

Scrapbook für Existenzgründer

Schritt für Schritt Notizbuch für Deine Existenzgründung

von

André Hintz

Steuerberater / Wirtschaftsprüfer

Impressum



© 2024 André Hintz (Steuerberater / Wirtschaftsprüfer)
Webseite: www.notizbuch.digital

Druck und Distribution im Auftrag des Autors:
tredition GmbH, Heinz-Beusen-Stieg 5, 22926 Ahrensburg, Germany

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Für die Inhalte ist der Autor verantwortlich. Jede Verwertung ist ohne seine Zustimmung unzulässig. Die Publikation und Verbreitung erfolgen im Auftrag des Autors, zu erreichen unter:

André Hintz, Steuerberater / Wirtschaftsprüfer
c/o Fachberatung für Unternehmertum UG (haftungsbeschränkt)
Thomas-Mann-Straße 35
53111 Bonn, Germany

Inhalt

A.	Von der Idee zum Businessplan	1
1.	Schritt „Die Idee“.....	1
2.	Schritt „Der Gründer“	1
3.	Schritt „Vergleiche“.....	1
4.	Schritt „Dein Produkt“.....	3
5.	Schritt „Deine Kunden“.....	5
6.	Schritt „Dein Markt“	9
7.	Schritt „Dein Preis“	11
7.1.	Schritt „Gründungskosten“	13
7.2.	Schritt „Investitionen“	15
7.3.	Schritt „Wareneinsatz“.....	19
7.4.	Schritt „Personalkosten“.....	21
7.5.	Schritt „Verwaltungskosten“	23
7.6.	Schritt „Produktpreis“.....	27
8.	Schritt „Schreiben des Businessplans“	29
8.1.	Schritt „Erläuterungsteil“.....	29
8.2.	Schritt „kalkulatorische Teil“	43
9.	Schritt „Zusammenfassung“.....	53
B.	Gründung eines Unternehmens	55
1.	Einzelunternehmer / Freiberufler	61
1.1.	Formalitäten.....	61
1.2.	Haftung	63
1.3.	Buchführung / Steuern / Jahresabschlüsse.....	63
2.	Kapitalgesellschaft	65
2.1.	Formalitäten.....	65
2.2.	Haftung	73
2.3.	Buchführung/ Steuern/ Jahresabschlüsse.....	77
3.	Personengesellschaft	79
3.1.	Formalitäten.....	79
3.2.	Haftung	81
3.3.	Buchführung / Steuern / Jahresabschlüsse.....	83
4.	Einrichten des Betriebs	85
C.	Buchführung für Anfänger.....	87
1.	Warum machst Du das eigentlich?	89
2.	Bilanzierung oder Einnahmen-Überschuss-Rechnung	91

3.	Grundsätze ordnungsgemäßer Buchführung	97
3.1.	Richtigkeit und Willkürfreiheit:.....	99
3.2.	Klarheit und Übersichtlichkeit.....	101
3.3.	Einzelbewertung	103
3.4.	Vollständigkeit.....	104
3.5.	Unveränderbarkeit.....	107
3.6.	Aufbewahrungspflicht	109
4.	Buchführung in der Praxis	111
4.1.	Aufbewahrung von Unterlagen.....	111
4.2.	Kassenführung	113
4.3.	Buchungsbeispiele	117
4.4.	Rechnungen	127
D.	Basiswissen Steuern	131
1.	Umsatzsteuer.....	133
1.1.	Systematik	135
1.2.	Steuerbar	137
1.3.	Steuerpflichtig.....	139
1.4.	Steuersatz	143
1.5.	Abgabefristen.....	147
1.6.	Zahllast	149
1.7.	Vorsteuerabzug	151
1.8.	Kleinunternehmerregelung	153
1.9.	Innergemeinschaftliche Geschäfte	155
1.10.	Übertragung der Steuerschuldnerschaft.....	159
2.	Steuern von Einkommen und Ertrag.....	161
2.1.	Einkommensteuer.....	165
2.2.	Körperschaftsteuer.....	171
2.3.	Gewerbesteuer	173
2.4.	Kleiner Vergleich der Rechtsformen.....	177
E.	Arbeitnehmer	181
1.	Schritt „Unternehmensnummer von der	183
	Berufsgenossenschaft“	183
2.	Schritt „Betriebsnummer von der Bundesarbeitsagentur“	189
3.	Schritt „Lohnsteuer beim Finanzamt“	191
4.	Schritt „Sozialversicherungsbeiträge an die Krankenkassen“	193
5.	Schritt „Prüfung durch die Deutsche Rentenversicherung“	199

5.1.	Künstlersozialkasse.....	201
5.2.	Statusfeststellung GmbH Geschäftsführer	203
5.3.	Scheinselbständigkeit	203
6.	Arbeitnehmertypen.....	209
6.1.	Informationspflichten.....	209
6.2.	Midijobs.....	211
6.3.	Minijobs.....	213
6.4.	Werkstudenten	215
6.5.	Rentner.....	215
6.6.	Anzahl der Mitarbeiter	217
F.	Bürokratie.....	221
1.	Datenschutz	221
2.	Whistleblower	225
3.	Geldwäsche.....	227
4.	Öffentliche Beiträge	229
4.1.	Rundfunkbeitrag.....	229
4.2.	GEMA	233
4.3.	IHK/ Handwerkskammer/ Freiberuflerkammern	235
5.	Sicherheit.....	239
5.1.	Ersthelfer	239
5.2.	Brandschutz	241
6.	Statistiken.....	243
7.	Netzwerke.....	245
G.	Schlussworte.....	247

A. Von der Idee zum Businessplan

Eine kreative Idee sprudelt in Dir und Du möchtest daraus ein Geschäftsmodell entwickeln. Deshalb wollen wir hier in diesem Abschnitt aus Deiner Idee einen Businessplan entwickeln.

1. Schritt „Die Idee“

Skizziere Deine Idee/ Dein Produkt in Bildern oder wenigen Worten.

Wer soll Dein zukünftiger Kunde sein? Ordne diesem 3 - 5 Attribute zu.

2. Schritt „Der Gründer“

Beschreibe Dich und Deine Stärken in Stichworten und überlege dabei, was Du gerne machen möchtest. Was bereitet Dir Spaß und Freude?

3. Schritt „Vergleiche“

Überprüfe nun ob Deine Idee im Schritt 1 zu Deinen Stärken und Vorlieben aus Schritt 2 passen.

Hier ein Beispiel

“Obwohl mein Herz für das Kochen schlägt, verbringe ich den Großteil meiner Zeit mit Buchhaltungsaufgaben. Während jemand, der Zahlen liebt, vielleicht nicht der beste Koch ist, könnte er dennoch als Gastronomie-Controller im Hintergrund arbeiten, um den betrieblichen Erfolg zu maximieren.”

4. Schritt „Dein Produkt“

Beschreibe Dein Produkt so vollständig und genau wie möglich. Konzentriere Dich dabei auf die wesentlichen Eigenschaften, insbesondere die Einzigartigkeit sowie das Alleinstellungsmerkmal Deines Produktes. Dabei können die folgenden Beispiele helfen, um herauszufinden, was es einzigartig macht:

1. Design: Das Aussehen, die Formgebung oder die ästhetische Gestaltung des Produkts können es von anderen Produkten auf dem Markt abheben.
2. Technologische Innovation: Neue Technologien, Funktionen oder technische Aspekte, die in das Produkt integriert sind, machen es unverwechselbar.
3. Qualität und Handwerkskunst: Eine hohe Produktqualität, die durch sorgfältige Herstellung und hochwertige Materialien erreicht wird, sorgen für Einmaligkeit.

4. Kundennutzen und Mehrwert: Ein Produkt, das die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden optimal erfüllt oder darüber hinaus einen zusätzlichen Nutzen bietet, kann sich von anderen Produkten abheben.
5. Markenimage und -geschichte: Die Marke hinter einem Produkt, ihre Geschichte, Werte und Reputation können es beispiellos machen und eine emotionale Verbindung zu den Kunden herstellen.
6. Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit: Produkte, die nachhaltig hergestellt sind, umweltfreundliche Materialien verwenden oder einen positiven Beitrag zur Umwelt leisten, können sich so von Mitbewerbern abgrenzen.
7. Individualisierung und Personalisierung: Der Kunde kann das Produkt personalisieren, um es genauer auf seine Bedürfnisse auszurichten.

5. Schritt „Deine Kunden“

Identifiziere und analysiere deine Zielgruppen, um zu verstehen, wer deine potenziellen Kunden sind, welche Bedürfnisse sie haben und ob dein Produkt diese Bedürfnisse erfüllen kann.

Hier ein paar Beispiele, wie man die Probleme der Kunden herausfinden kann.

1. Aktives Zuhören: Höre aufmerksam zu, wenn der Kunde über seine Probleme spricht. Zeige ihm, dass du seine Anliegen ernst nimmst.
2. Stelle Fragen: Frage gezielt nach, um die genauen Details des Problems zu verstehen und Bedürfnisse zu ermitteln.
3. Analysiere das Problem: Versuche, seine Probleme zu analysieren und mögliche Ursachen oder Lösungsansätze zu identifizieren.
4. Biete Lösungsvorschläge an: Basierend auf deiner Analyse und deinem Verständnis des Problems kannst du dem Kunden konkrete Lösungsvorschläge präsentieren.
5. Gib dem Kunden verschiedene Optionen: Zeige ihm verschiedene Lösungsmöglichkeiten, aus denen er wählen kann, um seine Bedürfnisse und Erwartungen zu erfüllen.
6. Beweise Empathie und Geduld: Sei einfühlsam und nimm dir Zeit im Umgang mit dem Kunden. Gib ihm das Gefühl, dass du seine Probleme ernst nimmst und dich um eine Lösung bemühst.
7. Biete Unterstützung an: Steh dem Kunden bei der Umsetzung der Lösung zur Seite und sorge dafür, dass er sich auch nach der Problemlösung unterstützt fühlt.

Wenn Du Deine Kunden verstanden hast, überprüfe, ob es Anpassungen an Deinem Produkt geben muss.

6. Schritt „Dein Markt“

Der nächste Schritt ist die Analyse Deines Marktes. Neben den Eigenschaften Deines Produktes und den Problemen Deiner Kunden ist es wichtig, zu wissen, wie sich das wirtschaftliche Umfeld verhält.

1. Wettbewerbsanalyse: Untersuche deine Mitbewerber und analysiere deren Angebot, Positionierung, Stärken und Schwächen. So erhältst du Einblicke, wie du dich von der Konkurrenz abheben und einzigartige Vorteile bieten kannst.
2. Markttrends und -bedarf: Analysiere die aktuellen Markttrends und den Bedarf in der Branche. Gibt es eine Nachfrage nach einem Produkt wie dem deinem?
3. Umfrage und Feedback einholen: Führe Umfragen, Interviews oder Feedbackrunden mit potenziellen Kunden durch, um ihre Meinungen, Bedürfnisse und Interessen zu ermitteln. Dies kann dir Hinweise darauf geben, ob es einen Bedarf für dein Produkt gibt.

4. Testphasen und Prototypen: Entwickle Testphasen oder Prototypen deines Produkts, um es potenziellen Kunden vorzustellen und Feedback einzuholen. So kannst du auf potenzielle Marktnischen eingehen und das Produkt an die Bedürfnisse anpassen.

5. Skalierbarkeit und Zukunftsperspektiven: Überlege, wie skalierbar dein Produkt ist und welche Zukunftsperspektiven es bietet. Eine realistische Einschätzung des Marktpotenzials und des langfristigen Nutzens sind wichtig.

6. Standortanalyse: Sie umfasst die Untersuchung verschiedener Faktoren wie demografische Daten, Konkurrenzanalyse, Infrastruktur, Zugänglichkeit, Kundenzugang, Attraktivität des Standorts und rechtliche Vorschriften.

7. Schritt „Dein Preis“

Dein Produktpreis hängt von vielen Faktoren ab. Deshalb müssen wir hier anfangen, die Kosten Deines Unternehmens zusammenzutragen.

Hierzu teilen wir die Kosten in fünf Kategorien:

- Gründungskosten: Diese werden nur einmalig zu Beginn anfallen.
- Investitionen: Hier geht u.a. um Maschinen, Einrichtungen fürs Büro, Computer etc.