

EXISTENZGRÜNDUNG

Richtig gründen

Erst hinterfragen. Dann planen. Mit Weitblick starten.

Impulse für Menschen mit einer Geschäftsidee und für angehende Gründerinnen
und Gründer



Eine Reihe der „Die Türöffner“

Praxisnah. Strategisch. Umsetzungsorientiert.

ARBEITSENTWURF | OKTOBER 2026 | Walter Dreßbach

Inhalt

1. Warum eine gute Idee allein noch nicht reicht
2. Der Sparringspartner: Fragen vor Antworten
3. Förderung prüfen, bevor es zu spät ist
4. Freier Beruf, Handwerk oder Gewerbe?
5. Markt und Kunden wirklich verstehen
6. Der Businessplan als Entscheidungsgrundlage
7. Finanzierung und finanzieller Spielraum
8. Hauptberuflich selbstständig: Wovon lebt der Gründer?
9. Standort und Betriebsräume: Wenn die Garage zu klein wird
10. Schutzrechte: möglichst früh prüfen
11. Produktentwicklung ist noch keine Markteinführung
12. Marktreif: Rechte verwerten oder selbst produzieren?
13. Marketingberatung und Marketingumsetzung
14. In welcher Reihenfolge sollte gegründet werden?
15. Die Türöffner als Begleiter
16. Ein kleiner Fahrplan für die ersten Schritte
17. Fragen und Checkliste vor dem Start

So lesen Sie diese Impulse

Dieses Heft will keine komplette Gründungsausbildung ersetzen. Es gibt Orientierung, macht Risiken sichtbar und hilft dabei, die nächsten Fragen in eine sinnvolle Reihenfolge zu bringen.

GELB | ORIENTIERUNG

Wichtige Hinweise, Merksätze und Fragen, die vor Entscheidungen geklärt sein sollten.

GRÜN | UMSETZUNG

Kleine Arbeitsschritte, Gesprächsimpulse und Anregungen für das weitere Vorgehen.

Förderbedingungen sowie rechtliche und steuerliche Fragen müssen immer im konkreten Einzelfall geprüft werden. Dieses Heft ist eine erste Orientierung und ersetzt keine Fachberatung.

Ein paar Worte vorweg

Viele Unternehmen beginnen mit einem Gedanken: Das müsste doch besser gehen. Daraus wird eine Idee, vielleicht ein erster Prototyp und irgendwann der Wunsch, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

Dabei wird leicht übersehen, dass Erfinden und Gründen zwei unterschiedliche Aufgaben sind. Das Produkt muss funktionieren. Aber das Unternehmen muss auch Kunden finden, seine Kosten decken und langfristig bestehen können.

Unser Ansatz: Nicht möglichst schnell anmelden, sondern zunächst prüfen, ob aus der Idee ein tragfähiges Vorhaben werden kann. Ein Gespräch mit einem unabhängigen Sparringspartner kann dabei mehr helfen als viele Stunden Arbeit an Annahmen, die noch niemand kritisch hinterfragt hat.

LEITFRAGE DIESES HEFTES

Wie lässt sich eine Geschäftsidee vor größeren Verpflichtungen so prüfen, dass aus Begeisterung eine möglichst realistische Gründungsentscheidung wird?

1. Warum eine gute Idee allein noch nicht reicht

Eine gute Idee ist ein wertvoller Anfang. Sie ist aber noch kein Geschäftsmodell. Zwischen dem ersten Gedanken und einem Unternehmen liegen Fragen zu Herstellung, Markt, Kunden, Preis, Vertrieb und Finanzierung.

Manchmal steckt eine Gründerin oder ein Gründer bereits viel eigenes Geld in die Entwicklung. Erst später zeigt sich, dass die Herstellung teurer wird als gedacht oder potenzielle Kunden den erforderlichen Preis nicht bezahlen möchten.

Nicht jede Schwäche bedeutet, dass eine Idee aufgegeben werden muss. Häufig lohnt es sich, das Produkt zu verändern, eine andere Zielgruppe anzusprechen oder den Weg zum Kunden neu zu denken.

ORIENTIERUNG

Eine Idee sollte nicht nur technisch möglich und persönlich begeisternd sein. Sie muss auch einen erkennbaren Kundennutzen und eine wirtschaftliche Perspektive haben.

2. Der Sparringspartner: Fragen vor Antworten

Menschen, die sich lange mit ihrer Idee beschäftigen, kennen die technischen Einzelheiten meist sehr gut. Gerade deshalb ist ein Blick von außen hilfreich. Ein Sparringspartner soll nicht alles besser wissen. Seine Aufgabe ist, mit Erfahrung, Abstand und ehrlichen Fragen die Sicht zu erweitern.

Das spart unter Umständen Zeit und Geld. Denn bevor ein ausführlicher Businessplan erstellt oder ein Produkt bis ins Detail entwickelt wird, sollten einige Grundannahmen auf den Prüfstand.

Vier Felder für das erste Gespräch

Bereich	Kritische Frage
Produkt	Welches Problem wird gelöst? Warum ist unsere Lösung besser oder anders?
Herstellung	Lässt sich das Produkt zuverlässig und zu tragbaren Kosten herstellen?
Markt	Welche Alternativen nutzen die Kunden heute? Wie groß ist die erreichbare Nachfrage?
Kunden	Wer entscheidet über den Kauf und wofür ist dieser Kunde bereit zu zahlen?

Ein solches Gespräch ist kein Urteil über die Person hinter der Idee. Es ist ein Realitätscheck für das Vorhaben. Gute Fragen können zu einer besseren Lösung führen oder davor schützen, große Mittel an der falschen Stelle einzusetzen.

PRAXISIMPULS

Schreiben Sie Ihre Idee auf einer halben Seite auf. Legen Sie sie jemandem vor, der nicht an der Entwicklung beteiligt war. Bitten Sie ausdrücklich um kritische Fragen.

3. Förderung prüfen, bevor es zu spät ist

Dieser Hinweis gehört ganz an den Anfang jeder Gründungsplanung:

Klären Sie mögliche Förderungen, bevor Sie Ihr Unternehmen offiziell anmelden oder sonstige verbindliche Schritte und förderrelevante Ausgaben auslösen.

Manche Förderprogramme setzen voraus, dass die Selbstständigkeit noch nicht begonnen hat. Andere verlangen, dass ein Antrag vor dem Beginn eines bestimmten Vorhabens gestellt wird. Die Regeln sind unterschiedlich. Wer zu früh beginnt, kann eine Förderung verlieren.

Eine gute erste Anlaufstelle ist die örtliche oder regionale Wirtschaftsförderung. In Hessen gehört außerdem die Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen (WIBank) frühzeitig auf die Kontaktliste. Auch Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern können Orientierung bieten. Das RKW Hessen begleitet unter bestimmten Bedingungen geförderte Gründungsberatungen.

Die WIBank ist die Förderbank des Landes Hessen. Ihre Förderberatung informiert kostenfrei und unabhängig über passende Fördermöglichkeiten des Landes, des Bundes und der Europäischen Union. Regionale Besonderheiten lassen sich zusätzlich bei der örtlichen Wirtschaftsförderung erfragen. Die WIBank setzt eigene beziehungsweise von ihr betreute Programme um, verwaltet aber nicht sämtliche Förderprogramme dieser Ebenen.

Prüfen Sie mit den Anlaufstellen frühzeitig, ob Zuschüsse, Förderdarlehen, Bürgschaften oder eine geförderte Gründungsberatung möglich sind. Auch wer nur eine erste Idee hat, darf bereits nachfragen. Bei der Antragstellung gelten je nach Programm unterschiedliche Fristen, Voraussetzungen und Stellen.

Was ist vorab zu klären?

- Welche Programme kommen für das Vorhaben und den Standort infrage?
- Was gilt als Beginn der Gründung oder als förderschädlicher Maßnahmenbeginn?
- Welche Kosten sind förderfähig und welche ausdrücklich nicht?
- Wer muss den Antrag stellen und wann darf eine Leistung beauftragt werden?

Beim RKW Hessen kann eine Vorgründungsberatung nach den veröffentlichten Bedingungen mit bis zu 75 Prozent des Beratungshonorars bezuschusst werden. Das betrifft die Beratung, nicht automatisch spätere Investitionen oder die Durchführung von Marketingmaßnahmen. Förderquote, Umfang und Zulässigkeit müssen vorab bestätigt werden.

WICHTIGE REIHENFOLGE

Fördermöglichkeiten früh prüfen. Erst die Bedingungen klären, dann verbindliche Aufträge erteilen oder die Gründung vollziehen. Nicht jedes Förderprogramm knüpft an denselben Zeitpunkt an.

4. Freier Beruf, Handwerk oder Gewerbe?

Noch bevor ein Unternehmen angemeldet wird, sollte geklärt werden, welcher Tätigkeit die Gründung rechtlich zuzuordnen ist. Dabei entscheidet nicht allein das Produkt. Wichtig sind die konkret ausgeübte Arbeit, die Herstellung und der Vertrieb sowie die gewählte Rechtsform. Das beeinflusst Anmeldung, Zulassungen und mögliche Pflichtmitgliedschaften.

Freiberuflich, handwerklich oder gewerblich sind keine frei wählbaren Etiketten. Eine unklare Einordnung sollte deshalb frühzeitig mit dem Finanzamt, der zuständigen Kammer oder einer fachkundigen Beratungsstelle geklärt werden.

Tätigkeit	Worauf Gründer achten sollten
Freier Beruf	Bei einer tatsächlich freiberuflichen Tätigkeit besteht grundsätzlich keine IHK-Pflichtmitgliedschaft. Einzelne Berufe haben eigene Berufskammern und besondere Berufsregeln.
Handwerk	Für Handwerksbetriebe ist regelmäßig die Handwerkskammer zuständig. Je nach Handwerk gelten Eintragungs- und gegebenenfalls Qualifikations- oder Zulassungsvoraussetzungen.
Gewerbe / Industrie	Für gewerbliche oder industrielle Tätigkeiten besteht grundsätzlich eine Zugehörigkeit zur zuständigen Industrie- und Handelskammer.
Mischbetrieb	Wer beispielsweise handwerklich fertigt und daneben in größerem Umfang nicht handwerklich handelt, kann beiden Kammern angehören. Beitragsregeln sind gesondert zu prüfen.

Welche Kosten müssen von Anfang an eingeplant werden?

Bei einer gesetzlich vorgesehenen Kammermitgliedschaft können einmalige Eintragungs- oder Verwaltungsgebühren und laufende Kammerbeiträge entstehen. Hinzu kommen je nach Tätigkeit mögliche Zulassungen, Nachweise oder berufsrechtliche Verpflichtungen. Diese Beträge gehören in den Businessplan und die Liquiditätsplanung, auch wenn sie für sich genommen nicht sehr hoch erscheinen.

Für Existenzgründer und kleinere Betriebe können Beitragsermäßigungen oder Befreiungen gelten. Eine Pflicht zur Mitgliedschaft bedeutet nicht in jedem Fall, dass sofort Beiträge in voller Höhe anfallen. Lassen Sie sich mögliche Gebühren, den Beginn der Beitragspflicht und Entlastungen von der zuständigen Stelle bestätigen.

Vier Fragen vor der Anmeldung

- Ist unsere geplante Tätigkeit freiberuflich, handwerklich oder gewerblich einzuordnen?
- Müssen wir uns bei IHK, Handwerkskammer oder einer Berufskammer anmelden beziehungsweise eintragen lassen?
- Welche einmaligen Gebühren und laufenden Beiträge sind zu erwarten?
- Gibt es Genehmigungen, Befähigungsnachweise oder Beitragserleichterungen für Gründer?

MERKSATZ

Nicht nur das Produkt bestimmt die Gründung. Auch die Art der Tätigkeit und die Rechtsform entscheiden darüber, welche Kammer zuständig ist und welche laufenden Kosten entstehen.

5. Markt und Kunden wirklich verstehen

Gründerinnen und Gründer kennen oft die Stärken ihres Produktes. Ob der Markt diese Stärken genauso bewertet, ist eine andere Frage. Deshalb gehört eine erste Marktanalyse zu jeder ernsthaften Gründungsplanung.

Marktanalyse bedeutet nicht zwingend eine teure Studie. Schon Gespräche mit möglichen Kunden, ein Blick auf Wettbewerber und eine nachvollziehbare Preisbetrachtung können wertvolle Erkenntnisse liefern. Entscheidend ist, dass die eigenen Annahmen nicht nur auf Bauchgefühl beruhen.

Drei Fragen, die schnell Klarheit bringen

- Wer hat das Problem so stark, dass er für eine Lösung bezahlt?
- Wie wird das Problem heute gelöst und was kosten die Alternativen?
- Wie erreicht man die ersten zehn ernsthaft interessierten Kunden?

Hilfreich ist auch eine einfache Unterscheidung: Ein Markt kann groß sein. Trotzdem kann es für ein kleines neues Unternehmen schwierig sein, dort sichtbar zu werden. Für den Start zählt vor allem der Teil des Marktes, den man tatsächlich erreichen kann.

PRAXISIMPULS

Führen Sie fünf bis zehn ehrliche Gespräche mit möglichen Kunden. Fragen Sie nicht nur, ob die Idee gefällt. Fragen Sie, wie das Problem heute gelöst wird und unter welchen Bedingungen ein Kauf vorstellbar wäre.

6. Der Businessplan als Entscheidungsgrundlage

Wir empfehlen dringend, für eine ernsthaft geplante Gründung einen nachvollziehbaren Businessplan zu erstellen. Er ordnet die Idee und macht sichtbar, wie das Unternehmen wirtschaftlich arbeiten soll. Er ist nicht bloß eine Unterlage für die Bank.

Ein Businessplan sollte verständlich beschreiben, welche Leistung angeboten wird, wer sie kauft und wie daraus auf Dauer genügend Umsatz entsteht. Dazu gehören auch notwendige Investitionen, laufende Ausgaben, der Kapitalbedarf und eine realistische Liquiditätsplanung. Bei einer hauptberuflichen Gründung müssen außerdem der eigene Lebensunterhalt, Versicherungen, Altersvorsorge sowie mögliche Personal- und Raumkosten durchgerechnet werden. Bei einer Erfindung sollte außerdem früh unterschieden werden, ob Schutzrechte verkauft oder lizenziert werden sollen oder ob Herstellung und Vertrieb in eigener Verantwortung geplant sind.

Mindestens diese Punkte gehören hinein

Baustein	Was beschrieben werden sollte
Geschäftsmodell	Angebot, Kunden, Nutzen und Einnahmequellen
Markt und Wettbewerb	Zielkunden, Alternativen und Preisannahmen
Marketing und Vertrieb	Wie Interessenten erreicht und Kunden gewonnen werden
Umsetzung	Entwicklung, Herstellung, notwendige Räume, Standort, Partner und Meilensteine
Finanzen	Investitionen, Personal, Unternehmerlohn oder Privatbedarf, Versicherungen, Vorsorge, Miete, Umsatzannahmen und Liquidität
Risiken	Was geschieht bei Verzögerungen oder schwächerer Nachfrage?
Rechtliche Einordnung	IHK, HWK oder Berufskammer, mögliche Eintragungskosten, Zulassungen und wiederkehrende Beiträge
Verwertungsstrategie	Schutzrechte verkaufen oder lizenzieren? Oder selbst produzieren und vertreiben? Einnahmen, Aufwand und Risiken vergleichen

Der Plan muss nicht auf Anhieb perfekt sein. Aber die entscheidenden Annahmen sollten überprüfbar sein. Er sollte nach der Gründung weiter genutzt und an die tatsächliche Entwicklung angepasst werden.

MERKSATZ

Ein Businessplan ist keine Garantie für Erfolg. Er zeigt aber frühzeitig, ob die Idee wirtschaftlich nachvollziehbar durchdacht ist.

7. Finanzierung und finanzieller Spielraum

Wer für die Gründung zusätzliches Kapital braucht, muss seine Planung gegenüber Geldgebern erklären können. Banken erwarten bei Unternehmensgründungen in der Regel einen aussagekräftigen Businessplan einschließlich Zahlenwerk und plausibler Rückzahlungsplanung.

Das Institut prüft unter anderem Geschäftsmodell, Kreditbedarf, Eigenkapital, Sicherheiten und die voraussichtliche Fähigkeit, Zinsen und Tilgung zu leisten. Je höher ein Risiko eingeschätzt wird, desto ungünstiger können die Bedingungen sein. Möglich sind höhere Zinsen, zusätzliche Sicherheiten oder auch eine Ablehnung.

Nicht nur Maschinen und Produktentwicklung kosten Geld. Bis zum ersten regelmäßigen Umsatz müssen häufig Miete, Material, Versicherungen und andere laufende Ausgaben bezahlt werden. Hinzu kommen der eigene Lebensunterhalt, Vorsorge, mögliche Gehälter für Beschäftigte und bei Bedarf die Anmietung oder Einrichtung von Betriebsräumen. Auch Kammerbeiträge sowie Eintragungs- und Genehmigungsgebühren gehören in die Planung, soweit sie anfallen. Eine Reserve für Verzögerungen ist unerlässlich.

Eine einfache Kapitalbedarfsfrage

Wie viel Geld wird benötigt, bis das Unternehmen seine laufenden Ausgaben trägt und zugleich genügend Geld für den Lebensunterhalt der Gründerperson vorhanden ist?

PRAXISIMPULS

Rechnen Sie zusätzlich zu Ihrer realistischen Planung auch mit einem langsameren Start. Was passiert, wenn die ersten größeren Umsätze sechs Monate später kommen?

8. Hauptberuflich selbstständig: Wovon lebt der Gründer?

Wer sich hauptberuflich selbstständig macht, gibt häufig die Sicherheit eines regelmäßigen Gehalts auf. Das Unternehmen muss dann nicht nur seine betrieblichen Rechnungen bezahlen. Es muss auf Dauer auch den Lebensunterhalt der Gründerin oder des Gründers ermöglichen.

Dieser persönliche Finanzbedarf wird in der Gründungsplanung leicht unterschätzt. Gerade in den ersten Monaten kann der Umsatz noch niedrig oder unregelmäßig sein. Die private Miete, Lebensmittel und laufende Verpflichtungen fallen trotzdem weiter an.

Eigenen Lebensunterhalt und Beschäftigte getrennt planen

Bei einem Einzelunternehmen oder einer Personengesellschaft wird für die Planung ein kalkulatorischer Unternehmerlohn beziehungsweise der notwendige Betrag für private Entnahmen angesetzt. Das ist nicht automatisch ein steuerlich abzugsfähiges Gehalt. Bei einer Kapitalgesellschaft kann dagegen ein vereinbartes Geschäftsführergehalt zu den betrieblichen Personalkosten gehören. Die konkrete Behandlung sollte steuerlich geklärt werden.

Kommen weitere Mitarbeitende hinzu, müssen ihre Bruttogehälter und die Arbeitgeberanteile sowie weitere Personalkosten berücksichtigt werden. Auch Urlaub, Krankheit, Einarbeitung und Vertretung wirken sich auf den tatsächlichen Personalbedarf aus.

Krankheit und Altersvorsorge nicht auf später verschieben

Kranken- und Pflegeversicherung, eine angemessene Altersvorsorge und die Absicherung bei längerer Krankheit oder Berufsunfähigkeit gehören frühzeitig in die persönliche Finanzplanung. Ob und in welchem Umfang weitere gesetzliche Versicherungspflichten bestehen, hängt von Tätigkeit und Rechtsform ab. Das sollte mit Krankenkasse, Rentenversicherung und fachkundiger Beratung geklärt werden.

Der Businessplan braucht deshalb neben der betrieblichen Finanzplanung auch eine realistische Betrachtung der privaten Ausgaben. Gerade wenn eine Familie von der Selbstständigkeit lebt, sollte auch ein schwächerer Geschäftsverlauf finanziell durchdacht werden.

Drei Fragen für die eigene Rechnung

- Wie viel Geld benötigen wir monatlich privat, einschließlich Absicherung und Vorsorge?
- Wie lange reicht die Reserve, wenn die ersten Umsätze später kommen?
- Welche Personalkosten entstehen, sobald wir Unterstützung einstellen?

MERKSATZ

Ein Unternehmen muss nicht nur seine betrieblichen Kosten decken. Wer hauptberuflich davon leben möchte, muss auch das eigene Einkommen und die persönliche Absicherung realistisch einplanen.

9. Standort und Betriebsräume: Wenn die Garage zu klein wird

Manche Geschäftsideen lassen sich zunächst zu Hause entwickeln. Spätestens wenn Maschinen, Material, Lager oder zusätzliche Beschäftigte benötigt werden, reichen Schreibtisch, Keller oder Garage oft nicht mehr aus. Dann kann die Suche nach einer passenden Halle, Werkstatt oder Gewerbefläche zu einer eigenen Herausforderung werden. Diese Frage ist besonders wichtig, wenn die eigene Herstellung geplant ist. Bei einem reinen Rechteverkauf oder einer Lizenzierung kann der Bedarf an eigenen Betriebsräumen deutlich geringer ausfallen.

Geeignete Räume sind nicht überall kurzfristig verfügbar. Eine Halle kann zu klein, zu teuer oder für die geplante Tätigkeit ungeeignet sein. Wer eine Immobilie mietet oder ein Grundstück kauft, bindet zudem häufig über längere Zeit erhebliche finanzielle Mittel.

Nicht nur die Quadratmeter zählen

Zu prüfen sind unter anderem Größe und Erweiterungsmöglichkeiten, Erreichbarkeit für Kunden und Lieferanten, Zufahrt und Stellplätze, Strom- und Energiebedarf, Internetanbindung, Lagerflächen sowie mögliche Anforderungen an Lärm, Emissionen und Brandschutz.

Entscheidend ist außerdem, ob die geplante Nutzung am Standort überhaupt zulässig ist. Auch die Nutzung einer privaten Garage oder die Umwandlung bisheriger Räume kann baurechtliche Fragen aufwerfen. Deshalb sollten die zuständige Gemeinde beziehungsweise Bauaufsicht und gegebenenfalls die Wirtschaftsförderung vor der Vertragsunterschrift angesprochen werden.

Die Raumkosten gehören in den Businessplan

Nicht nur Kaltmiete oder Kaufpreis zählen. Hinzu kommen möglicherweise Kaution, Nebenkosten, Energie, Umbauten, Anschlüsse, Ausstattung, Versicherungen und spätere Erweiterungen. Wer eine Halle erst später benötigt, sollte diesen nächsten Wachstumsschritt bereits in seiner Finanzplanung mitdenken.

Eine mögliche Alternative können Gründerzentren, gemeinsam genutzte Werkstätten, zunächst kleinere Mietflächen oder eine stufenweise Erweiterung sein. Welche Lösung geeignet ist, hängt von Produkt, Herstellung, Standort und Kapitalbedarf ab.

Drei Fragen zum Standort

- Welche Räume und Flächen benötigen wir heute und welche bei wachsendem Absatz?
- Ist die vorgesehene Nutzung zulässig und können wir rechtzeitig starten?
- Sind alle einmaligen und laufenden Standortkosten samt Reserve eingeplant?

PRAXISIMPULS

Fragen Sie früh bei Ihrer Kommune oder der örtlichen Wirtschaftsförderung nach verfügbaren Gewerbeflächen. Klären Sie Eignung, Nutzung und Kosten, bevor Sie einen Miet- oder Kaufvertrag verbindlich abschließen.

10. Schutzrechte: möglichst früh prüfen

Wer ein neues Produkt entwickelt, sollte früh überlegen, was daran geschützt werden kann. Das betrifft nicht nur die spätere Verwertung. Ein Investor oder ein möglicher Käufer wird wissen wollen, welche Rechte tatsächlich bestehen und wem sie gehören.

Nicht jede Geschäftsidee ist patentfähig. Für technische Erfindungen können je nach Voraussetzungen Patente oder Gebrauchsmuster infrage kommen. Eine Produktgestaltung kann unter Umständen über ein Design geschützt werden. Für Namen und Kennzeichen kommt Markenschutz in Betracht. Auch vertrauliches Know-how kann wirtschaftlich wertvoll sein.

Erst den Schutz prüfen, dann öffentlich darüber sprechen

Eine zu frühe Veröffentlichung, ein Messeauftritt oder ein Gespräch ohne ausreichende Vertraulichkeit kann den Schutz einer technischen Erfindung gefährden. Gerade bei Patenten ist Neuheit entscheidend. Deshalb sollten Schutzrechtsrecherche und gegebenenfalls eine Anmeldung vor öffentlichen Produktvorstellungen erfolgen.

Ein Gebrauchsmuster ist nicht einfach ein garantiertes kleines Patent. Die sachlichen Schutzvoraussetzungen werden bei seiner Eintragung nicht umfassend geprüft. Ob ein Schutzrecht passt und wie weit es reicht, sollte mit fachkundiger Unterstützung geklärt werden.

Was sollte geklärt werden?

- Was ist an dem Produkt tatsächlich neu und schutzfähig?
- Gibt es bereits ähnliche Schutzrechte und können fremde Rechte betroffen sein?
- Wem gehören die Rechte an Entwicklung, Zeichnungen und Software?
- Welche Kosten entstehen für Anmeldung, Beratung, Verlängerung und gegebenenfalls internationalen Schutz?
- Was darf gegenüber Kunden, Herstellern oder potenziellen Investoren offengelegt werden?

WICHTIGER HINWEIS

Die Entscheidung über Schutzrechte gehört an den Anfang. Wenn erst nach einer öffentlichen Vorstellung über Patentschutz nachgedacht wird, kann es zu spät sein. Vor vertraulichen Gesprächen mit Dritten sollten angemessene Vereinbarungen geprüft werden.

11. Produktentwicklung ist noch keine Markteinführung

Eine häufige Schwachstelle junger Unternehmen liegt zwischen einem fertigen Produkt und den ersten zahlenden Kunden. Für die Entwicklung wurde viel Zeit, Know-how und Kapital eingesetzt. Für den Marktstart bleibt danach zu wenig übrig. Wer selbst vermarkten will, muss den Vertrieb schon während der Entwicklung mitfinanzieren.

Ein Produkt muss nicht nur funktionieren. Es muss verständlich angeboten, sichtbar gemacht und zu einem passenden Preis verkauft werden. Je nach Vorhaben braucht es dafür Werbung, Gespräche, Referenzen, Vertriebspartner, eine Website oder einen eigenen Vertriebsprozess.

Förderprogramme für Forschung oder Produktentwicklung umfassen nicht automatisch sämtliche Kosten von Werbung, Verkauf und Markteinführung. Diese Ausgaben müssen gesondert geplant und ihre mögliche Förderfähigkeit geprüft werden.

MERKSATZ

Nicht nur die Entwicklung der Idee muss finanziert sein. Auch der Weg zum zahlenden Kunden braucht ein eigenes Budget.

12. Marktreif: Rechte verwerten oder selbst produzieren?

Wenn ein Produkt marktreif ist, steht eine grundlegende strategische Entscheidung an: Möchte der Gründer die Entwicklung und ihre Schutzrechte wirtschaftlich verwerten oder selbst ein produzierendes und verkaufendes Unternehmen aufbauen? Beide Wege sind möglich. Sie verlangen aber sehr unterschiedliche Mittel, Fähigkeiten und Risiken.

Weg A: Schutzrechte verkaufen oder eine Lizenz vergeben

Eine Möglichkeit ist, das Produkt mit seinen übertragbaren Rechten an ein bestehendes Unternehmen oder einen Investor zu verkaufen. Dann übernimmt der Erwerber die weitere wirtschaftliche Nutzung im vereinbarten Umfang. Der Gründer erhält dafür einen ausgehandelten Kaufpreis und gibt die übertragenen Rechte grundsätzlich ab.

Statt eines Verkaufs kann auch eine Lizenz vereinbart werden. Dann dürfen andere das geschützte Produkt unter festgelegten Bedingungen nutzen, herstellen oder vertreiben. Die Rechte bleiben grundsätzlich beim bisherigen Inhaber. Vergütungen können beispielsweise einmalig, laufend oder umsatzabhängig gestaltet werden.

Ein solcher Weg kann den eigenen Bedarf an Maschinen, Hallen, Personal und Vertrieb verringern. Allerdings müssen verlässliche Partner gefunden und Verträge sorgfältig gestaltet werden. Wichtig sind etwa Umfang der Rechte, Gebiet, Laufzeit, Vergütung, Qualitätsanforderungen und Verantwortlichkeiten.

Weg B: Eigene Herstellung und eigener Vertrieb

Wer selbst produziert, behält mehr unmittelbare Kontrolle über Produkt, Herstellung, Preisgestaltung und Kundenbeziehungen. Dafür steigen häufig der Kapitalbedarf und die laufenden Risiken deutlich. Maschinen, Material, Räume, Beschäftigte, Qualitätssicherung, Lager, Marketing und Vertrieb müssen organisiert und finanziert werden.

Nicht jede Gründerin und nicht jeder Gründer muss dafür gleich eine eigene Fabrik aufbauen. Eine Fertigung durch externe Partner kann eine Zwischenlösung sein. Die Verantwortung für Finanzierung, Kunden und Geschäftsmodell bleibt jedoch beim eigenen Unternehmen.

Die beiden Wege wirtschaftlich vergleichen

Vor der Entscheidung sollten beide Varianten einmal nebeneinander gerechnet werden. Wie viel Eigenkapital wird benötigt? Wie schnell sind Einnahmen realistisch? Welches Risiko ist tragbar? Wer verfügt über Produktionserfahrung, Marktzugang und Kundenkontakte? Und was passiert, wenn die Nachfrage hinter den Erwartungen zurückbleibt?

Diese Weichenstellung kommt spätestens bei Marktreife auf den Tisch. Sie sollte aber bereits bei der Entwicklung mitgedacht werden, weil sie den Businessplan, die Schutzrechtsstrategie und den Finanzbedarf stark verändert.

Drei Fragen für die strategische Entscheidung

- Wollen wir vor allem eine Erfindung wirtschaftlich verwerten oder dauerhaft ein eigenes Unternehmen betreiben?
- Können wir Herstellung, Vertrieb, Kapitalbedarf und Risiken selbst stemmen?
- Welche Bedingungen müsste ein Verkauf oder eine Lizenz erfüllen, damit sich dieser Weg für uns lohnt?

MERKSATZ

Ein marktreifes Produkt zwingt nicht zur eigenen Produktion. Der Verkauf oder die Lizenzierung von Rechten kann eine eigenständige unternehmerische Strategie sein. Entscheidend ist, welcher Weg zu Ziel, Kapital und Fähigkeiten des Gründers passt.

13. Marketingberatung und Marketingumsetzung

Hier muss sauber unterschieden werden. Im Rahmen einer geförderten Gründungsberatung über das RKW Hessen können Fragen der Marktpositionierung sowie die Entwicklung eines Marketing- oder Vertriebskonzeptes Gegenstand der Beratung sein.

Die praktische Durchführung des Marketings ist damit nicht gefördert. Werbeanzeigen schalten, Kampagnen umsetzen, Werbemittel produzieren oder den Vertrieb operativ betreiben gehört nicht schon deshalb zu den förderfähigen Beratungskosten.

Das ist wichtig für die Finanzierung. Ein gefördertes Konzept kann helfen, den richtigen Weg zu finden. Das Geld für die tatsächliche Marktbearbeitung wird dadurch aber nicht automatisch bereitgestellt. Ob andere Förderprogramme einzelne Umsetzungskosten abdecken, ist gesondert zu prüfen.

Beispiel für die Unterscheidung

Mögliche Beratungsleistung	Spätere praktische Umsetzung
Zielgruppen und Positionierung erarbeiten	Anzeigen schalten und Werbebudget ausgeben
Vertriebskanäle bewerten	Kundenakquise und laufende Vertriebsarbeit durchführen
Marketingplan und Budget entwickeln	Kampagne, Druck oder Werbeproduktion bezahlen

ORIENTIERUNG

Förderung einer Beratung bedeutet nicht Förderung der empfohlenen Maßnahmen. Fragen Sie immer genau nach, was als Beratungsleistung anerkannt wird und was Sie selbst finanzieren müssen.

14. In welcher Reihenfolge sollte gegründet werden?

Eine gute Reihenfolge verhindert unnötige Arbeit. Sie ist kein starres Gesetz. Einige Schritte laufen parallel. Wichtig ist vor allem, nicht zu früh unumkehrbare Verpflichtungen einzugehen.

Schritt	Ziel
1. Idee beschreiben	Problem, Lösung und erste Kundenannahmen festhalten
2. Kritisch hinterfragen	Mit einem Sparringspartner offene Fragen erkennen
3. Förderung vorab klären	Wirtschaftsförderung und WIBank früh kontaktieren
4. Tätigkeit einordnen	IHK, Handwerkskammer, freier Beruf und mögliche Zulassungen prüfen
5. Markt prüfen	Zielkunden, Wettbewerb und Nachfrage betrachten
6. Verwertungsweg prüfen	Schutzrechte, mögliche Partner und Eigenproduktion rechtzeitig vergleichen
7. Plan und Kapitalbedarf	Businessplan zum gewählten Weg mit Personal, Vorsorge, Raumkosten, Vermarktung und Liquidität erstellen
8. Erst dann verbindlich starten	Anmeldungen, Vertragsabschlüsse und Finanzierung nach Prüfung angehen

Welche Anmeldung zu welchem Zeitpunkt nötig ist, hängt von Rechtsform und Tätigkeit ab. Vorab sollte geklärt sein, ob ein Gewerbe, ein Handwerk oder eine freiberufliche Tätigkeit vorliegt. Berufsrechtliche Anforderungen, Pflichtmitgliedschaften und der mögliche Beginn von Kammerbeiträgen gehören dazu. Außerdem müssen förderrelevante Fristen eingehalten werden.

15. Die Türöffner als Begleiter

Wir verstehen uns in der frühen Gründungsphase vor allem als Sparringspartner. Wir wollen nicht zuerst einen umfangreichen Beratungsprozess in Gang setzen, sondern helfen, die Idee aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten.

Dabei stellen wir Fragen zum Produkt, zu möglichen Schutzrechten, zur Herstellung, zu Kunden, Markt, Preis und Vertrieb. Später kann auch die Wahl zwischen Rechteverwertung und eigener Produktion zum Gespräch gehören. Ziel ist eine realistische Einschätzung. Die Entscheidung bleibt immer beim Gründer selbst.

Wenn sich aus dem ersten Gespräch weiterer Unterstützungsbedarf ergibt, können konkrete Schritte gemeinsam geordnet werden. Das kann die Vorbereitung einer Marktanalyse, die Strukturierung des Businessplans oder die Suche nach geeigneten Beratungs- und Förderstellen betreffen. Umfang und Konditionen einer möglichen Beratung werden gesondert vereinbart.

UNSER ANSPRUCH

Nicht möglichst viele Beratungsstunden, sondern zuerst die richtigen Fragen. Daraus entsteht eine tragfähige Grundlage für die nächsten Entscheidungen.

16. Ein kleiner Fahrplan für die ersten Schritte

Der Einstieg muss nicht kompliziert sein. Ein erstes Gespräch kann bereits helfen, die größten offenen Punkte zu erkennen. Für die Vorbereitung genügt meist eine kurze Beschreibung der Idee und eine ehrliche Übersicht über den bisherigen Stand.

Vor einem ersten Sparringsgespräch

- Beschreiben Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung in fünf Sätzen.
- Nennen Sie drei mögliche Kundengruppen und deren konkreten Nutzen.
- Schreiben Sie auf, welche betrieblichen und privaten Ausgaben bevorstehen.
- Halten Sie fest, welche Fragen Ihnen selbst noch Sorgen machen.
- Prüfen Sie vor bindenden Schritten, welche Förderstellen angesprochen werden sollten.

Danach sollte nicht automatisch der große Beratungsauftrag folgen. Vielmehr steht eine Entscheidung an: Was wissen wir schon, was müssen wir noch prüfen und was ist der nächste sinnvolle Schritt?

PRAXISIMPULS

Nach jedem Gespräch höchstens drei Aufgaben festlegen. Wer ist verantwortlich, was soll geklärt werden und bis wann? Kleine überprüfbare Schritte bringen häufig mehr als ein dicker Ordner.

17. Fragen und Checkliste vor dem Start

Die folgende Übersicht ist bewusst einfach gehalten. Sie ersetzt keine Gründungsberatung. Sie zeigt, ob die wesentlichen Fragen schon einmal gestellt worden sind.

- ☐ Ist verständlich, welches Problem unser Angebot löst?
- ☐ Haben wir mit möglichen Kunden gesprochen?
- ☐ Kennen wir vergleichbare Angebote und typische Preise?
- ☐ Ist eine wirtschaftliche Herstellung oder Leistungserbringung denkbar?
- ☐ Wissen wir, wie die ersten Kunden erreicht werden sollen?
- ☐ Ist der Aufwand für Marketing und Vertrieb eingeplant?
- ☐ Haben wir Fördermöglichkeiten vor bindenden Schritten geprüft?
- ☐ Haben wir die örtliche Wirtschaftsförderung und gegebenenfalls die WIBank kontaktiert?
- ☐ Ist geklärt, welche Kosten überhaupt förderfähig wären?
- ☐ Ist geklärt, ob wir freiberuflich, handwerklich oder gewerblich tätig werden?
- ☐ Sind mögliche IHK-, HWK- oder Berufskammerpflichten und Zulassungen geprüft?
- ☐ Sind Anmeldegebühren und laufende Kammerbeiträge im Finanzplan enthalten?
- ☐ Gibt es eine erste Übersicht über Investitionen und laufende Ausgaben?
- ☐ Ist der eigene Lebensunterhalt auch bei verzögertem Umsatz eingeplant?

- ☐ Haben wir Krankenversicherung, Altersvorsorge und Ausfallrisiken geprüft?
- ☐ Sind mögliche Löhne einschließlich Arbeitgeberkosten berücksichtigt?
- ☐ Wissen wir, welche Räume oder Flächen für Start und Wachstum nötig sind?
- ☐ Sind Standortzulässigkeit, Miete, Umbau und Nebenkosten geprüft?
- ☐ Haben wir vor der Veröffentlichung mögliche Schutzrechte prüfen lassen?
- ☐ Ist geklärt, wem die Entwicklung und mögliche Schutzrechte gehören?
- ☐ Haben wir Rechteverkauf, Lizenzierung und eigene Produktion verglichen?
- ☐ Steht der Kapitalbedarf im Einklang mit dem gewählten Verwertungsweg?
- ☐ Ist genügend Liquidität für einen langsameren Start vorgesehen?
- ☐ Ist ein nachvollziehbarer Businessplan erstellt oder vorbereitet?
- ☐ Hat ein unabhängiger Gesprächspartner unsere Annahmen hinterfragt?

Schlussgedanke

Gründen heißt nicht, jedes Risiko auszuschließen. Aber es heißt, wichtige Fragen früh genug zu stellen. Wer seine Idee kritisch prüfen lässt, Förderbedingungen beachtet und den Weg zum Kunden mitplant, trifft seine Entscheidungen auf einer besseren Grundlage.

Unser wichtigster Rat: Suchen Sie sich frühzeitig einen kritischen Sparringspartner. Eine gute Frage zur richtigen Zeit kann mehr wert sein als viele Stunden Arbeit am falschen Konzept.

Hinweise und Anlaufstellen

Förderangebote können sich ändern. Die folgenden Stellen sind Beispiele für eine erste Orientierung in Hessen. Welche Programme tatsächlich passen und wann ein Antrag gestellt werden muss, ist vor einer Gründung mit den zuständigen Stellen zu klären.

Örtliche Wirtschaftsförderung

Gute erste Adresse für regionale Kontakte, örtliche Angebote und den Weg zu passenden Stellen.

WIBank | Förderberatung Hessen

Kostenfreie und unabhängige Förderberatung zu Angeboten des Landes Hessen, des Bundes und der EU. Die WIBank ist zugleich Anlaufstelle für eigene beziehungsweise von ihr betreute Förderprogramme. Kontakt: 0611 774-7333.

www.wibank.de

Industrie- und Handelskammer (IHK)

Für gewerbliche und industrielle Gründungen: Hinweise zur Zuständigkeit, Pflichtmitgliedschaft, Beiträgen und möglichen Entlastungen in der Gründungsphase.

www.ihk.de

Handwerkskammer (HWK)

Für handwerkliche und handwerksähnliche Gründungen: Eintragung, Zulassungsvoraussetzungen, Beiträge und betriebswirtschaftliche Beratung.

www.handwerkskammer.de

Deutsches Patent- und Markenamt (DPMA)

Informationen zur Patentrecherche, Patent- und Gebrauchsmusteranmeldung, zu Marken und Designs sowie zum Schutzzumfang und zu laufenden Gebühren. Für die konkrete Schutzrechtsstrategie ist häufig patentanwaltliche Beratung sinnvoll.

www.dpma.de

RKW Hessen | Gründungsberatung

Informationen zu geförderten Vorgründungsberatungen, zum Ablauf und zu Förderbedingungen. Die veröffentlichte Höchstquote beträgt derzeit bis zu 75 Prozent des Beratungshonorars. Keine pauschale Zusage für den Einzelfall.

www.rkw-hessen.de/beratungsfoerderung/gruendung-foerderung.html

Hessen Existenzgründung

Landesportal mit Hinweisen zu Förderung und Beratungsangeboten.

existenzgruendung.hessen.de

Informationsgrundlagen: WIBank und Hessen Existenzgründung (Förderberatung), IHK Frankfurt am Main (Kammermitgliedschaft und Beitragsregelungen) sowie Handwerkskammer Kassel (Handwerksrolle und Beitrag). Die jeweils aktuell geltenden Vorgaben bei den zuständigen Stellen prüfen.

Weitere Orientierung: BMWK-Existenzgründungsportal, Checkliste Kapitalbedarfsplan und Informationen zur persönlichen Absicherung sowie IHK-Informationen zur Standortwahl und Nutzungsänderung. Die zulässige Nutzung ist örtlich zu prüfen.

Grundlagen Schutzrechte: Deutsches Patent- und Markenamt, Schutzvoraussetzungen bei Patenten und Gebrauchsmustern, Recherche und Hinweise zur wirtschaftlichen Nutzung. Welche Rechte sich verkaufen oder lizenzieren lassen, muss im Einzelfall rechtlich und wirtschaftlich geprüft werden.

Redaktioneller Stand der Förderhinweise: Oktober 2026. Dieser Entwurf soll Denkanstöße geben und ist keine Rechts-, Steuer- oder Fördermittelzusage.

Über die Reihe

„Impulse für die Transformation“ ist eine Reihe der „Die Türöffner“. Sie möchte komplexe Fragen verständlich machen und Anregungen für praktische Entscheidungen geben. Dieses Heft überträgt den Ansatz auf die erste Phase der Unternehmensgründung.

Autor und Ansprechpartner

Walter Dreßbach | Die Türöffner

www.die-tueroeffner.de

Walter Dreßbach

Autor und Initiator der Reihe

Erfahrung aus Verwaltung, Wirtschaft, Zivilschutz und Transformation

Walter Dreßbach verbindet seit vielen Jahren die Perspektiven von Verwaltung, Politik, Ehrenamt und Wirtschaft. Sein beruflicher Weg reicht vom Elektro- und Energiebereich über Berufsfeuerwehr und Personalvertretung bis zu langjährigen Führungsaufgaben in Kommunalverwaltung und Wirtschaftsförderung.

Seine Leitfrage blieb dabei im Kern gleich: Wie können Kommunen, Regionen und Unternehmen trotz demografischem Wandel, Fachkräfteengpässen, Strukturwandel und Digitalisierung leistungsfähig und wirtschaftlich stark bleiben?

Berufliche Stationen und Schwerpunkte

- ab 1981 fast 13 Jahre Berufsfeuerwehrmann bei der US Army, zeitweise freigestellter Personalrat
- ab 1993 Main-Kinzig-Kreis mit Aufgaben im Zivilschutz, Katastrophenschutz und in der Gefahrenabwehr
- Aufbau der Ehrenamtsagentur Main-Kinzig-Kreis und Leitung von 2007 bis 2011
- Führungsaufgaben im Amt für Wirtschaft und Arbeit, Kultur, Sport, Tourismus und Ehrenamt sowie später Amtsleitung
- ab 2012 Leiter der Wirtschaftsförderung, ab 2018 Leiter des Referats Wirtschaft, Arbeit und digitale Infrastruktur
- Initiator von Unternehmensbesuchen und Mitgestalter von Netzwerk-, Fachkräfte- und Transformationsformaten
- langjährige ehrenamtliche kommunalpolitische Erfahrung
- Gründer und zentraler Kopf (CEO) des Beraternetzwerks „Die Türöffner“



Walter Dreßbach

Verwaltungsdirektor

dressbach.eu | die-tueroeffner.de

Warum diese Impulsreihe?

Transformation wird häufig getrennt betrachtet. In der Praxis hängen Demografie, Technik, Personal, Wirtschaft und öffentliche Hand unmittelbar zusammen. Die Reihe soll Zusammenhänge verständlich machen, neue Betrachtungsweisen anstoßen und konkrete Handlungsoptionen für Entscheider ableiten.



www.die-tueroeffner.de