

MARKUS WOLLENWEBER

Selbstständig – *aber richtig!*

Der Praxisleitfaden für deine
erfolgreiche Unternehmensgründung



Praxisnah.



Verständlich.



Strukturiert.



Motivierend.

Mit
Checklisten,
Vorlagen und
wertvollen
Tipps.

*Dein Traum.
Dein Plan.
Dein Unternehmen.*

Leseprobe | 8 Seiten

KI-Bild

Bevor wir starten

Vielleicht trägst du deine Geschäftsidee schon lange mit dir herum. Vielleicht ist der Wunsch nach einem eigenen Unternehmen erst vor Kurzem entstanden. In beiden Fällen beginnt jetzt der Teil, in dem aus einer Vorstellung eine echte unternehmerische Entscheidung wird.

Vielleicht kennst du auch die Reaktionen aus deinem Umfeld: „Willst du dir das wirklich antun?“ - „Du hast doch einen sicheren Job.“ - „Davon kann man doch nicht leben.“ Solche Sätze sind nicht immer böse gemeint. Oft steckt Sorge dahinter. Trotzdem sollte deine Entscheidung nicht davon abhängen, ob andere Menschen deine Begeisterung teilen. Es ist dein Weg.

Dieses Buch will dir aber genauso wenig erzählen, dass du nur fest genug an dich glauben musst und dann alles funktioniert. Begeisterung ist ein großartiger Grund anzufangen. Sie reicht aber nicht aus, um dauerhaft von einem Unternehmen leben zu können.

Ich bin Gründercoach und seit 34 Jahren selbstständig. In dieser Zeit habe ich erlebt, wie aus kleinen Ideen stabile Unternehmen wurden. Ich habe aber auch gesehen, wie gute Ideen ins Straucheln geraten sind, weil Zahlen, Organisation, Kunden oder rechtliche Fragen zu spät ernst genommen wurden.

Aus einem Traum muss irgendwann ein Unternehmen werden. Dein Unternehmen soll Betriebskosten, Steuern und Versicherungen tragen. Es soll deinen Lebensunterhalt finanzieren können und vielleicht auch den deiner Familie. Es braucht Rücklagen für Investitionen, Urlaub und schwierigere Phasen. Wenn eine hauptberufliche Selbstständigkeit dauerhaft nur funktioniert, weil du Altersvorsorge, Reserve oder angemessene Absicherung weglässt, solltest du die Tragfähigkeit noch einmal ehrlich prüfen.

Eine Gewerbeanmeldung ist deshalb noch keine Unternehmensgründung im wirtschaftlichen Sinn. Entscheidend sind Fragen wie: Gibt es Nachfrage? Welcher Preis ist notwendig? Wie viel Umsatz brauchst du? Welche Kosten entstehen? Wie lange reicht dein Geld? Was passiert, wenn ein großer Kunde wegfällt? Welche Investitionen sind nötig, damit dein Unternehmen professionell starten kann?

Du musst auch nicht alles selbst machen. Wenn du 50 oder 60 Stunden an einer Website oder einem Online Shop arbeitest, kann das auf der Rechnung günstig aussehen und wirtschaftlich trotzdem teuer sein. In dieser Zeit fehlen dir möglicherweise Angebotserstellung, Kundengewinnung oder erste Aufträge. Professionelle Unterstützung darf eine geplante Investition sein.

Dieses E-Book führt dich Schritt für Schritt durch Geschäftsidee und Geschäftsmodell, Rechtsform, Business- und Finanzplan, Anmeldung, Steuern, Sozialversicherung, Versicherungen, Förderung, Erwerbsstatus, Marktstart und die ersten zwölf Monate. Nach jedem Kapitel findest du „Wohin wende ich mich?“ und einen interaktiven Kapitel-Check.

Verlasse dich bei wichtigen Entscheidungen nicht ausschließlich auf Foren, Social Media oder KI. Auch meine 34 Jahre Erfahrung ersetzen keine individuelle Prüfung durch die zuständige Stelle. Ich möchte dir helfen, die richtigen Fragen zu kennen und früh genug zu erkennen, wann du Unterstützung brauchst.

Dein Traum darf der Anfang deiner Selbstständigkeit sein. Damit daraus langfristig deine berufliche und finanzielle Zukunft werden kann, braucht dieser Traum aber einen Plan. Und mit diesem Plan beginnen wir jetzt.

Inhaltsverzeichnis

- 01 Von der Idee zum tragfähigen Geschäftsmodell
 - 02 Gewerbe, Freiberuflichkeit und die passende Rechtsform
 - 03 Der Businessplan: Aus der Idee wird ein Unternehmen
 - 04 Der Finanzplan: Kann deine Selbstständigkeit dich tragen?
 - 05 Jetzt wird es offiziell: Anmeldung und Behörden
 - 06 Steuern und Buchhaltung von Anfang an organisieren
 - 07 Sozialversicherung: Welche Pflichten treffen dich als Selbstständigen?
 - 08 Betriebliche und persönliche Versicherungen
 - 09 Fördermittel, AVGS, Gründungszuschuss und Finanzierung
 - 10 Scheinselbstständigkeit und Abhängigkeit von Auftraggebern
 - 11 Dein Unternehmen startet: Organisation, Recht und professioneller Marktauftritt
 - 12 Die ersten zwölf Monate: Dein Unternehmen steuern statt nur arbeiten
- [Der große Gründungs-Check](#)
- [Über den Autor](#)
- [Copyright, Impressum und Quellen](#)

Von der Idee zum tragfähigen Geschäftsmodell

Eine Geschäftsidee kann dich begeistern, lange bevor du auch nur eine einzige Zahl gerechnet hast. Das ist vollkommen in Ordnung. Begeisterung gibt Energie. Für ein Unternehmen brauchen wir zusätzlich Klarheit.

Eine gute Idee muss nicht neu sein

Viele Gründer suchen nach etwas, das es noch nie gegeben hat. Das ist gar nicht notwendig. Ein Unternehmen kann erfolgreich sein, weil ein bestehendes Angebot besser erklärt, zielgerichteter positioniert, persönlicher erbracht oder für eine bestimmte Zielgruppe passender gestaltet wird. Entscheidend ist nicht, ob deine Idee weltweit einmalig ist. Entscheidend ist, ob Menschen einen Nutzen erkennen und bereit sind, dafür Geld auszugeben.

Vielleicht entsteht deine Idee aus beruflicher Erfahrung. Vielleicht hast du selbst ein Problem erlebt, für das du keine gute Lösung gefunden hast. Vielleicht besitzt du eine Fähigkeit, nach der andere regelmäßig fragen. All das kann ein Ausgangspunkt sein. Die unternehmerische Aufgabe besteht darin, aus diesem Ausgangspunkt ein Angebot zu machen, das verständlich, erreichbar und wirtschaftlich tragfähig ist.

Wichtiger Hinweis

Begeisterung ist ein guter Anfang. Für ein tragfähiges Unternehmen brauchst du zusätzlich eine realistische Markteinschätzung, belastbare Preise und einen Plan, wie du tatsächlich Kunden erreichst.

Welches Problem löst du - oder welchen Wunsch erfüllst du?

Menschen kaufen selten ein Produkt oder eine Dienstleistung nur deshalb, weil der Anbieter davon begeistert ist. Sie kaufen, weil sie ein Ergebnis möchten. Eine Virtuelle Assistenz verkauft nicht einfach „Büroarbeit“. Sie kann einem Handwerksbetrieb Zeit zurückgeben, Kundenkommunikation zuverlässig organisieren oder die Terminplanung entlasten. Ein Handmade-Business verkauft nicht nur Material und Handarbeit. Es kann Individualität, Erinnerung, persönliche Bedeutung oder ein besonderes Geschenk anbieten.

Formuliere deshalb nicht nur, was du machst. Formuliere, was sich für deinen Kunden verändert. Je klarer dieser Nutzen wird, desto leichter werden später Positionierung, Preis, Website und Verkauf.

Frage an dich

Wenn ein potenzieller Kunde dich fragt: „Warum sollte ich dafür Geld ausgeben?“ - kannst du die Antwort in zwei oder drei verständlichen Sätzen geben?

Deine Zielgruppe ist nicht „jeder“

„Das kann eigentlich jeder gebrauchen“ klingt zunächst nach einem großen Markt. In der Praxis macht es Marketing schwer. Ein Angebot für alle spricht häufig niemanden besonders deutlich an. Definiere deshalb, wer am wahrscheinlichsten von deinem Angebot profitiert und wer tatsächlich entscheiden beziehungsweise bezahlen kann.

Bei Privatkunden können Lebenssituation, Bedürfnisse, Kaufanlass, Einkommen oder Region relevant sein. Bei Geschäftskunden interessieren eher Branche, Unternehmensgröße, Ansprechpartner, typische Probleme und Budget. Du musst keine künstliche Persona mit Lieblingskaffee erfinden. Du brauchst die Merkmale, die für die Kaufentscheidung tatsächlich wichtig sind.

Sprich mit echten Menschen

Marktforschung muss nicht mit einem teuren Forschungsprojekt beginnen. Gespräche mit potenziellen Kunden sind oft sehr aufschlussreich. Frage nicht nur: „Findest du meine Idee gut?“ Fast jeder freundliche Mensch wird darauf etwas Positives sagen. Frage konkreter: Wie löst du dieses Problem heute? Was stört dich daran? Was wäre dir eine bessere Lösung wert? Welche Alternative würdest du wählen?

Komplimente sind keine Verkäufe. Besonders bei Hobbyprodukten kann das schmerzhaft sein. Freunde sagen vielleicht seit Jahren, dass deine handgemachten Produkte wunderschön sind. Das beantwortet noch nicht die Frage, ob fremde Menschen sie zu einem Preis kaufen, der deine gesamte Arbeitszeit und deine Kosten trägt.

Beispiel: Virtuelle Assistenz

Angenommen, du hast viele Jahre im Büro, im Kundenservice oder in der Organisation gearbeitet und möchtest als Virtuelle Assistenz starten. Fachlich ist das eine gute Ausgangsbasis. Für ein Geschäftsmodell musst du genauer werden. Welche Leistungen bietest du an? E-Mail- und Terminmanagement? Kundenservice? vorbereitende Organisation? Social-Media-Unterstützung? Recherche? Für welche Zielgruppe?

Dann kommen die Zahlen. Wie viele Stunden kannst du im Monat arbeiten? Wie viele davon kannst du tatsächlich abrechnen? Akquise, Buchhaltung, Weiterbildung, Administration und Urlaub erzeugen keine abrechenbaren Kundenstunden. Welcher durchschnittliche Preis ist notwendig, damit dein Unternehmen trotzdem deine Kosten und deinen privaten Bedarf tragen kann?

Vielleicht zeigt sich, dass ein allgemeines Stundenangebot zu knapp kalkuliert ist. Dann kann Spezialisierung sinnvoll werden. Vielleicht entwickelst du feste Leistungspakete oder konzentrierst dich auf eine Branche, deren Abläufe du besonders gut kennst. So entsteht aus „Ich kann Büro“ ein konkretes Geschäftsmodell.

Beispiel: Handmade-Business

Bei handgemachten Produkten entsteht die Geschäftsidee häufig aus einem Hobby. Du stellst Schmuck, Accessoires, Dekoration oder Geschenke her und bekommst viele positive Rückmeldungen. Für die Unternehmensplanung musst du jetzt die Perspektive wechseln.

Angenommen, das Material für ein Produkt kostet 15 Euro und du möchtest es für 29 Euro verkaufen. Auf den ersten Blick bleiben 14 Euro. Aber noch fehlen Werkzeugverschleiß, Verpackung, Verkaufs- und Zahlungsgebühren, Versandorganisation, Fotografie, Shopkosten, Marketing, mögliche Retouren, Steuern und deine Arbeitszeit. Wenn du zwei Stunden an dem Produkt arbeitest, kann aus dem vermeintlich guten Preis sehr schnell ein wirtschaftlich unattraktives Angebot werden.

Die richtige Frage lautet deshalb nicht: „Was verlangt die Konkurrenz?“ Die richtige Frage lautet zunächst: „Was muss mein Produkt kosten, damit mein Unternehmen wirtschaftlich funktioniert?“ Danach prüfst du, ob der Markt diesen Preis akzeptiert. Wenn nicht, musst du Produkt, Prozess, Zielgruppe oder Positionierung verändern.

Markt und Wettbewerb

Konkurrenz ist nicht automatisch schlecht. Wenn es andere Anbieter gibt, zeigt das häufig, dass Menschen bereits Geld in diesem Markt ausgeben. Untersuche, welche Angebote existieren, welche Preise verlangt werden, wie Kunden bewertet haben und wo du erkennbare Lücken findest.

Betrachte auch indirekte Konkurrenz. Wer ein handgemachtes Geschenk verkauft, konkurriert nicht nur mit anderen Handmade-Shops. Der Kunde könnte einen Gutschein, Blumen, ein industriell personalisiertes Produkt oder etwas völlig anderes kaufen. Du konkurrierst um eine Kaufentscheidung.

Preis früh mitdenken

Viele Gründer verschieben die Preisfrage. Erst Angebot erstellen, erst Website bauen, erst Kunden finden - und dann schauen, was man verlangen kann. Ich halte das für gefährlich. Dein Preis entscheidet darüber, wie viele Verkäufe beziehungsweise abrechenbare Stunden du brauchst, welche Zielgruppe zu dir passt und ob das Unternehmen dich tragen kann.

Du brauchst noch nicht im ersten Kapitel die perfekte Kalkulation. Aber du solltest früh erkennen, ob dein Geschäftsmodell grundsätzlich genug wirtschaftlichen Spielraum hat.

Haupt- oder nebenberuflich?

Eine nebenberufliche Gründung kann ein guter Test sein. Sie gibt dir die Möglichkeit, Abläufe, Nachfrage und Preise zu erproben, während ein Teil deines Einkommens noch aus einer Beschäftigung stammt. Das bedeutet aber nicht automatisch, dass die gleichen Zahlen später für eine hauptberufliche Selbstständigkeit reichen. Dann muss das Unternehmen deinen gesamten Lebensunterhalt und deine Absicherung tragen.

Ein großer Kunde kann bequem und riskant sein

Ein Auftraggeber, der dir am Anfang viel Arbeit gibt, kann den Start erleichtern. Wirtschaftlich entsteht aber eine Abhängigkeit. Was passiert, wenn dieser Kunde kündigt? Wie schnell kannst du die Lücke schließen? Das ist zunächst eine betriebswirtschaftliche Frage. Die sozialversicherungsrechtliche Unterscheidung zwischen Scheinselbstständigkeit und möglicher Rentenversicherungspflicht bei einem Auftraggeber behandeln wir später getrennt.

Du musst nicht alles selbst können

Unternehmerische Kompetenz bedeutet nicht, jeden Bereich persönlich beherrschen zu müssen. Es bedeutet, zu erkennen, was wichtig ist, Entscheidungen treffen zu können und bei Bedarf die richtige Unterstützung einzukaufen. Vielleicht brauchst du Steuerberatung. Vielleicht rechtliche Unterstützung. Vielleicht professionelle Bilder, Texte, Branding, Website oder Online Shop.

Wenn du 60 Stunden für eine Aufgabe benötigst, die ein Profi schneller und besser lösen kann, ist „selbst gemacht“ nicht automatisch die günstigere Variante. Deine Zeit hat ebenfalls einen wirtschaftlichen Wert.

Wohin wende ich mich?

Für die erste Orientierung eignen sich das Existenzgründungsportal des Bundes, die für dich zuständige IHK beziehungsweise HWK und qualifizierte Gründungsberatung. Für die konkrete steuerliche oder rechtliche Einordnung solltest du Finanzamt, Steuerberatung oder Rechtsberatung einbeziehen. Bei erlaubnispflichtigen Tätigkeiten ist zusätzlich die zuständige Fachbehörde wichtig.

Das solltest du aus diesem Kapitel mitnehmen:

- Meine Geschäftsidee ist konkret beschrieben.
- Ich weiß, welches Problem oder welchen Wunsch mein Angebot adressiert.
- Ich kann den Kundennutzen verständlich erklären.
- Ich habe potenzielle Kunden mit konkreten Fragen angesprochen.
- Ich habe geprüft, ob grundsätzlich Zahlungsbereitschaft besteht.

Der Finanzplan: Kann deine Selbstständigkeit dich tragen?

Jetzt kommen wir zu einem Kapitel, vor dem sich manche Gründer am liebsten drücken würden: Zahlen. Umsatzplanung. Kosten. Liquidität. Kapitalbedarf. Rentabilität. Genau hier entscheidet sich, ob aus „Ich kann damit Umsatz machen“ tatsächlich „Dieses Unternehmen kann mich tragen“ wird.

Umsatz ist nicht Gewinn - und Gewinn ist nicht dein verfügbares Einkommen

Umsatz ist vereinfacht das, was dein Unternehmen mit Verkäufen und Leistungen erlöst. Gewinn entsteht nach den für deine Gewinnermittlung geltenden Regeln aus Betriebseinnahmen abzüglich Betriebsausgaben. Und selbst der Gewinn ist nicht automatisch der Betrag, den du privat ausgeben kannst. Steuern, Kranken- und Pflegeversicherung, Altersvorsorge und private Verpflichtungen müssen ebenfalls finanziert werden.

Merksatz

Umsatz $\neq$ Gewinn $\neq$ Liquidität $\neq$ privat verfügbares Geld. Diese Größen solltest du in deiner Planung sauber trennen.

Beginne mit deinem privaten Finanzbedarf

Was brauchst du privat zum Leben? Erfasse Wohnen, Nebenkosten, Lebensmittel, Versicherungen, Kranken- und Pflegeversicherung, Mobilität, Kredite, Unterhalt, Kinder, Freizeit, Urlaub und Altersvorsorge. Denke auch an Ausgaben, die nicht jeden Monat entstehen: Reparaturen, Jahresbeiträge, Urlaub oder Ersatzanschaffungen.

Dein Unternehmen soll nicht nur sich selbst finanzieren. Es soll auch dich finanzieren. Deshalb gehört der private Bedarf in deine Gründungsentscheidung, auch wenn er steuerlich keine normale Betriebsausgabe deines Einzelunternehmens ist.

Betriebliche Kosten

Jetzt betrachtest du die Unternehmensseite: Miete, Telefon, Internet, Software, Website, Online Shop, Hosting, Versicherungen, Steuerberatung, Bank- und Zahlungsgebühren, Fahrzeug, Werbung, Material, Wareneinkauf, Verpackung, Fremdleistungen, Fortbildungen, Beiträge, Leasing, Personal. Nicht jedes Unternehmen hat alles. Dein Finanzplan muss dein tatsächliches Geschäftsmodell abbilden.

Einmalige Investitionen und Kapitalbedarf

Computer, Maschinen, Werkzeuge, Einrichtung, Warenbestand, Website, Online Shop, Branding, Produktfotos, Beratung und Gründungskosten können vor dem ersten Umsatz entstehen. Schreibe auch kleinere Positionen auf. Viele kleine Beträge ergeben gemeinsam schnell einen großen Kapitalbedarf.

Professionelle Leistungen sind dabei nicht automatisch Luxus. Wenn sie für einen funktionierenden Start notwendig oder wirtschaftlich sinnvoll sind, gehören sie in die Planung.

ENDE DER LESEPROBE

Deine Gründung verdient mehr als ein Bauchgefühl.

Du hast gesehen, wie aus einer ersten Idee ein belastbares Geschäftsmodell entsteht und warum gute Planung nicht bei Begeisterung endet. Im vollständigen E-Book gehst du den gesamten Weg weiter - verständlich, praxisnah und realistisch.

In der vollständigen Ausgabe erfährst du unter anderem:

- Wie du Businessplan und Finanzplan realistisch aufbaust.
- Welche Anmeldungen, Steuern und Versicherungen wichtig werden.
- Wie du Finanzierung, Fördermittel und Risiken richtig einordnest.
- Was in den ersten zwölf Monaten deines Unternehmens zählt.

Das vollständige E-Book wartet auf dich.

Vom ersten Gedanken bis zu den ersten zwölf Monaten.

Vollständige Ausgabe im Shop ansehen

Markus Wollenweber | Mawo:Ka

Selbstständig - aber richtig. Dein Wissen. Deine Entscheidungen. Deine Zukunft.