet also auch dann, wenn er seine Mitarbeiter ordnungsgemäß beaufsichtigt. Er haftet dabei aber nicht für Schäden, die nur bei der Durchführung der Arbeiten verursacht werden beispielsweise wenn ein Mitarbeiter in der Kundenwohnung etwas stiehlt. Auch wenn seine Mitarbeiter den Schaden nicht verschuldet haben, haftet der Unternehmer nicht. Etwas anderes gilt für Schäden, die nicht bei dem Vertragspartner entstehen (wenn ein Mitarbeiter mit Firmenauto einen Fahrradfahrer anfährt). Für solche Schäden haftet der Unternehmer nicht, wenn er nachweisen kann, dass er bei der Auswahl oder der Beaufsichtigung des Mitarbeiters sorgfältig war (kein Alkoholiker der mit dem Firmenauto unterwegs ist).

Der angestellte Mitarbeiter haftet dagegen gegenüber dem Unternehmer nur bei Vorsatz und selbst bei grober Fahrlässigkeit nur zu einem gewissen Teil. Bei leichter Fahrlässigkeit ist die Haftung des Arbeitnehmers grundsätzlich ausgeschlossen (vgl. Hanisch/Kröner/Steffen 2000, S. 144).

Haftungsausschluss durch Vertrag

Die Haftung kann selbstverständlich durch eine vertragliche Regelung eingegrenzt werden. Ein Ausschluss der Haftung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist nur für leichte Fahrlässigkeit möglich; ein weitergehender Haftungsausschluss wäre unwirksam. Will man auch die Haftung für grobe Fahrlässigkeit oder gar Vorsatz ausschließen, muss ein gesonderter Vertrag geschlossen werden. Die AGB sind vertragliche Vereinbarungen, die für eine Vielzahl von Verträgen vorformuliert wurden. Welche Klauseln dabei zulässig sind, ist im AGB-Gesetz (ABGB) geregelt. Vorrang hat trotzdem die Individualabrede, wenn beispielsweise eine Gewährleistungsfrist von 15 Monaten eingeräumt wird, diese ist gültig, auch wenn in den AGB's eine Frist von sechs Monaten angegeben ist. Die AGB

betreffen den Existenzgründer in jeder Hinsicht. Existenzgründer sollten von den AGB Gebrauch machen, sie sind natürlich auch selbst den AGB der Zulieferer, Banken, Versicherungen usw. unterworfen, (vgl. Hanisch/Kröner/Steffen 2000, S. 144).

Haftung bei Verletzung von Strafgesetzen

Es gibt Strafvorschriften, die speziell Unternehmen betreffen. Im Gegensatz zum Zivilrecht trifft im Strafrecht die Verantwortlichkeit immer eine natürliche Person. Bei einem Einzelunternehmer ist er selbst der Betroffene. Bei Personen- oder Kapitalgesellschaften ist dagegen die Unternehmensleitung verantwortlich. Dies sind bei Personengesellschaften die geschäftsführenden Gesellschafter, bei den Kapitalgesellschaften die handelnden Organe (Geschäftsführer oder Vorstand). Bei den Gesellschaften kann aber auch eine Mitverantwortlichkeit der nicht geschäftsführenden Gesellschafter in Betracht kommen, wenn diese im konkreten Einzelfall starken Einfluss auf die Führung der Geschäfte hatten.

Ein wichtiges Beispiel ist die Buchführungspflicht. Kaufleute und Handelsgesellschaften sind verpflichtet, ordentliche Geschäftsbücher zu führen. In bestimmten Fällen besteht auch eine Pflicht zur (regelmäßigen) Erstellung von Bilanzen (bei der GmbH). Eine nicht ordnungsgemäße Buchführung kommt meistens erst im Falle des Konkurses bzw. der Insolvenz zum Vorschein. Auch Unternehmer, die freiwillig Bücher führen oder Bilanzen erstellen, machen sich strafbar, wenn sie Unterlagen verschwinden lassen. Neben dem Unternehmer können sich unter Umständen auch Steuerberater und Buchhalter strafbar machen. Der Unternehmer kann die strafrechtliche Verantwortung aber nicht durch die bloße Abordnung der Buchführung abgeben. Er muss die Arbeit seiner Angestellten, aber auch Dritter immer überprüfen, zumindest soweit ihm das möglich ist (z.B. wenn er erkennt, dass für einige Mitarbeiter keine Sozialabgaben abgeführt werden). Auch die Nichtbeachtung der Aufbewahrungsfristen für Geschäftsunterlagen ist strafbar.

Auch derjenige, der vorsätzlich oder fahrlässig die Zahlungsunfähigkeit (Insolvenz) seines Unternehmens herbeiführt, macht sich strafbar. Ebenso, wenn er entgegen einer gesetzlichen Verpflichtung die Insolvenz verzögert, also

keinen Insolvenzantrag stellt. Diese Verpflichtung besteht beispielsweise für die Geschäftsführer einer GmbH bei Zahlungsunfähigkeit der GmbH (Hanisch/Kröner/Steffen 2000, 158 - 166).

Abschließend einige Punkte die Existenzgründer im Bezug auf Haftung beachten sollten

- Bei allen Tätigkeiten denkbare Schadensquellen ausfindig machen
- Analysieren der potentiellen Schäden für die eine Haftung aus Gesetz oder Vertrag in Betracht kommen könnte
- Prüfen aller Risiken, die sich ausschließen lassen, z.B. durch Auslagerung besonders risikoreicher Tätigkeiten, vertragliche Haftungsausschlüsse oder eine risikobegrenzende Unternehmensorganisation
- Risiken, die nicht ausgeschlossen oder begrenzt werden können, nach Möglichkeit versichern

(vgl. Hanisch/Kröner/Steffen 2000, 158 - 166).

4.9 Absicherung für alle Fälle

Das unternehmerische Risiko, das jeder Selbständige tragen muss, kann niemand versichern. Vorsorge kann jedoch jeder Unternehmer und Freiberufler gegen Schäden treffen, die beispielsweise durch Diebstahl, Wasserrohrbruch oder Fahrlässigkeit entstehen. Gerade für Existenzgründer kann der Traum vom eigenen Betrieb schnell zu Ende gehen, wenn solche Pannen aus eigener Tasche bezahlt werden müssen.

Bevor Existenzgründer Versicherungen abschließen, sollten sie wissen, wo die Hauptrisiken für ihr Unternehmen liegen: Ganz besonders wichtig: Wo sind die „Katastrophenrisiken“, die besonders große Schäden verursachen?

Beispielsweise eine Betriebsunterbrechung, bei der z.B. durch den Wegfall von Kunden oder einen Maschinenschaden die Produktion Tage, Wochen oder auch Monate stillsteht. Auf jeden Fall muss Vorsorge getroffen werden für Krankheit und Unfall, die natürlich auch die unternehmerische und persönliche Existenz gefährden können. Ganz wichtig ist es auch, Alter und Familie abzusichern.

Durch das vielfältige Angebot von Versicherungsanbietern mit ihren unterschiedlichen Leistungen haben Existenzgründer die Qual der Wahl. Informationen bieten hier beispielsweise Unternehmer aus der gleichen Branche oder Arbeitskreisen. Unabhängige Institutionen wie der Deutsche Versicherungs-Schutzverband (DVS) helfen bei der Auswahl geeigneter Versicherungsunternehmen.

Ein bewusstes Risiko-Management im Versicherungsbereich, das Schäden vermeidet, wird von kleinen und mittleren Unternehmen viel zu sehr vernachlässigt. Für Maßnahmen zur Schadensverhütung gewähren Versicherungen zum Teil erhebliche Prämienrabatte. Wenn für einen gewissen Zeitraum keine Schadensfälle aufgetreten sind, kann ebenfalls mit dem Versicherer ein Rabatt vereinbart werden.

Existenzgründer wissen in der Regel nicht, wie sich der Versicherer z.B. im konkreten Schadensfall verhält. Hinzu kommt, dass man nicht sicher sein kann, ob sich das eigene Unternehmen tatsächlich am Markt wie geplant halten wird. Um flexibel zu bleiben, ist der Abschluss kurzfristiger Verträge sinnvoll. Also Jahresverträge mit der Option auf Verlängerung, wenn nicht vor Vertragsende gekündigt wird. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.74-75)

Die wichtigsten betrieblichen Versicherungen für Selbständige

Betriebs-Haftpflichtversicherung

Schäden gegenüber Dritten werden durch die Betriebshaftpflichtversicherung abgedeckt. Für Ingenieure, Architekten und Makler gibt es spezielle Berufs- bzw. Vermögensschadenhaftpflichtversicherungen.

Produkt-Haftpflichtversicherung

Mit der Betriebs-Haftpflicht sollte eine Produkt-Haftpflichtversicherung kombiniert werden. Sie tritt in Kraft, wenn Dritte durch fehlerhafte Produkte Schaden erleiden.

Umwelthaftpflicht-Versicherung

Mit der Betriebshaftpflicht kombiniert ist in der Regel die Umwelthaftpflicht-Versicherung. Die Umwelthaftpflicht schützt vor Schadenersatzansprüchen, wenn durch den Betrieb Boden, Wasser, Luft verunreinigt wurden.

Betriebs-Unterbrechungsversicherung (BU-Versicherung / Klein-BU-Versicherung / Praxisausfallversicherung)

Feuer, Maschinen-, EDV- und Telefonausfall, Montage- und Transportschäden sowie Personalausfall können den gesamten Betrieb lahm legen. Solange keine Erträge erwirtschaftet werden können, kommt die BU-Versicherung bis zum Wiederaufbau des Betriebs für die laufenden Kosten wie Löhne, Gehälter, Miete und Zinsen usw. auf.

Elementar-BU-Versicherung für Geschäfte und Gewerbebetriebe

Sie versichert die Folgen von Naturereignissen wie Überschwemmung, Lawinen, Erdbeben usw.

Berufshaftpflicht- bzw. Vermögensschadenhaftpflichtversicherung

Für Dienstleistungsunternehmen und freie Berufe. Sie schützt vor den finanziellen Folgen eines Berufsversehens, wie beispielsweise falsche Beratung, Begutachtung.

Sachversicherung

Absicherung von Vermögenswerten im Fall von Brand, Einbruchdiebstahl, Leitungswasser usw.

Elektronik-Versicherung

Durch unsachgemäßen Gebrauch, Kurzschluss, Feuchtigkeit, Sabotage usw. können Schäden an EDV-Anlagen, Telefonanlagen oder bürotechnischen Anlagen entstehen.

Feuerversicherung

Schäden, die durch Brand, Blitzschlag, Explosion oder Flugzeugabsturz entstanden sind, werden durch die Feuerversicherung reguliert. Dies betrifft Schäden an der technischen und kaufmännischen Einrichtung, an Waren, an fremdem Eigentum usw.

Kfz-Haftpflichtversicherung

Sie kommt für alle Schäden an Personen, Sachen und Vermögen auf, die der Fahrer gegenüber Dritten verursacht hat. Schäden am eigenen Fahrzeug sind über die Teil- und Vollkaskoversicherung gedeckt; auch dann, wenn der Versicherte den Unfall selbst verschuldet hat.

Persönliche Versicherungen

Eine langwierige Krankheit oder ein schwerer Unfall können den Unternehmer in große finanzielle Schwierigkeiten bringen und das „Aus“ für sein Unternehmen bedeuten. Genauso wichtig ist die finanzielle Altersvorsorge. Es sollte daher gleich zu Beginn der Selbständigkeit an eine geeignete persönliche Risiko- und Altersvorsorge gedacht werden. Es sollte aber auch bedacht werden, dass bei einem Misserfolg die berufliche Selbständigkeit frühzeitig wieder aufgeben werden muss.

Diese Versicherungen werden benötigt

Krankenversicherung

Wer zuvor sozialversicherungspflichtig beschäftigt war, hat die Wahl zwischen einer privaten Krankenversicherung und einer freiwilligen Mitgliedschaft in der gesetzlichen Krankenversicherung, wenn er die hierfür erforderliche Vorversicherungszeit erfüllt. Der Schritt in die berufliche Selbständigkeit muss der gesetzlichen Krankenversicherung gemeldet werden. Selbständige, die ohne anderweitige Absicherung im Krankheitsfall sind und die zuletzt privat krankenversichert waren oder der privaten Krankenversicherung (PKV) zuzuordnen sind, können sich im Basistarif, bei dem es weder Risikozuschläge noch Leistungsausschlüsse gibt, versichern.

Wer sich für eine private Krankenversicherung entscheidet, hat grundsätzlich keine Möglichkeit mehr, in die gesetzliche Krankenversicherung zurückzukehren. Es muss auch bedacht werden, dass im Fall einer Familiengründung in der privaten Krankenversicherung für jedes Mitglied Beiträge gezahlt werden müssen, während in der gesetzlichen Krankenversicherung Beitragsfreiheit für den Ehepartner und die Kinder besteht, soweit bestimmte Einkommensgrenzen nicht überschritten werden. Teilzeitselbständige, deren Gesamteinkommen 365 Euro monatlich (Stand 2010) nicht übersteigt, können beitragsfrei in einer Familienversicherung bleiben.

Krankentagegeld-Versicherung

Versicherte haben die Wahl: Variante 1: Sie behalten den bisherigen ermäßigten Beitrag zur gesetzlichen Krankenversicherung sowie einen ggf. zusätzlich abgeschlossenen Vertrag über Krankengeld bzw. Krankentagegeld

bei. Variante 2: Sie zahlen den etwas höheren, allgemeinen Beitragssatz und erhalten im Krankheitsfall ab der siebten Woche Krankengeld.

Pflegeversicherung

Selbständige, die bei einer gesetzlichen Krankenversicherung versichert sind, sind hier auch pflegeversichert. Sie können aber auch eine private Pflegeversicherung wählen.

Unfallversicherung

Unfallversicherungen gibt es bei der zuständigen Berufsgenossenschaft als freiwillige oder Pflicht- Unternehmensversicherung, bei privaten Unfallversicherungsgesellschaften sowie bei betrieblichen Gruppenunfallversicherungen. Private betriebliche Gruppen-Unfallversicherungen sichern Mitarbeiter und Familienangehörige nicht nur im Beruf, sondern auch in der Freizeit ab.

Alters- und Hinterbliebenenabsicherung

Die Ansprüche an die gesetzliche Rentenversicherung, die man sich in der Zeit als Arbeitnehmer erworben hat, bleiben erhalten. Um im Alter ausreichend abgesichert zu sein, sollten Sie aber auch für weitere Rücklagen sorgen, durch Geldanlagen wie Sparverträge, Investmentfonds, kapitalbildende Lebensversicherungen oder eine private Rentenversicherung. (vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.74-75)

Persönliche Absicherung für Unternehmer

Für einige selbständig Tätige besteht Versicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung. Dazu zählen beispielsweise Handwerker, Hebammen, Lehrer, Künstler und Publizisten. Eine vollständige Auflistung versicherungspflichtiger Selbständiger befindet sich im § 2 Sozialgesetzbuch VI. Informationen bietet auch die Deutsche Rentenversicherung Bund.

Pfändungsschutz für die Altersvorsorge

Bei einer Insolvenz können Vermögenswerte gepfändet werden. Für die Altersvorsorge Selbständiger gibt es allerdings einen Pfändungsschutz. Er soll dafür sorgen, das angespartes Kapital einer Lebensversicherung oder einer privaten Rentenversicherung vor einem Pfändungszugriff zu schützen. Der

Pfändungsschutz ist in der Höhe nach dem Lebensalter gestaffelt, auch die Hinterbliebenenversorgung ist in den Pfändungsschutz mit einbezogen.

Erwerbsminderungs- oder Berufsunfähigkeits-Versicherung

Gesetzliche Rentenversicherung: Wer aus gesundheitlichen Gründen nur noch eingeschränkt oder überhaupt nicht mehr arbeiten kann, erhält eine gesetzliche Rente wegen Erwerbsminderung; vorausgesetzt, es wurden in den letzten fünf Jahren Beiträge und davon 36 Kalendermonate Pflichtbeiträge gezahlt.

Private Versicherungen: Ergänzend sollte daher eine private Berufsunfähigkeits-Versicherung abgeschlossen werden. Meist handelt es sich um Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherungen zur Lebens-, Renten- oder Risikolebensversicherung.

Freiwillige Arbeitslosenversicherung für Selbständige

Um sich als beruflich Selbständiger freiwillig in der Arbeitslosenversicherung weiterversichern zu können, muss vor Beginn der Selbständigkeit innerhalb der letzten 24 Monate mindestens 12 Monate in einem versicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis gestanden haben. Kann diese versicherungspflichtige Zeit nicht nachweisen werden, wird auch der Bezug einer Entgeltersatzleistung wie z.B. Arbeitslosengeld akzeptiert.

Der Antrag bei der örtlichen Arbeitsagentur muss innerhalb des ersten Monats (ab 1.1.2011: innerhalb von drei Monaten) der Selbständigkeit gestellt werden.

Elterngeld

Auch Selbständige haben Anspruch auf Elterngeld. Grundlage für die Höhe ist die Einkommensteuererklärung. Danach ersetzt das Elterngeld den wegfallenden Gewinn nach Abzug der Steuern zu 67 Prozent. Die Obergrenze liegt bei 1.800 Euro. Um Ihren Betrieb aufrechtzuerhalten, können Sie auch während des Bezugs von Elterngeld als „Selbständige mit halber Kraft“ weiter tätig sein. Sie dürfen bis zu 30 Stunden wöchentlich in Ihrem Unternehmen arbeiten. Der Gewinn aus dieser Teilzeitselbständigkeit wird mit dem Elterngeld verrechnet.

(vgl. Hebestreit/ Geisen 2010 S.77-78)

5. Selbständigkeit in der Sozialen Arbeit

Die Finanzierungsnot der öffentlichen Hand haben die Spielregeln des Wettbewerbs auch im Dienstleistungsbereich drastisch verschärft. Die Märkte sind offener und damit umkämpfter, die Leistungen sind vergleichbarer und damit austauschbarer und die Kundenbedürfnisse sind deutlich spezifischer geworden. Diese veränderten Rahmenbedingungen führen dazu, dass die traditionellen Ansätze und Verhaltensmuster, mit denen es Dienstleistungsunternehmen bisher gelang, ihren Erfolg abzusichern, an ihre Grenzen stoßen (vgl. Mangold 1997, S. 94 - 95).

Meiner Ansicht nach treffen diese veränderten Rahmenbedingungen auch auf den Bereich der sozialen Dienstleistung zu, auch wenn die Märkte noch nicht so umkämpft sind wie in der freien Marktwirtschaft.

5.1. Sozialarbeit auf dem freien Markt

Es ist klar zu erkennen, dass sich marktwirtschaftliche Gedanken bzw. Strategien in vielen sozialen Einrichtungen etablieren. Dies zeigt sich besonders in den Bewertungen marktwirtschaftlicher Mechanismen. Zum einen legt der Geschäftsführer Wert auf eine Profilierung gegenüber anderen Anbietern („das Besondere an unseren Einrichtungen“). Dies lässt sich als ein positives Verhältnis zur Konkurrenz interpretieren. Es wird versucht, die Marktanteile durch zukunftsgerichtete Strategien zu halten oder gar auszubauen. Weiterhin heben die Geschäftsführer die Notwendigkeit einer starken Präsenz in der Öffentlichkeit heraus, welches als Einsicht in die Notwendigkeit von Werbung gedeutet werden kann (vgl. Klug 1997, S. 130)

Wir sind daran gewöhnt, den Sozialstaat und damit die Soziale Arbeit als Gegenpol zu Markt und Wettbewerb zu sehen. Das ist jedoch keineswegs zwingend, auch wenn der vorherrschende „sozial-industrielle Komplex“ diesen Eindruck pflegt. Aber nur ein Teil sozialer Dienstleistungen ist marktfähig. (vgl. Mühlum 1996, S. 225-226)

Der Markt als Ort, an dem sich Angebot und Nachfrage treffen, existiert selbstverständlich auch für soziale Güter, für Dienstleistungen und für Spenden (vgl. Mühlum 1996, S. 226). Nachfrager sind einzelne „Sozialsubjekte“.

Aktuell ist der Anbietermarkt sozialer Dienste folgendermaßen aufgeteilt

- 20 % öffentliche Träger
- 70 % freie Träger
- 10% gewerbliche Träger

Es herrscht meist ein Angebotsoligopol, welches wegen einem unvollkommenen Wettbewerb zu Uneffizienz führt. Vergütungsstrukturen sind unabhängig von den tatsächlichen Nachfrageverhältnissen und unabhängig vom Erfolg der erbrachten Leistung. Die erbrachten Dienste sind nicht direkt vom Konsumenten bezahlt und werden vielmehr von einer vorgeschobenen Zahlungsinstanz gezahlt bzw. vergütet. Die Zahlungsbeiträge werden von Steuern (re-) finanziert, (vgl. Mühlum 1996, S. 226).

5.2 Finanzielle Situation

Seit Beginn der 80er Jahre werden die „Krise des Sozialstaates“ und die „Kostenklemme“ beklagt, die zu einem Umbau des sozialen Systems führen müssen. Immer mehr Fachleute sind davon überzeugt, dass das System der sozialen Sicherung in absehbarer Zeit kollabiert, wenn es nicht gründlich reformiert wird (vgl. Mühlum 1996, S. 226).

Darüber hinaus geht es auch um das Werben um Einsicht in die Finanzierungszusammenhänge zwischen freiwilligen und gesetzlichen Leistungen, zwischen ambulanten und stationären Angeboten. Es gibt allerdings auch schlicht einen Verteilungskampf, der sich zunächst unter den Trägern selbst und dann innerhalb der Träger abspielt, aber auch innerhalb der Fachbereiche auf allen politischen Ebenen in Bund, Land und Kommunen, z.B. zwischen Sozialem und Kultur, zwischen Personalpolitik und Straßenbau, zwischen Gesundheitspolitik und öffentlichem Nahverkehr. Andererseits steht uns der Finanzkollaps der öffentlichen Hände ins Haus, wenn es so weitergeht, wie bisher (vgl. Wilken 1995, S. 38).

Die Finanzierung von sozialen Einrichtungen und Diensten ist, bedingt durch unterschiedliche Zuständigkeiten der Leistungsträger und

Gebietskörperschaften, durch einen Mix an Finanzierungsträgern und Finanzierungsmethoden gekennzeichnet. Neue soziale Aufgaben, für die es seitens der Solidargemeinschaft noch keine Regelfinanzierung gibt sind nur mit unverhältnismäßig großem Aufwand zu finanzieren.

Diese unsichere Situation ist ein großes Hindernis für die Selbständigkeit in der sozialen Arbeit. Die vorher beschriebenen Instrumente wie z.B. Business- und Finanzierungsplan könne nicht abgesichert erstellt werden, weil die Einnahmen nicht zuverlässig zu kalkulieren sind.

5.3 Chancen und Risiken auf dem Sozialen Markt

Die Entwicklungen in der sozialen Arbeit zeigen deutlich, dass traditionelle Felder von Leistungseinschränkungen, Abbau sozialer Dienstleistungen und eingeschränkter Flexibilisierung von Arbeitsverhältnissen betroffen sind. (vgl. Rasner/Füser/Faix 1999, S. 42-43)

Im Zuge der Nachfrage nach personenbezogener Dienstleistungen, der Individualisierung und der Formulierung von ökologischen und sozialen Leitlinien in Unternehmen entstehen auf der anderen Seite neue Arbeitsperspektiven für die soziale Arbeit. Diese Entwicklung und die sich durchsetzende „Marktorientierung“ auch in der sozialen Arbeit wird zu einer Zunahme der Bedeutung der Selbständigkeit führen. Bereits 2000 wurde der Anteil der Selbständigen in der sozialen Arbeit auf 6% geschätzt. (vgl. Nodes 2000, S. 7)

Angesichts zunehmender Arbeitslosigkeit und demographischer Entwicklungen wachsen die staatlichen Ausgaben für soziale und gesundheitliche Leistungen (Arbeitslosengeld/-hilfe, Sozialhilfe, Rentenleistungen, Krankenkassenleistungen), während der Staat andererseits bemüht ist, die Allgemeinkosten zu senken, um wie es heißt die Konkurrenzfähigkeit im Zeichen der Globalisierung zu erhalten. Die Folge: Der ein/eine Mensch erhält weniger staatliche Hilfen, die Gesellschaft spaltet sich weiter auf. Armut nimmt zu. (vgl. Nodes 2000, S. 7)

Ein selbständig tätiges Unternehmen im Bereich Soziale Arbeit hätte die Möglichkeit kundenorientiert und flexibel auf die Bedürfnisse ihrer Klientel einzugehen. Zusammengefasst können folgende Chancen und Risiken genannt werden

Chancen

- Kundenorientierung wird zur zentralen Größe
- die Qualität der erbrachten Dienstleistung steigt und somit auch der Nutzen für den einzelnen Klienten
- die Bedürfnisse der Klienten können mehr als bisher bei der Leistungsdefinition berücksichtigt werden
- der Kunde oder Klient kann selbst aktiv bei der Gestaltung der Dienstleistung beteiligt werden, dadurch ist die Hilfeform oder Dienstleistung individuell auf den Kunden ausgerichtet
- Kritik der Klienten hat direkte Auswirkungen auf die Dienstleistung
- der Kunde kann sich die jeweilige Dienstleistung von verschiedenen Anbietern erfragen, damit hat der Kunde die Auswahl zwischen mehreren Anbietern und ist nicht auf eine oder nur wenige „Hilfeanbieter“ angewiesen
- der Kunde wird mehr Einsicht in das Dienstleistungsunternehmen, in die Arbeit, in die Finanzierung etc. haben
- durch die Kostenbeteiligung des Kunden, kann beim Kunden die Erreichung eines Erfolges mit angestrebt werden, der Einsatz bzw. die Mitarbeit des Kunden kann gesteigert werden

Risiken

- der typische Kunde wird evtl. damit überfordert sein, viele verschiedene Unternehmen zu beurteilen oder eine geeignete Auswahl treffen zu können
- durch die Selbständigkeit kann der Kunde den Eindruck gewinnen, dass ihm diese Hilfe nur wegen des Geldes und nicht aus einer Pflicht bzw. Ethik heraus angeboten wird

- der Kunde kann misstrauisch und überfordert reagieren, wenn die Transparenz über die Dienstleistung gegeben ist und er Einsicht in die Kosten hat
- die Gefahr der Klassenbildung kann gesehen werden

5.4 Chancen und Risiken für den Sozialarbeiter

Die Soziale Arbeit selbst kann immer weniger materielle Hilfen vermitteln und verändert dadurch ihre Aufgaben. Einerseits bieten sich Chancen für eine differenzierte und weitere Entwicklung bezogen auf den Dienstleistungsbereich (vor allem, wenn sie privat finanziert wird), selbst Unternehmen der „freien Wirtschaft“ nutzen die Kompetenzen der Sozialen Arbeit weit über das klassische Feld der Betriebssozialarbeit hinaus. Andererseits entwickelt sich die öffentlich finanzierte Soziale Arbeit zunehmend zum symbolischen Ersatz, wenn materielle Hilfen oder Arbeitsplätze ausbleiben. Wo nicht mehr geholfen werden kann, nimmt die kontrollierende Funktion der Sozialen Arbeit zu.

Die in der Sozialen Arbeit Beschäftigten sind in ihrer Rolle als Arbeitnehmer in ähnlicher Weise betroffen wie ihr Klientel: Wachsender Problem- und Arbeitsdruck, unsicherere Beschäftigungssituation durch oft nur zeitlich befristete Arbeitsverträge, niedrige Entlohnung usw.

(vgl. Nodes 2000, S. 3 -5)

Immer mehr Sozialarbeiter sind mit ihrer bisherigen Arbeitssituation unzufrieden oder gar arbeitslos, die bisherigen Arbeitsweisen der Einstellungsträger verlieren ihre Bedeutung, weil Kostenträger nach Einsparungen suchen: Flexibilität in der Übernahme von sozialen Dienstleistungen und Wettbewerb werden zum Gebot der Stunde. So entsteht eine neue Bewegung in Richtung Selbständigkeit. Waren dies in den 70er Jahren noch soziale Initiativen mit basisdemokratischem Anspruch, so sind es heute kleine GmbHS oder Ein-Personen-Firmen. Oft gegründet von Sozialarbeitern die im bisherigen Arbeitsmarkt keine Perspektive mehr sehen, sich bessere Arbeitsbedingungen und Bezahlung versprechen oder abseits betrieblicher Zwänge arbeiten wollen.

Selbständigkeit in der Sozialen Arbeit - dies ist heute keine Ausnahmeerscheinung mehr, Soziale Arbeit wird sich auf Dauer nicht von der allgemeinen Entwicklung abkoppeln können. Ausgehend von den Mitgliederzahlen in diversen Verbänden der Sozialen Arbeit und Schätzungen in einzelnen Kommunen arbeiteten bereits im Jahr 2000 ca. 10.000 Sozialarbeiter zumindest nebenberuflich selbständig. Doch nur wenigen gelingt es, aus dem Trend zur Selbständigkeit eine Tugend zu machen, die eine ausreichend qualifizierte und entsprechend bezahlte Tätigkeit ermöglicht und die gewünschte Autonomie einräumt. (vgl. Nodes 2000, S. 4)

Für selbständige Sozialarbeiter können folgende Chancen und Risiken formuliert werden

Chancen

- viel Freiraum für Eigenständigkeit
- großer Wert auf die Qualifizierung der Mitarbeiter
- mehr Motivation durch leistungsgerechte Bezahlung
- mehr Möglichkeiten Ideen umzusetzen (ohne die ganze Bürokratisierung)
- eine größere Identifikation mit dem Unternehmen und der Philosophie des Unternehmens
- die Zufriedenheit über die getätigte Arbeit kann steigen (keine Vorgaben mehr über Arbeitszeit und Arbeitsweise)
- die Rückmeldung der Kunden wird immer wichtiger und Bewusster wahrgenommen, dadurch ist eine ständige Verbesserung der Arbeit möglich
- die Beziehung zum Kunden bzw. Klienten wird enger und persönlicher

Risiken

- die Flexibilität und stetige Anpassungen werden auch zu Lasten der Arbeitnehmer gehen (unsichere Arbeitsplätze)
- Wachstum ist nur möglich, wenn genügend finanzielle Ressourcen bereitstehen

- unter den Mitarbeitern könnte ein Wettbewerb um die Erhaltung seines Arbeitsplatzes entstehen, dies könnte zu Streitigkeiten und weniger Teamarbeit unter den Mitarbeitern führen
- selbständiges Handeln und Freiräume für Mitarbeiter schaffen nicht nur Motivation, sondern auch Frustration. Mitarbeiter fühlen sich in der neuen Situation überfordert und verlangen nach Orientierung
- das Risiko der Finanzierbarkeit der Selbständigkeit und den damit verbunden die Beschaffung des Startkapitals
- die große Zeitinvestition, besonders zu Beginn der Existenzgründung

5.5 Chancen und Risiken für die Gesellschaft

Die Einstellungsträger geraten im Zuge neuer Steuerungsmodelle zunehmend unter Druck. Doch statt die Interessen der Klienten und der Beschäftigten aufzugreifen, wird heute das gemacht, wofür es Geld gibt. Wo früher an pädagogischen Konzepten gearbeitet wurde, betreiben sie heute „Legitimationskosmetik“.

Die Soziale Arbeit und vor allem ihre Träger haben sich in die Defensive hineinmanövriert. So wundert es nicht, wenn das Bundeskartellamt in einem Kommissionsbericht von einem „neokorporatistischen Kartell“ zwischen Wohlfahrtsverbänden, Kommunal- und Landespolitik sowie Ministerialbürokratie sprechen darf. Soziale Arbeit sei weder klientenorientiert noch effizient. (vgl. Nodes 2000, S. 4)

Die Entwicklung hin zur Selbständigkeit ist für die Soziale Arbeit, aber auch insbesondere für die Berufsverbände der sozialen Arbeit (DBSH) als gewerkschaftlich orientierter Berufs- und Fachverband mit vielen Fragen verbunden. Mit der Aufteilung in einzelne „Dienstleistungen“ verliert soziale Arbeit ihre Ganzheitlichkeit und Vernetzungsfähigkeit, während sich eine Konkurrenz um Aufträge, Niedrigbezahlung und Entqualifizierung abzeichnet. Auch droht die Einführung einer „Zwei-Klassen-Sozialarbeit“. Auf der einen Seite diejenige, die aus Privat- oder Unternehmensmitteln finanziert, „gut“ arbeiten können, auf der anderen Seite die Soziale Arbeit für Hilfebedürftige, die finanziert von der „armen“ öffentlichen Hand „arm“ dran ist. Andererseits belegen Existenzgründungen in der letzten Zeit, dass dies keine zwangsläufige Entwicklung sein muss. (vgl. Nodes 2000, S. 4)

Immer mehr Träger und Kommunen gehen dazu über, Arbeiten, die bislang von angestellten Mitarbeitern ausgeübt wurden auf Selbständige zu übertragen. Dies führt oft dazu, dass kaum noch lebensweltorientiert gearbeitet wird, da nur noch die „Zeit am Klienten“ abgerechnet werden kann. Den „Selbständigen“ selbst werden oft unzureichende Stundensätze vergütet. Lehnen die Betroffenen ab, werden Studenten oder sogar Berufsfremde engagiert. (vgl. Nodes 2000, S. 5)

Es existiert weiterhin die Befürchtung, dass in der Sozialarbeit mit dem Wechsel in die Selbständigkeit bald ein Verlust von ethischen Prinzipien zu beklagen ist (vgl. Nodes 2000, S. 20)

Hier kommt der Doppelcharakter der sozialen Arbeit zu tage, der doppelte Auftrag: Einerseits die Stützung bestehender Strukturen und Normen der Gesellschaft, andererseits die Begleitung und Hilfe für diejenigen, denen individuelle Notlagen, persönliche Probleme und / oder vorhandene gesellschaftliche Widersprüche eine befriedigende Lebensgestaltung nicht möglich machen. (vgl. Nodes 2000, S. 16)

Zusammengefasst ergeben sich folgende Chancen und Risiken

Chancen

- neue Marktchancen (z.B. durch den Euro-Raum sowie durch die Globalisierung der Märkte) werden sich ergeben
- Flexibilität und stetige Anpassung an neue Herausforderungen ist gefordert und kann realisiert werden
- Belebung des bisherigen sozialen Marktes durch Konkurrenz (dadurch z.B. mehr Qualität)

Risiken

- Die neuen Marktchancen werden nur wenige Unternehmen für sich nutzen können
- Gefahr der Individualisierung auf Kosten der Gemeinschaft (durch die Offenlegung der Hilfsangebote wird eine geringere Hilfestellung durch das sozialen Umfeld befürchtet)

- Die Befürchtung der Staat könnte sich aus seiner Pflicht des sozialstaatlichen Handelns zurückziehen

6. Neue Geschäftsideen in der Sozialen Arbeit mit Planung

In diesem Kapitel werden einige Vorschläge für neue Geschäftsideen vorgestellt. Dabei geht es nicht um ausgearbeitete Konzepte, sondern um einen Einblick in die Problematik.

Pflege und Unterhaltungsmarkt für Senioren

Fast jeder Mensch beschäftigt sich mit dem älter werden und den wenigsten gefällt die Vorstellung davon. Irgendwann ist jeder Mensch wieder an dem Punkt angelangt, wo er Hilfe benötigt. Es fängt bei Alltagsaufgaben an, z.B. Einkaufen, Kochen, Hausreinigung, geht weiter über Körperpflege, An- und Auskleiden bis zum Pflegefall und Begleitung in den letzten Stunden. Viele Senioren sind durch den schnellen technischen Wandel in der Gesellschaft (Handys, Internet usw.) überfordert und haben mitunter niemanden mehr der ihnen helfen kann. Sie sprechen ungern über Probleme und haben oft ein Misstrauen fremden Personen gegenüber. Hier könnte ein Sozialarbeiter ansetzen, der die Senioren bei ihren Alltagsproblemen unterstützt. Er könnte beratende Funktionen übernehmen bei alltäglichen, rechtlichen und finanziellen Problemen, Begleitung und Aufklärung leisten bei medizinischen und / oder Fragen zur Pflege. Auch für die Unterhaltung und Fitness könnte er die älteren Menschen unterstützen, indem er sie motiviert an z.B. Fahrten, Ausflügen oder Urlauben teilzunehmen.

Der Vorteil für den Senior ist, dass er es mit nur einer Person zu tun hat. Er kann viel besseres Vertrauen entwickeln als wenn er sich immer wieder mit unterschiedlichen Menschen auseinandersetzen muss. Bevor er sich abschottet und einschließt wird ihm geholfen, ein vollwertiger Teil der Gesellschaft zu bleiben, und den letzten Lebensabschnitt genießen zu können. Der Vorteil für die Sozialarbeiter ist, dass die ältere Generation (grade in Westdeutschland) über eine große Menge an eigenem Kapital verfügt, welches sie also privat für sich einsetzen könnten. Zusätzlich gibt es noch die Möglichkeit für die Sozialarbeiter, ein Konzept zusammen mit Alten- und Pflegeheimen zu entwickeln. So sind die Senioren dann nicht von der Privatperson finanziell abhängig sondern von einer Institution.

Was tun mit Gefahr? Der Markt für Sicherheit

Die Gewalt und die Verbrechen steigen stetig in der Bundesrepublik und viele Menschen leben mit der Angst davor. Gerade in den Großstädten gibt es Bezirke in denen, laut Statistik, ein hohes Maß an Gewalt vorherrscht. Die Zahl der Straftäter steigt und sie werden immer jünger. Zudem ist die Rückfallquote der jungen Straftäter alarmierend hoch. Hier hat sich in den letzten Jahren der Stand eher verschlechtert. Der Staat sowie einige Unternehmen wären sicher bereit, einiges an Geld zur Verfügung zu stellen, um dieser Entwicklung entgegen zu wirken. Hier sind dann Sozialarbeiter gefragt, die mit neuen gut durchdachten und ausgearbeiteten Konzepten als freie oder selbstständige Mitarbeiter Fuß fassen könnten.

Als erstes geht es darum Gewalt vorzubeugen und den Opfern sowie den potenziellen Tätern zu helfen. Durch Präventionsarbeit in den Schulen und in bestimmten Gegenden bzw. Stadtteilen kann der Gewalt entgegen gewirkt werden. Die Hilfe muss so angesetzt werden, dass die Gewalt oder die Verbrechen frühzeitig verhindert werden kann. Falls es nicht zum Erfolg geführt hat, muss den Tätern geholfen werden damit sie nicht wieder die gleichen Fehler begehen. Dabei geht es darum die Straftäter vernünftig zu resozialisieren und ihnen Chancen aufzuzeigen, sie zu unterstützen und ihnen beratend zur Seite zu stehen. Ein wichtiger Teil der potentiellen Aufgaben wird auch die Drogenberatung sein. Viele Verbrechen oder Gewalt werden unter Einfluss berauschender Mittel verübt.

Es gibt sicherlich Berufe wie den Bewährungshelfer der in diesem Gebiet tätig ist, aber trotzdem besteht noch viel Handlungsbedarf. Der Sozialarbeiter müsste sich in diese Thematik einarbeiten und die Handlungsweisen anderer Länder (z.B. Skandinavien, USA, usw.) bei seinen Überlegungen mit einbeziehen. Daraus muss er dann ein Konzept erarbeiten welches er mit seinen Dienstleistungen verkaufen kann. Wenn alles gut durchdacht und viel versprechend ist, hat er durchaus eine Chance seinen Weg als Gründer zu beschreiten. Theoretisch kann er sein Konzept sogar schützen lassen und es dann weiter verkaufen.

Soziale Aufgaben in Firmen: Betriebssozialarbeit

Eine weitere Möglichkeit für die Existenzgründung in der Sozialen Arbeit wäre der Ausbau der Betriebssozialarbeit mit dem Fokus auf Outsourcing von dem Unternehmen.

Immer mehr, gerade größere Unternehmen, haben Sozialarbeiter beschäftigt und diese Zahl wird in den nächsten Jahren stetig zunehmen. Der Betriebssozialarbeiter hat die verschiedensten Aufgaben in den Unternehmen, er ist das verbindende Glied zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Er übernimmt betriebliche Aufgaben wie die Abwicklung der Einstellung neuer Arbeitnehmer (Bewerbungsgespräche; Abklärung und Beantragung von Lohnkostenzuschüssen), Psychosoziale Betreuung und Begleitung im Arbeitsleben (z.B. Konfliktlösung), Planung und Durchführung von Qualifizierungsmaßnahmen und Zusammenarbeit mit zuständigen Institutionen (z.B. Arbeitsamt, Sozialamt, Integrationsamt, LVA usw.). Außerdem steht er bei Hilfestellungen in privaten Lebenssituationen zur Verfügung wie z. B. psychosoziale Betreuung und Begleitung bei sozialen Problemlagen (Beratung und Hilfestellung bei Überschuldung; Sucht; Krankheit etc.), sozialanwaltschaftliche Interessenvertretung (z.B. gegenüber Ämtern; Hilfe bei Antragstellungen, Schriftverkehr mit Behörden und Institutionen), Zusammenarbeit mit regionalen psychosozialen Diensten (z.B. Suchtberatung; psychosozialer Dienst; Krankenhaus; Ärzte). Es ist ein sehr umfangreiches Berufsfeld und es sollten zusätzlich zum Studium auch noch weitere Qualifikationen vorhanden sein, z.B. Konfliktberatung, Supervision, Schuldner- oder Drogenberatung. Für die Unternehmen ist es von großer Bedeutung, dass es den Arbeitnehmern „gut“ geht. Dann herrscht ein gutes Betriebsklima und die höchste Arbeitsmoral. Die Krankschreibungen gehen zurück und die Produktivität des Unternehmens wird gesteigert. Für den Arbeitnehmer ist der Vorteil, dass er individuell betreut wird und ihm auch über seine „normale“ Arbeit hinaus geholfen werden kann. So kann nicht nur ihm sondern auch seiner Familie geholfen werden.

Der Vorteil für das Unternehmen ist, dass durch den Einsatz von Betriebssozialarbeitern die als Selbstständige arbeiten der Bedarf besser planbar ist. Sie können dann eingesetzt werden, wenn sie gebraucht werden.

Die Unternehmen können einzelne Module buchen und so ein Paket nach ihren persönlichen Vorstellungen zusammen schnüren. Die Sozialarbeiter können sich auf einzelne Bereiche spezialisieren und in mehreren Unternehmen ähnliche Dienstleistungen anbieten. Sie brauchen zudem keine eigenen Büros, Beratungsräume oder sonstige Gebäude. Ihnen werden die notwendigen Räumlichkeiten oft von den Unternehmen zur Verfügung gestellt. Das reduziert die Kosten für die Existenzgründer und bietet die Möglichkeit ihre Dienstleistungen konkurrenzfähig zu verkaufen. So haben beide Seiten einen Vorteil von der selbständigen Arbeit eines Betriebssozialarbeiters in einem Unternehmen.

Diesen Punkt möchte ich anhand eines kurzen Businessplans beschreiben.

6.1 Zusammenfassung:

Gründung des Unternehmens „Freie BSA“. (BSA= Betriebssozialarbeit)

Der Gründer ist Dennis Orłowski.

Das Unternehmen Freie BSA wird selbstständige Betriebssozialarbeit anbieten, also Dienstleistungen im Bereich der Sozialen mit dem Schwerpunkt der Netzwerkarbeit. Besonders hierbei sind die flexiblen Einsatzmöglichkeiten für den Gründer und das Unternehmen. Es kann aus einer Vielzahl von Angeboten gewählt werden. Die auch über die Leistungen der Sozialen Arbeit hinausgehen. Als Kunden kommen mittlere und große Unternehmen in Frage, die einen Bedarf an Sozialarbeitern bzw. ihren Dienstleistungen haben. Die Kunden werden über verschiedene Wege erreicht, zum Beispiel über Anzeigen in Zeitungen und Fachzeitschriften, über die eigene Internetseite, über Vorstellungen und Präsentationen in Unternehmen, über Flyer, über die Netzwerkpartner und später über Mund zu Mund Propaganda.

Der Gesamtkapitalbedarf ist ziemlich gering, da die hauptsächliche Arbeit in den Unternehmen stattfindet und diese die Räumlichkeiten stellen. Der Rest kann von zu Hause erledigt werden. Ein Auto, Computer und Zubehör sind allerdings essentiell für die Arbeit. Zusätzliche Kosten entstehen für Werbung, Steigerung des Bekanntheitsgrades, Vorbereitung und Planung der Unterlagen

und Konzepte, Genehmigungen und Schulungen zur Vorbereitung der Existenzgründung. Der Gesamtkapitalbedarf wird ca. 6000€ betragen. Der Start der Gründung liegt in näherer Zukunft, in einem Zeitraum zwischen 7 bis 12 Monaten.

6.2 Die Geschäftsidee

Der Trend zur Dienstleistung nimmt auch in Deutschland immer mehr zu. Zum einem ist es der Wettbewerbs- und Kostendruck, der die Unternehmen zwingt einzelne Bereiche an Dienstleistungen auszugliedern und im Privatbereich sind es die steuerlichen Absetzungsmöglichkeiten soziale Dienstleistungen die zu einer Belebung des Markes führen.

Ein sehr interessanter Bereich für eine Existenzgründung in der Sozialen Arbeit ist die selbstständige Betriebssozialarbeit.

Die Aufgaben und Arbeitsfelder der Betriebssozialarbeit haben sich in den letzten Jahren stark verändert. Die Arbeit ist facettenreicher geworden und es beschäftigen heute schon einige Unternehmen Sozialarbeiter/Pädagogen als fest angestellte Arbeitnehmer.

Die Idee ist es die Betriebssozialarbeit als Selbstständige Sozialarbeiter für Unternehmen anzubieten. Der Vorteil für die Unternehmen liegt auf der Hand, sie können die Dienstleistungen nutzen, wenn sie benötigt werden. Danach ist die Zusammenarbeit beendet und die Unternehmen müssen sich keine Gedanken mehr machen, wie sie die Sozialarbeiter weiter beschäftigen. Es können bestimmte Angebote zusammengestellt werden und auf die Bedürfnisse des Unternehmens zugeschnitten werden. Das Unternehmen hat durch die Dienstleistungen eine Vielzahl von Vorteilen. Der Sozialarbeiter steht als verbindendes Glied zwischen Vorstand/ Chefs und Arbeitnehmern. Außerdem hilft er bei den individuellen Problemen der gesamten Belegschaft was zu einer besseren Arbeitsmoral und Produktivität führt.

Aus meiner Sicht wird einen längere Zusammenarbeit fokussiert aber es könnte sich auch um kürzere Einsätze handeln. Von besonderer Bedeutung sind dabei die eingebrachten Qualifikationen des Gründers, die es ermöglichen ein kompetentes, viel versprechendes und zielorientiertes Konzept anzubieten. Durch die erworbenen Qualifikationen kann er ein Dienstleistungsangebot

erstellen, das so in der Betriebssozialarbeit nicht vorhanden ist. Außerdem ist er flexibel einsetzbar und er kann so auch in mehreren Unternehmen parallel arbeiten.

In der Betriebssozialarbeit gibt es die verschiedensten Möglichkeiten der Weiterentwicklung von Dienstleistungen. So auch in diesem Unternehmen. Der Gründer hat die Fähigkeiten sich individuell auf neue Leistungen und Wünsche der Unternehmen oder Teilnehmer an Projekten einzustellen, diese weiterzuentwickeln und zu Konzeptionisieren.

Unternehmensziele:

Neben der Befriedigung der Kundenwünsche durch ein stets qualitativ hochwertiges und differenziertes Leistungsangebot, sind die Erzielung von Gewinn und das Unternehmenswachstum weitere Ziele. Aufgrund der allgemeinen Entwicklung, ist damit zu rechnen, dass sich der Trend zur Inanspruchnahme von Dienstleistungen in diesem Bereich weiter fortsetzen wird.

Die folgenden Ziele möchten ich mit dem Unternehmen erreichen:

- Kurzfristiges Ziel (0 – 6 Monate)
Erfolgreiche Überwindung der Startphase
Aufbau Kundenstamm
Auslastung mindestens 50%

- Mittelfristiges Ziel (7 - 12 Monate)
Erhaltung des Kundenstammes und Gewinnung von Neukunden
Ausbau des Leistungskataloges
Auslastung ca. 80%

- Langfristiges Ziel (13 – 24 Monate)
Vollauslastung
Einstellen von Mitarbeitern und weitere Expansion

3. Dienstleistungen:

In dem geplanten Projekt der Existenzgründung in der Betriebssozialarbeit bestimmt der Kunde selbst die Zusammensetzung des Produkts. Dabei sind zum einen die Dauer der genutzten Dienstleistungen und zum anderen deren Kombination zu berücksichtigen.

Diese setzen sich zusammen aus einer Kombination von verschiedenen Einzelleistungen:

1. Hilfestellung im Unternehmen:

- Psychosoziale Betreuung / Unterstützung von Mitarbeitern
- Einzel-/Teamberatung, Supervision; Konfliktlösungsmodelle; Gruppendynamik
- Unterstützung bei Betriebseinmündung
- Begleitung Bewerbungsgespräche; Sozialanamnese
- Organisation & Umsetzung von Qualifikationsverfahren
- Netzwerkarbeit mit Institutionen (Arbeitsamt, Sozialamt, LVA)

2. Hilfestellung im Privatleben

- Psychosoziale Betreuung / Unterstützung bei privaten Konflikten
- Beratung & Unterstützung bei Schulden, Krankheit, Sucht etc.
- Sozialpädagogische Rechtsberatung
- Hilfestellung Ämter, Anträge, behördliche Kommunikation
- Kooperation mit psychosozialen Diensten

Das besondere Angebot der Leistungen:

Der Gründer bietet individuelle und flexible Angebotsmöglichkeiten abhängig vom beauftragten Unternehmen. Mit einem besonderen Augenmerk auf die interne sowohl auch externe Netzwerkarbeit. Dadurch lässt sich ergänzen, dass

er den Bereich der Sozialen Arbeit abdeckt der für Unternehmen essentiell ist. Die Angebote richten sich dabei Führungskräfte sowie auch „einfache“ Arbeitnehmer. Durch die Hilfe zur Selbsthilfe wird bei den Teilnehmern die Motivation gesteigert, bei Problemen geholfen bzw. diesen entgegengewirkt. Das führt zu einer Steigerung der Arbeitskraft und kommt dadurch dem Unternehmen wieder zugute.

Entwicklungsstand der Dienstleistungen

Der Start der Dienstleistungen könnte sehr schnell abgewickelt werden, weil dafür keine Maschinen oder ähnliches nötig sind. Das benötigte Know-how ist vorhanden. Es müssen lediglich Unterlagen vorbereitet werden, was aber keine allzu große Mühe macht. Es wurde beschlossen, dass die Unternehmung Existenzgründung aber erst in einer Zeit zwischen sieben und zwölf Monaten starten soll. Diese Zeit sollte ausreichen sich gut vorzubereiten und informieren, zusätzlich können Konzepte erstellt werden und alle nötigen Vorbereitungen abgeschlossen werden.

Um pünktlich mit der Arbeit beginnen zu können sollte die Vermarktung der Dienstleistungen ca. in 6 Monaten beginnen. Damit dann zum Start auch Aufträge vorhanden sind. Dazu später mehr beim Punkt 5. Marketing/ Werbung

Gesetzliche Formalitäten sind nicht extra zu erledigen. Die benötigten Qualifikationen sind bei beiden Gründerpersonen vorhanden zusätzlich liegen zertifizierte Zusatzqualifikationen vor. Extra erworben werden muss vor dem Start nix mehr.

6.4 Marktübersicht:

Die Kunden sind mittelständige und große Unternehmen mit einem hohen Stand an Arbeitnehmern. Da die Dienstleistungen sich an Menschen orientieren. Durch das selbständige Arbeiten ist es Sinnvoll sich dort anzusiedeln, wo auch viele Unternehmen dieser Größe vorhanden sind. In der Planung ist es im Großraum Köln/ Bonn. Von hier aus lassen sich viele Unternehmen in kurzer Zeit erreichen. Bei den Unternehmen gibt es keine spezielle Zielgruppe, es können branchenübergreifend alle Arten von

Unternehmen in Frage kommen. Bei dem Einsatz ist der Sozialarbeiter flexibel. Es wird eine enge Zusammenarbeit mit wenigen Unternehmen über einen längeren Zeitraum angestrebt. Aber prinzipiell kann es sich auch um mehrere kurze Einsätze handeln.

Konkurrenz gibt es in diesem Bereich nur von den in Unternehmen fest beschäftigten Sozialarbeitern. Selbstständige Betriebssozialarbeit ist mir nicht bekannt. Der Vorteil des Einsatzes der selbständigen Betriebssozialarbeit ist die flexible Einsatzmöglichkeit. Diese spart Kosten für das Unternehmen.

Außerdem kann so bestimmt werden, welche Leistungen benötigt werden. Der Standort ist bei dieser Geschäftsidee nebensächlich. Weil keine Büroräume oder ähnliches für den Sozialarbeiter benötigt werden. Die einzige wichtige Überlegung ist die gute Anbindung und Erreichbarkeit der Unternehmen mit denen eine Zusammenarbeit fokussiert wird.

6.5 Marketing

Preis: Der Preis richtet sich nach den vollbrachten Dienstleistungen. Dabei ist es nötig, dass der Sozialarbeiter transparent arbeitet und einen Nachweis über seine Leistungen erbringt. Durch die Selbständigkeit muss sich der Gründer alleine absichern, deshalb ist es notwendig alle Kosten durch zu planen. Da es wenig Konkurrenz in diesem Bereich gibt muss der Preis nicht gedrückt werden und kann real kalkuliert werden. Als selbstständiger Unternehmer kann auf Honorar Basis gerechnet werden. Es sollte anhand von Kalkulationen ein Preis von ungefähr 32€ pro Stunde veranschlagt werden um alle Kosten decken zu können. Hilfe und Vorschläge hierbei sind auch vom Dachverband der Sozialen Arbeit zu erhalten.

Werbung: Um die Ausgaben nicht unnötig hoch zu treiben sollte eine geschickte Werbestrategie gewählt werden. Durch Anzeigen in Tages- und Fachzeitungen erreicht man viele potentielle Kunden. Zusätzlich können Flyer verteilt werden. Außerdem ist es wichtig bei den Unternehmen persönlich vorstellig zu werden um so in eigener Sache zu werben.

6.6 Unternehmerorganisation

- Gründerperson: Dennis Orlowski, verheiratet und 1 Kind 12 Jahre alt. 37 Jahre alt, Dipl. Sozialarbeiter, Frau 39 Jahre alt, Polizei-Hauptkommissarin, gehobener Dienst, Planstelle
- Qualifikationen: Abschlüsse: Diplom Sozialarbeiter/ Sozialpädagoge (FH), Supervisor, Schuldenberater, Drogenberater
Zusätzliche Qualifikationen: Konfliktmanagement, Gruppendynamik, Training in Teamfähigkeit und Motivation stärken, Führen von Gruppen und Personal, steigern und ausbilden von Führungsqualitäten
- Ausbildung: Abitur: bis 1993, Studium Soziale Arbeit bis 1997, DRK bis 2002 (Ausbildung Sucht/ Schuldnerberatung), bis 2005 Bildungsträger DEKRA Akademie GmbH (geförderte Fortbildungen, Projektleitung, später Fortbildungen Leiten, Dozentenstatus, Leitung und Planung von Qualifikationsmaßnahmen), bis 2011 Betriebssozialarbeit (Aufgaben des Berufsfeldes mit Vertiefung der vorher erworbenen Fähigkeiten, Netzwerkarbeit, Arbeitskreise)
- Branchenkenntnisse: 14 Jahre Berufserfahrung als Sozialarbeiter auch in Gebieten der Betriebssozialarbeit. 6 Jahre Erfahrung in der Betriebssozialarbeit in einem großen Unternehmen. Einbindung der externen Netzwerke und Arbeitskreise, Kontakte
- Stärken: Viele Qualifikationen und Erfahrungen im Berufsfeld und spezielle Qualifikationen in der Betriebssozialarbeit. Großes externes Netzwerk
- Defizite: Keine Kaufmännischen Kenntnisse oder Qualifikationen

- Aufgaben: beratene und qualifizierende Tätigkeiten in den Obengenannten Bereichen. Netzwerkarbeit
- Controlling: Interne Fragebögen zur Auswertung und Verbesserung des Qualitätsmanagement, Erstellen und auswerten von Übersichten der Internen Kontrollen, Teamberatungen, Vergleiche einholen von anderen Unternehmen aus der Branche

Als Rechtsform ist ein Einzelunternehmen mit allen dazugehörigen Rechten und Pflichten vorgesehen. Dies ist eine ideale Form für den Einstieg in die Selbstständigkeit. Ohne Eintrag ins Handelsregister, kann aber später noch folgen.

Auf Mitarbeiter wird zu Start der Unternehmensgründung verzichtet. Es wird aber für die Zukunft angedacht zu expandieren und dann auch Mitarbeiter einzustellen.

6.7 Finanzierung:

Der Gesamtkapitalbedarf wird auf 6000€ geschätzt. Die Schätzung beruht auf Kostenvoranschlägen für Technik wie Computer, Drucker mit Kopier und Papier usw. Information über Kosten für Werbeanzeige usw. Zur Sicherheit ist ein Eigenanteil von 10.000€ erspart worden. Es wird auf Fremdkapital verzichtet um sich nicht von Anfang an zu verschulden. Dieses ist auch möglich durch den guten Verdienst der Ehefrau. Die 4000€ dienen gleichzeitig als Liquiditätsreserve für die Startphase. Es wurde zusätzlich errechnet, dass das Einkommen der Ehefrau und das Privatvermögen reicht um die Familie über eine Zeitraum von 36 Monaten abzusichern, bei gleich bleibendem Lebensstandard.

- Anlagen: Lebenslauf
Zeugnisse
Vermögensaufstellung und Übersicht von Sicherheiten
Liquiditätsplan

Kostenvoranschläge

Finanzierungsplan

Vorlagen Verträge, z.B. Honorarvertrag

Auf die Anlagen wurde bei dieser Arbeit verzichtet, weil es sich teilweise um fiktive Planungen handelt und weil es den Umfang der Arbeit nicht entspricht. Ich bitte diese zu berücksichtigen.

7. Fazit

Die Möglichkeit sich eine eigene Existenz in der Sozialen Arbeit aufzubauen, ist durchaus gut. Auch wenn es auf den ersten Blick als schwierig erscheint, gibt es doch verschiedene viel versprechende Ansätze. Ein Vorteil ist die unglaublich große Vielfalt die mit dem Beruf des Sozialarbeiters einhergeht. Es bedeutet aber auch, das man sich ausgiebig damit beschäftigen muss. Eine gute Planung ist essentiell für jeden Gründer, das sollte unter keinen Umständen unterschätzt werden. Durch eine gute Vorarbeit und Planung erhöhen sich die Chancen deutlich, dass die Gründung auch von Erfolg gekrönt ist. Ein Hauptaugenmerk liegt auf der Ausarbeitung des Businessplanes. Er ist zum einen wichtig für Finanzierungsgespräche mit potentiellen Geldgebern. Weiterhin können dadurch wichtige Schritte der Existenzgründung geplant und auch später in der Praxis überprüfen werden. Ein Fehler wäre es zu Denken, dass man alles alleine und ohne Hilfe bewerkstelligen könnte. Es gibt gut ausgebildete Fachkräfte z.B. Unternehmensberater die einen bei dem Schritt als Gründer/innen mit ihrem Know-how unterstützen können. Diese Hilfe sollte auf jeden Fall angenommen werden. Das heißt, dass der Weg zur eigenen Existenz in der Sozialen Arbeit, aber auch in anderen Berufsfeldern, sehr steinig sein kann. Gerade durch die oft sehr theoretische und lange dauernde Vorarbeit werden die Weichen für die hoffentlich positive Umsetzung gestellt. Ich denke aber, dass eine Gründung in der Sozialen Arbeit nicht direkt nach dem Studium zu empfehlen ist. Es sollten sich wichtige Zusatzqualifikationen angeeignet werden. Diese sind in fast allen Bereichen notwendig, zum Beispiel Konfliktbewältigung, Supervision, beraten in verschiedensten Bereichen wie Sucht, Schulden, Recht usw. Weiterhin sollte für eine Existenzgründung ein gewisses Eigenkapital vorhanden sein, das erst erarbeitet werden muss und in der Regel nach einem Studium nicht vorhanden ist. Abschließend würde ich sagen, dass sich die Gründung in der Sozialen Arbeit durchaus lohnen kann. Es ist eine Möglichkeit sich selber zu verwirklichen, unabhängig zu sein, und einen neuen Weg auszuprobieren.

8. Quellenverzeichnis

Berthold, Christian: Soziale Unternehmen erfolgreich führen. In: Beck, Martin (Hrsg.): Handbuch Sozialmanagement. Stuttgart 2000

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Hebestreit, Regina/Geisen Bernd. Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit. Berlin 2010

Dieterle, Willi: Unternehmensgründung – Handbuch des Gründungs-Managements. Vahlen 1990

Geisbüsch, Hans-Georg: Marketing - Grundlagen, Instrumente und praktische Anwendungen. Landsberg/Lech 1991

Gönner, Kurt u.a. Spezielle Betriebswirtschaftslehre. Bad Homburg 1999

Hanisch, Dirk/Kröner, Steffen/Diana, Schulten: Recht für Existenzgründer - Rechtsform, Haftung, Verträge, Steuern. Leipzig 2000

Heucher, Martin/Ilar, Daniel/Kubr, Thomas: Planen, gründen, wachsen. Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg. Kessler 2001

Hiam, Alexander: Marketing für Dummies. Frenchen 1997

Hofmeister, Roman: Der Businessplan – Geschäftsidee prüfen, Firmengründung planen, Finanzierung sichern. Frankfurt/Wien 1996

Klug, Wolfgang: Wohlfahrtsverbände zwischen Markt, Staat und Selbsthilfe. Freiburg 1997

Knorr, Friedhelm/Offer, Hans: Betriebswirtschaftslehre - Grundlagen für die Soziale Arbeit. München 1999

Kothler, Philip/Bliemel, Friedhelm: Marketing Management – Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung. Stuttgart 1999

Mangold, Klaus: Die Zukunft der Dienstleistung -Fakten - Erfahrungen – Visionen. Wiesbaden 1997

Meffert, Heribert: Marketing - Grundlagen der Absatzpolitik Wiesbaden 1991

Mühlum, Albert: Sozialarbeit und Sozialpädagogik ein Vergleich. Frankfurt am Main 1996

Nieschlag, Robert/Dichtl, Erwin/Hörschgen, Hans: Marketing. Berlin 1994

Nodes, Wilfried: Selbstständigkeit in der Sozialen Arbeit. In: Forum Sozial 1 (2000)

Rasner, Carsten/Füser, Karsten/Faix, Werner: Das Existenzgründer- Buch. Von der Geschäftsidee zum sicheren Geschäftserfolg. Landsberg/Lech 1999

Wilken, Udo: Zwischen Ethik und Effizienz – Sozialmanagement und Marketingorientierung sozialer Organisationen. Hildesheim 1995

9. Eidesstattliche Erklärung

Hiermit versichere ich eidesstattlich, die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig und lediglich unter Benutzung der angegebenen Quellen und Hilfsmittel verfasst zu haben. Alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen, welche Veröffentlichungen entnommen sind, wurden als solche kenntlich gemacht.

Neubrandenburg 26.06.2011

Dennis Orłowski