



GK 033 Bürofachhandel

Die Branche auf einen Blick:

Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	rd. 7.000 Unternehmen (2008)
Büromöbel und -technik, Organisationsmittel	rd. 4-5.000 Unternehmen (geschätzt)
Branchenumsatz (2008, Stat. Bundesamt)	rd. 10,5 Mrd. EUR
Branchenumsatz (2009, BBW)	rd. 7,9 Mrd. EUR (ohne IT + Schreibwaren)
Durchschnittsumsätze (2007):	
Bürobedarf-Einzelhandel	rd. 365.000 EUR pro Jahr und Unternehmen
Büromöbel-Großhandel	rd. 3,6 Mio. EUR pro Jahr und Unternehmen
Bürotechnik-Großhandel	rd. 4,6 Mio. EUR pro Jahr und Unternehmen

Gliederung des Gründungskonzeptes

- 1 Branche
- 2 Konzept: Segment BBO / Vollsortimenter
- 3 Konzept: Schreibwaren / PBS
- 4 Kalkulationshilfen
- 5 Bezugsquellen
- 6 Ladenräume: Wichtig im PBS-Segment
- 7 Investitionen / Finanzierung
- 8 Marketing und Internethandel
- 9 Recht
- 10 Spezielle Gründerinfos
- 11 Fachkontakte / -informationen
- 12 Gründerkontakte / -informationen

1. Branche

Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	rd. 7.000 Unternehmen (2008)
Büromöbel und -technik, Organisationsmittel	rd. 4-5.000 Unternehmen *)

*) Schätzung für die BBO-Sparte; die Statistik erfasst Büroeinrichter zusammen mit anderen Einzelhandelssegmenten, berücksichtigt sind auch Betriebe im Großhandel

Branchenumsatz (2008, Statistisches Bundesamt):

Papier, Bürobedarf, Schreibwaren	rd. 2,6 Mrd. EUR
Büromöbel und -technik (Großhandel)	rd. 7,9 Mrd. EUR

Eine etwas andere Abgrenzung der Sparten zieht der Bundesverband Bürowirtschaft (2009)

PBS-Handel v.a. mit gewerblichen Kunden	rd. 4,1 Mrd. EUR
Bürotechnik (ohne IT-Technik)	rd. 1,9 Mrd. EUR
Büromöbel und -service	rd. 1,7 Mrd. EUR

NOTIZEN

NOTIZEN

Die Branche ist so heterogen wie ihre Sortimente; der Begriff Endverbraucher kann sowohl für den Schüler, als auch für den Großkonzern stehen. In beiden Segmenten - BBO (Bürotechnik, Büromöbel und Organisationsmittel) sowie PBS (Papier, Büroartikel, Schreibwaren) - finden sich kombinierte Groß- und Fachhandlungen, die Firmen ausstatten, im Ladengeschäft aber auch hochwertige Schreibwaren führen und Büros und Praxen der Nachbarschaft mit Büroartikeln aller Art beliefern.

In der PBS-Sparte betreiben fast 40 Prozent der Unternehmen das Geschäft mit lediglich 1-2 Beschäftigten, 35 Prozent erzielen nicht mehr als 100.000 EUR Jahresumsatz. In den Großhandelssparten zählt die Statistik zwischen 25 und 35 Prozent Kleinstbetriebe (1-2 Beschäftigte), etwa 65 Prozent der Unternehmen bleiben unter 1 Mio. EUR Jahresumsatz (2007).

Marktanteile (laut BBW Fachverband):

PBS-Einzelhandel	36 %
PBS-Großhandel	28 %
Bürotechnik	19 %
Büromöbel	17 %

Die Lieferungen des Fachhandels an gewerbliche Kunden (ohne Technik und Möbel) betragen nach Verbandsangaben etwa 55 Prozent des Gesamtmarktes.

Wettbewerber: Innerhalb der Branche wie auch nach außen herrscht ein starker Wettbewerb. Im Segment Privatkunden konkurrieren die Schreibwarenläden mit zahlreichen Anbietern, die jeweils einzelne Sortimentsbereiche als Ergänzung zu ihrem Kerngeschäft anbieten (z.B. Buchhandel, Supermärkte). Vor allem im Organisationsmittelsegment expandieren derweil die großen (Internet-) Versandhändler mit Niedrigpreisen in den verschiedenen Sortimentsbereichen. Technik- und Möbelanbieter konkurrieren mit IT-Spezialisten, Elektrofachmärkten und dem Möbeleinzelhandel.

Warengruppen. Eine Studie von BBE Retail Experts prognostiziert ein anhaltendes Umsatzwachstum bei EDV-Zubehör und Wechseldatenträgern wie auch für die Druckausgabe von IT-Technik bis 2013. Demgegenüber verliert die Branche bei den Schreibwaren (Papierausstattungen, Glückwunschkarten, Geschäftsbücher, Kalender).

2. Konzept: Segment BBO / Vollsortimenter

Sortimentsstruktur (2007, BBW)

Bürobedarf / Orga	51 %
Büromöbel	27 %
Bürotechnik	22 %

Existenzgründer im BBO-Bereich, die zur Unternehmensgründung einen hohen Investitionsaufwand, besonders für bürotechnische Geräte, leisten und über ein gutes technisches Know-how verfügen müssen, sollten sich noch vor der Gründung über ihre Zielgruppe und deren Bedarf genauestens im klaren sein.

Auch wenn die Ausgaben für Büromaterial pro Arbeitsplatz relativ konstant bleiben (im Schnitt 690 EUR im Jahr): Die Zahl der Büro-Arbeitsplätze hat sich

NOTIZEN

auch in den letzten Jahren nicht in dem Umfang vergrößert, die eine deutliche Umsatzausweitung erwarten ließe.

Der Bereich Bürotechnik wird von der Umstellung auf digitale Technik getragen, wie digitale Kopierer, Laserdrucker, Beamer. Mit dieser Entwicklung findet eine starke Verschiebung vom traditionellen Bürobedarf zum elektronischen Bürobedarf statt. Computer- und Druckerzubehör sowie Verbrauchsmaterial weisen hohe Absatzsteigerungen auf. Allerdings ersetzt das Geschäft damit lediglich den Absatz des klassischen Sortiments, weitet den Gesamtumsatz nicht unbedingt aus. Wichtiges Segment: die elektronische Archivierung. Demgegenüber stagniert die herkömmliche Bürotechnik wie Fax- und Kopiergeräte: Die klassische Drucker- und Kopierertechnik ist geprägt von Ersatzbedarf, die Stückzahlen stagnieren bei sinkenden Preisen.

Die IT-Hardware ist das bedeutendste Segment im Bereich Büro und Verwaltung; 2009 erreichte die einschlägige IT-Technik ein Marktvolumen von 17,9 Mrd. EUR – 7 Prozent weniger als im Jahr 2007. Negativ (- 1,5 %) sollen sich die Hardware-Verkäufe auch 2010 entwickeln und auf ein Volumen von rund 17,6 Mrd. EUR sinken. IDC Scheer berichtete bereits 2009 von mittelfristig aufgeschobenen IT-Investitionen. Diese Entwicklung ist zweierlei geschuldet: Dem fortlaufenden Preisverfall und dem Umstieg – nicht nur der Konsumenten – auf Notebooks und Netbooks. Die PC- und Notebook-Preise sanken 2009 um durchschnittlich 16,8 % bzw. 13,7 % und lagen damit um jeweils rund 60 % unter dem Durchschnittspreis von 2005. Dabei verweisen die Prognosen für 2010 auf positive Trends bei den Stückzahlen: 10 Prozent Zuwachs auf dem europäischen Markt, 12,6 Prozent weltweit (Gartner 2009). Eine Belegung des Geschäfts mit den Firmenkunden durch den Umstieg auf Windows 7 sehen die Experten erst für Ende 2010 als realistisch an.

Büromöbelbereich. Während die Einrichtungssparte 2008 beim Umsatz noch einen Rekordzuwachs von 12 Prozent erzielte, melden die Händler 2009 einen Umsatzrückgang von 17 Prozent auf rund 2,2 Mrd. EUR (BBE Retail), die deutschen Hersteller einen Rückgang um ein gutes Fünftel (22,8 %). Büromöbel laufen über den Bürowirtschaftlichen Fachhandel (ca. 50 Prozent Marktanteil) und - bei großen Objekten - im Direktbezug von den Herstellern, der „normale“ Möbelhandel hält einen Marktanteil unter 10 Prozent (2007). Bis 2014 soll sich der Markt wieder auf etwa 2,3 Mrd. EUR steigern (BBE Retail Studie 2010).

Trend Home-Office: Geschätzte 1 Mio. Selbständige, Freiberufler und Angestellte arbeiten zu Hause. Diese Verlagerung von Büroarbeitsplätzen in den Wohnbereich bietet dem Fachhandel Chancen, wenn er sein Angebot durch preiswerte Produkte mit solidem Funktionsumfang auf diesen Wandel einstellt.

Trend Nomad Office: Praktiker beobachten einen Trend zu Möbeln, die flexibel eingesetzt werden können, also etwa als Schreibtisch und Konferenztisch oder Ablagetisch. Besonders rund um IT-Arbeitsplätze und bei Stühlen bleibt die Ergonomie wichtiges Thema.

Die neueste Verkaufsidee der Anbieter ist Feng shui fürs Büro.

Spezialisten. Branchenfremde Anbieter kontern kann der Fachhandel mit extremer Nischenbildung (z.B. der Bürostuhl-Spezialist), mit Service (vor allem bei Wartung und Reparatur von Bürotechnik können und wollen Billiganbieter nicht mithalten), mit Nachkaufgarantien für Zubehör oder Extraausstattung (hier sind exzellente Beschaffungsqualitäten und ausgiebige Lagerhaltung gefragt). Beratung, zuverlässige Lieferung oder Beschwerdemanagement erwarten die Kunden ohnehin. Insbesondere für Spezialisten ist die eigene Homepage mit Bestellmöglichkeiten eine wichtige Ausweitung des erreichbaren Abnahmerkreises.

3. Konzept: Schreibwaren / PBS

Umsatzanteil / Gewerbliche Abnehmer	rd. 60 %
/ Privatkunden	rd. 40 %

Das Schreibwarenssegment gerät zunehmend unter Druck durch Branchenfremde:

- im Geschäft mit Bürobedarf mit gewerblichen Abnehmern durch Internetversender
- Warenhäuser haben ihre Fachabteilungen teils zur Papeterie mit hochwertiger Ware ausgebaut
- Möbelhändler bieten nebenbei preislich attraktive Accessoires aus dem PBS-Sortiment an
- (Fach-)Discounter, Verbrauchermärkte, Lebensmittelhändler und Drogisten führen neben dem Haushaltsangebot an Papierwaren auch Geschenkpapier, Gruß- und Glückwunschkarten oder andere schnelldrehende Artikel.

Beim Schreibpapier, bei Heften und Malblöcken hält der Fachhandel noch einen Marktanteil von rund einem Viertel (GfK, 2009).

Schulbedarf: Seit Jahren gehen die Schülerzahlen zurück - zum Schuljahr 2009/2010 lag die Schülerzahl bei rund 9 Millionen; mit rund 735.000 Schülern wurden rund 15 Prozent weniger Kinder eingeschult als noch vor 10 Jahren. Bis 2015 rechnen die Statistiker insgesamt mit weiter rückläufigen Zahlen von ABC-Schützern (minus 12 %). Denn: Insgesamt sinkt die Zahl der Geburten seit den 90er Jahren, auf zuletzt rund 650.000 im Jahr (2009, von rund 795.000 im Jahr 1996). Weiteres Problem: Regelmäßig zum Schuljahrsbeginn werden die einschlägigen Saisonrenner von zahlreichen Wettbewerbern zu Niedrigpreisen angeboten.

Erscheinungsbild: Bauen Sie keinen "Kramladen" mit verstellten Schaufenstern, engen Gängen oder Grabbelkörben auf. Das gut präsentierte edle Papier oder Schreibgerät kann Kunden in den Laden locken wie die - zugegeben umsatzträglicheren - Spielwaren oder Lizenzfiguren im Schülersortiment. Die Präsentation oder Schaufensterdekoration zur Saison zu wechseln, scheint ein Ratschlag, dem etliche kleine Schreibwarenläden nur bedingt folgen. Aber: Das Saisongeschäft zu Ostern und Weihnachten sowie der Verkaufsschwerpunkt Schulanfang sind wichtige Absatzstützen (das Weihnachtsgeschäft macht nach Auswertungen des Statistischen Bundesamtes im Schnitt des Einzelhandels knapp 20 % des Jahresumsatzes aus, bei Büchern und Fachzeitschriften bis knapp 25 %).

Zusatzsortimente: Außer Spezialanbietern, die hochpreisige Schreibgeräte, edle Papierwaren, Künstlerbedarf oder hochwertige Grußkarten führen, haben die meisten kleinen Schreibwarengeschäfte ihr Sortiment auf branchenfremde Produkte ausgeweitet. Welches Konzept funktioniert, hängt vom konkreten Standort und Einzugsgebiet ab: Von der Übernahme einer Postagentur in verkehrstechnisch schlecht angebundenen Randgebieten über Spielwaren, Bastelbedarf und Geschenkartikel bis zu Zeitungen/Zeitschriften, Tabakwaren reichen die Umsatzstützen. Ein Hinweis zu etwaigen Hobby- und Bastelartikeln: Mitunter sind hier die Trends schnelllebig, ordern Sie keine zu großen Bestände. Manche Schreibwarenläden haben sich zu regelrechten Convenience-Stores umgestaltet.

4. Kalkulationshilfen

Für die Planung Ihres Unternehmens, insbesondere für die Kreditverhandlungen mit der Bank, benötigen Sie detaillierte Informationen über alle betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Personalkosten, Umsatzchancen oder Handelsspanne.

Segment BBO / Durchschnittsumsätze

Büromöbel-Großhandel	rd. 5,9 Mio. EUR
	pro Jahr und Unternehmen (2008)
Bürotechnik-Großhandel	rd. 4,6 Mio. EUR
	pro Jahr und Unternehmen (2008)

Aber: Die knapp 65 Prozent der Technik- bzw. Möbelunternehmen, die mit dem Jahresumsatz unter 1 Mio. EUR bleiben, erwirtschaften im Schnitt nur rund 500.000 EUR im Jahr. Der Pro-Kopf-Umsatz erreicht im Schnitt rund 270.000 EUR und 608.000 EUR jährlich (2007; zum Vergleich: im Sortimentsschwerpunkt IT-Technik / Software rund 575.000 EUR).

IT-Bereich: Der durchschnittliche Jahresumsatz von Unternehmen im Computere Einzelhandel erreichte in diesem Bereich 2008 gut 665.000 EUR (netto, ohne Umsatzsteuer) und bei Unternehmen der Wartung und Reparaturtechnik rund 445.000 EUR (2008).

Kostenstruktur: Nach Erhebungen des Statistischen Bundesamtes verteilen sich die Aufwendungen der befragten Unternehmen des Fachgroßhandels im Jahr 2007 folgendermaßen (in Prozent vom Nettoumsatz):

	Bürotechnik	Büromöbel
Wareneinsatz	58,6 %	63,4 %
Personalkosten	19,7 %	13,8 %
Sonstiger Aufwand	15,2 %	14,3 %
Miete / Pacht	1,5 %	2,6 %
Sonst. Materialaufwand	0,2 %	0,1 %

Das rechnerische Betriebsergebnis vor Steuern beträgt in der Bürotechnik im Schnitt 4 Prozent vom Nettoumsatz (Sortimentsschwerpunkt IT: 5 %). Büroeinrichter erzielen im Schnitt 5,9 Prozent. Die Einzelergebnisse streuen allerdings in dieser Branche stark um den Durchschnitt, einige große Firmen oder Ketten liegen deutlich darüber, während viele kleine Unternehmen sogar Verluste einfahren.

PBS-Segment (Dieses Segment lässt sich statistisch eindeutiger fassen:)

Durchschnittsumsatz (2008, netto)

Einzelhandel	rd. 375.000 EUR pro Unternehmen
Großhandel *)	rd. 7,7 Mio. EUR pro Unternehmen

Die **Kostenstruktur** sah im Jahr 2007 folgendermaßen aus (in % von Nettoumsatz):

	Privatkunden segment	Firmenkunden- segment *)
Wareneinsatz	64,5 %	78,7 %
Personalkosten	13,9 %	8,0 %
Sonstiger Aufwand	8,3 %	8,9 %
Miete / Pacht	5,3 %	0,8 %
Sonst. Materialaufwand	0,8 %	0,8 %

*) statistisch mit anderen Großhandlungen im Bereich Konsumgüter erfasst (u.a. Sportgeräte, Pree-segrosso)

Aus diesen Werten ergibt sich ein **Betriebsergebnis vor Steuern** von **5,2 Prozent** im Einzelhandel respektive **2,8 Prozent** im Großhandel.

Einzelhandel: Rechnen Sie sich im Tagesgeschäft nicht reicher, als Sie sind, insbesondere wenn Sie vorwiegend an Endverbraucher verkaufen. In den Ladenpreisen, also im Tagesumsatz in der Kasse, sind 15,97 % Mehrwertsteuer enthalten, die vom Einzelhändler für den Staat einbehalten werden. Der Gesamtbetrag darf mit den Vorsteuern für betriebliche Ausgaben verrechnet werden und wird dann monatlich ans Finanzamt abgeführt.

Werkstatt: Aus den Daten des Statistischen Bundesamtes für 2007 ergibt sich für Instandhaltung und Reparatur von Bürotechnik / IT-Technik folgendes Bild:

	Branche	Unternehmen > 250.000 EUR Jahresumsatz
Personalkosten	28,6 %	31,9 % v. Nettoumsatz
Wareneinsatz		29,6 % v. Nettoumsatz
Material und Hilfsstoffe		10,4 % v. Nettoumsatz
Miete / Pacht		3,8 % v. Nettoumsatz
Sonstiger Aufwand	54,9 %	12,3 % v. Nettoumsatz

Das rechnerische **Durchschnittsergebnis** vor Steuern läge damit in diesen Unternehmen bei **rund 16,5 Prozent** vom (vergleichsweise bescheidenen) Umsatz, in umsatzstärkeren Unternehmen bei **12 Prozent**.

Betriebliche Versicherungen. Unabdingbar sind Haftpflichtversicherungen für Schäden, die Sie oder Ihre Mitarbeiter im Rahmen der betrieblichen Tätigkeit verursachen (falsches Anschließen von Geräten, Nichteinhalten von fest zugesagten Lieferterminen etc.). Wichtig sind Betriebsunterbrechungsversicherungen, die zusätzlich zu den entsprechenden Sachversicherungen wie Feuer, Sturm oder Maschinenschaden die Ausfallzeit abdecken.

Arbeitslosenversicherung. Selbständige können freiwillig (gegen einen pauschalen Monatsbeitrag) Mitglied der Arbeitslosenversicherung bleiben (Änderungen ab 2011 beachten!). Wesentliche Voraussetzungen: mind. 15 Wochenstunden selbständige Tätigkeit; innerhalb der letzten 24 Monate vor Aufnahme der selbständigen Tätigkeit mind. 12 Monate versicherungspflichtig beschäftigt oder Bezieher von Arbeitslosengeld; Antragstellung innerhalb eines Monats nach Existenzgründung.

Krankenversicherung. Wer selbständig ist, kann wählen, ob er in der gesetzlichen Krankenkasse bleibt oder sich privat versichert. Die Beiträge der gesetzlichen Krankenversicherung sind von Alter, Geschlecht und Anzahl der nicht erwerbstätigen Familienangehörigen unabhängig, während die Privatversicherer für jedes Mitglied einen eigenen Beitrag berechnen. Für junge, gesunde Einsteiger ohne mitzuversichernde Familienangehörige ist eine Privatversicherung meist günstiger.

Alters- / Risikovorsorge. Bei der Altersvorsorge gibt es für Selbständige meist die Möglichkeit zwischen gesetzlicher Rentenversicherung, Versorgungswerken bei einigen Berufsgruppen und/oder privaten Versicherungen zu wählen. Berufsunfähigkeit ist in der gesetzlichen Rentenversicherung für alle, die ab 1.1.1961 geboren sind, nur äußerst unzureichend abgesichert (Erwerbsminderungsrente); eine Berufsunfähigkeitsversicherung sollte zusätzlich privat abge-

geschlossen werden. Derzeit gilt eine private Vorsorge als günstiger, doch Prognosen über lange Zeiträume sind immer mit Unsicherheiten behaftet.

5. Bezugsquellen

Traditionell wurde der Schutz der Fachhändler in der Branche lange ernst genommen. Bürobedarf oder Büromaschinen wurden nur an Fachhändler (im Groß- und Einzelhandel) und die Büromaschinenmechaniker geliefert. Mittlerweile haben die "Verlotterung der Sitten" im PC-Segment, vor allem aber der Internethandel den Fachhandelsschutz aufgeweicht. Markenartikelhersteller wie Herlitz und die Kooperation Quadriga (u. a. Pelikan, Faber-Castell) gründen eigene Vertriebssysteme und beliefern so auch Supermärkte.

Prüfen Sie, welche der folgenden Punkte bei Ihren Verhandlungen mit den Lieferanten besonders ins Gewicht fallen: Lieferfristen - Rabatte - Rückgaberechte - Kulanz bei Materialfehlern - Zahlungsweise und Zahlungsziel - Sortimentsbreite.

Einkaufskooperationen. Um gegenüber den größeren Anbietern konkurrenzfähig bleiben zu können und um vernünftige Konditionen zu bekommen, sollten Sie überlegen, ob Sie einer der bestehenden Einkaufsgemeinschaften beitreten. Nicht in Kooperationen organisierte mittelständische Bürofachhändler können nach Einschätzung von Praktikern dem Konkurrenzdruck auf Dauer kaum standhalten.

Vorteile der Kooperation:

- Zentrale Liefer- und Logistiklösungen
- Qualitätsmanagement bei den Mitgliedsunternehmen in Form der ISO-9000-Zertifizierung
- moderne PC-Warenwirtschaftssysteme und elektronischer Datenaustausch
- Internationalisierung im Rahmen der euro büro EWIV, des Zusammenschlusses europäischer Verbundgruppen
- Unterstützung beim Marketing

6. Ladenräume: Wichtig im PBS-Segment

Der Erfolg der klassischen Ladengeschäfte mit überwiegend privater Kundschaft, die Papierwaren, Bürobedarf und Schreibwaren führen, hängt in erster Linie vom Standort ab. PBS-Händler in zentraler Lage von großen Städten (mit Vorortbildung) erwirtschaften deutlich höhere Gewinne als ihre Kollegen in kleineren Städten.

Hinweise für eine Standortanalyse. Laut Betriebsdaten und Erfahrungswerten der BBE Münster erzielen Büro- / Schreibwarengeschäfte durchschnittlich rund 5.000 EUR Umsatz je qm jährlich (Angaben im Sinne einer Mindestgröße, 2008).

Detailfragen zu Standortproblemen sollten Sie mit Ihrer Industrie- und Handelskammer oder dem Einzelhandelsverband besprechen; Untersuchungen der Kaufkraft in Ihrem Zielgebiet, Mietspiegel oder Konkurrenzdicke liegen dort vielleicht schon vor. Dieses Spezialwissen sollten Sie nutzen.

Bei der Suche nach geeigneten Geschäftsräumen sollten Sie folgende Punkte erkunden:

- Größe und Reichweite des Einzugsgebietes

NOTIZEN

- Kaufkraft im Einzugsgebiet und erreichbare Umsätze (wie viele Kunden müssten täglich kommen, damit Sie Ihr Umsatzziel erreichen?)
- Zahl, Größe, Entfernung und Attraktivität vergleichbarer Geschäfte in der Umgebung
- Qualität Ihres Standortes hinsichtlich Verkehrsverbindungen und Parkplätzen, auch im Vergleich zur Konkurrenz
- umliegende Geschäfte anderer Branchen, die evtl. eine Magnetwirkung auch auf Ihre potentiellen Kunden ausüben könnten
- Erweiterungsmöglichkeiten der Geschäftsräume

Gewerbliche Abnehmer: Bei der Ansiedlung an weniger günstigen Standorten, z.B. in Gewerbegebieten oder Unterzentren der Großstädte, liegen die Raumkosten meist niedriger. Die Nähe zu potentiellen gewerblichen Kunden kann die mangelnde Attraktivität für Privatkundschaft aber u. U. wettmachen - das hängt auch von Ihrem Geschäftskonzept ab.

7. Investitionen / Finanzierung

Der PBS-Geschäftszweig erfordert vergleichsweise wenig Startkapital, wenn er sich hauptsächlich an Privatkunden wendet: je nach Ladengröße in etwa zwischen 25.000 bis 45.000 EUR Anfangskapital. Ein Vollsortimenter, der auch Freiberufler und kleine Gewerbetreibende beliefern will, muss mit mind. 60.000 bis 70.000 EUR planen.

Im Bereich Büromaschinen oder Büromöbel beginnt eine Grundausstattung für die eigene Einrichtung und Vorführgeräte bzw. Muster zwischen 90.000 und 130.000 EUR.

Anlaufzeit: Berücksichtigen Sie Kosten, die weniger handgreiflich sind. Dazu gehören Ausgaben für Briefpapier, die Eröffnungswerbung (Annoncen, ein kleines Fest für die Nachbarschaft, die Entwicklung einer eigenen Internetpräsenz, Eintrag ins Branchenbuch). Hinzu kommen die laufenden Geschäftsausgaben, die während der Anlaufzeit anfallen. Erfahrungsgemäß kann es länger als ein halbes Jahr dauern, bis die Verkäufe die Kosten decken. Und schließlich müssen Sie während dieser Zeit auch Ihre privaten Ausgaben bestreiten.

Kredithilfen. Speziell zur Finanzierung von Gründungsvorhaben bis 50.000 EUR Kapitalbedarf dient KfW-Startgeld, zu beantragen über die Hausbank. Die Vorteile für den Gründer sind verbilligte Zinsen und vergleichsweise lange Laufzeiten, ggf. auch einige tilgungsfreie Jahre.

Für Gründungsvorhaben mit höherem Kapitalbedarf stehen Mittel der KfW-Mittelstandsbank zur Verfügung (z.B. ERP-Gründer-Kapital mit Eigenkapitalcharakter bis 500.000 EUR, Unternehmerkredit auch für höhere Kreditsummen). Auch aus Landesprogrammen können Existenzgründer Förderung erhalten, etwa zinsgünstige Darlehen, aber auch Beratungsmittel, in einigen Regionen und Branchen auch direkte Zuschüsse. Das aus eigenen Mitteln aufgebrachte Kapital sollte 15 bis 20 Prozent des Gesamtbedarfs nicht unterschreiten.

Handwerksmeister (z.B. Informationselektroniker), die Reparatur, Wartung von und Handel mit Bürotechnik vereinbaren wollen, können in einzelnen Ländern zusätzliche Mittel erhalten. Wer den Meisterbrief erst erwerben möchte, kann Meister-Bafög beantragen.

Förderprogramme der Länder

NOTIZEN

Ausführliche Informationen bei den Landesförderinstituten, Adressen und Webadressen siehe unten: Gründerkontakte / -informationen

Berlin u.a.: Berlin Start - Darlehen für Investitionen, erstes Warenlager, Betriebsmittel zwischen 5.000 EUR und 100.000 EUR + Mikrokredite bis 25.000 EUR aus KMU-Fonds + Coaching in der Vorgründungsphase (Assessment-Tage, dann max. 8 Tagewerke / 450 EUR / 95 % der Kosten)

Brandenburg u.a.: zinsverbilligte Darlehen aus dem GuW-Programm bis max. 500.000 EUR / Brandenburg-Kredit bis max. 10 Mio. EUR + kostenlose Gründungs- und Nachfolgeberatung über Lotsendienste

Bremen u.a.: Mikrodarlehen bis 10.000 EUR / Starthilfedarlehen bis 100.000 EUR / Zuschüsse für Schaffung von Arbeitsplätzen aus dem Starthilfefonds + Bremer Unternehmerkredit bis 5 Mio. EUR + Beratungsförderung als Zuschuss bis max. 80% / 700 EUR pro Tagewerk (insgesamt max. 2.800 EUR)

Mecklenburg-Vorpommern u.a.: Mikrodarlehen für Gründer bis 10.000 EUR, Kooperationsdarlehen bis 20.000 EUR + Kleindarlehen zwischen 20.000 EUR und 200.000 EUR + Zuschüsse zur Unternehmensberatung bis 50 %/500 EUR pro Tagewerk, max. 5.000 EUR (best. Wirtschaftsbereiche ausgeschlossen; nicht vor Gründung)

Niedersachsen u.a.: Niedersachsen-Kredit zwischen 20.000 EUR und 1,5 Mio. EUR für Investitionen, Waren- und Materiallager sowie ggf. Betriebsmittel + Gründercoaching von 3-20 Tagewerken, 50 % Zuschuss zu max. 800 EUR pro Tag (nur bei NBank akkreditierte Berater)

Nordrhein-Westfalen u.a.: NRW.BANK Gründungskredit, mind. 25.000 EUR, max. 5 Mio. EUR Kreditvolumen (zu 100% der förderfähigen Kosten) + NRW/EU.Mikrodarlehen von 5.000 bis 25.000 EUR Darlehensbetrag + Meistergründungsprämie NRW von 7.500 EUR (Voraussetzung: mind. 1 Arbeitnehmer, mind. 25.000 EUR Finanzierungsbedarf bei Männern / 20.000 EUR bei Frauen) + Gründungsberatung (max. 50% / 400 EUR pro Tagewerk Zuschuss, i.d.R. für 4 Tagewerke)

Rheinland-Pfalz u.a.: Darlehen aus dem Mittelstandsförderungsprogramm bis zu 100% der Investitionen (max. 2 Mio. EUR) + Existenzgründungsberatung bis 50% von max. 9 Tagewerken zu 800 EUR

Sachsen-Anhalt u.a.: Gründerdarlehen von mind. 25.000 EUR bis max. 1,5 Mio. EUR

Schleswig-Holstein u.a.: Starthilfedarlehen bis 100.000 EUR Investitionen und/oder 50.000 EUR Betriebsmittelbedarf - Abwicklung sämtl. öffentl. Darlehen + Zuschuss aus dem Zukunftsprogramm Arbeit zur Gründungsberatung / -schulung von 50 % der Kosten / max. 300 EUR für max. 5 Tagewerke

Gründerzuschuss für ALG-I-Bezieher. in Höhe des individuellen Arbeitslosengeld I plus 300 EUR pauschal für freiwillige Sozialversicherung für 9 Monate, dann pauschal 300 EUR für weitere 6 Monate; "Verbrauch" der Ansprüche auf ALG I; Voraussetzungen: Arbeitslose mit (Rest-)Anspruch auf mind. 3 Monate ALG I; Karenzzeit bei Kündigung ohne wichtigen Grund ggf. auf Förderzeitraum anzurechnen. Förderanspruch nur mit Bescheinigung von IHK, Hand-

NOTIZEN

werkskammer oder Bank, dass die Existenzgründung eine wirtschaftlich tragfähige Vollexistenz ermöglicht; dazu erforderlich Kurzbeschreibung des Konzepts, Kapital- und Finanzierungsplan sowie Umsatz- und Rentabilitätsvorschau; Antrag beim zuständigen Arbeitsamt.

Geno-Star: Finanzierungsplaner im Internet. Wie eine auf Ihren Kapitalbedarf zugeschnittene Finanzierung mit dem vorhandenen Eigenkapital, öffentlichen Mitteln und Bankdarlehen im Idealfall aussehen könnte, ermitteln Sie im ersten Schritt selbst mit GENO-Star. Das DV-gestützte Beratungssystem der Volksbanken, Raiffeisenbanken und Spar- und Darlehenskassen errechnet aufgrund Ihrer Angaben ganz unverbindlich einen optimalen Finanzierungs- und Kapitaldienstplan. So können Sie erst einmal verschiedene Modelle durchspielen. Damit erhalten Sie erste konkrete Zahlen für Ihren Businessplan, die dann im Gespräch mit Ihrer Hausbank verfeinert und noch besser auf Ihr Vorhaben zugeschnitten werden können.

Internet-Service unter www.geno-Star.de

- Förderrechner mit optimalem Finanzierungsplan und Kapitaldienstplan sowie Hinweisen auf einzureichende Unterlagen
- Förderprogramme und Förderlexikon
- Adressen der lokalen genossenschaftlichen Bank(en)

8. Marketing und Internethandel

Die Preistransparenz durch Internetrecherchen erhöht den Preisdruck auf die Anbieter - um so mehr lohnt ein eigener professioneller, informativer Internet-Auftritt, der zusätzliche Kunden erschließen kann. Dies gilt vor allem für Spezialanbieter, die so ihr Einzugsgebiet, zumindest theoretisch, ausweiten und ein zweites Standbein aufbauen können.

Die Büroausstatter haben dabei eine Vorreiterrolle, bereits 90 Prozent sind im Web vertreten, viele mit eigenem Online-Shop. Argument für die Kunden: Das elektronische Bestellwesen kann die Handlungskosten für den Büromaterialeinkauf bis zu 80 Prozent reduzieren. Allerdings beträgt der Umsatzanteil aus E-Commerce branchenweit im Schnitt nur 0,1 bis 10,2 Prozent, je nach Sortimentsschwerpunkt (2007, im PBS-Einzelhandel: 3,5 Prozent).

Professionelle Software für den eigenen Online-Shop kann für unter 2.500 EUR erworben bzw. für monatliche Beträge unter 200 EUR gemietet werden. (auf die Vertragslaufzeit achten!). Die Standard-Softwarepakete erlauben in unterschiedlichem Maße individuelle Gestaltung der Warenpräsentation sowie der Verwaltung und/oder der Anbindung bestehender Warenwirtschaftssoftware (Bestellabwicklung, Rechnungswesen, Versandwesen). Ausführlichere Informationen dazu im *VR-Gründungskonzept 032 - Versandhandel*. Empfehlenswert für Händler, die dieses Geschäft ausbauen möchten: Eines der Gütesiegel für den sog. B2C-Handel erwerben, das mit festgelegten Qualitätsstandards für Inhalt und Kaufabwicklung für die Seriosität des Anbieters bürgt.

Webpage. Nicht einmal mehr 15 Prozent aller Unternehmen zeigen keine Präsenz im Internet (ECC Handel, 2008). Grund genug auch für kleinere stationäre Einzelhändler, das eigene Angebot, Stärken, aber auch Lücken, professionell auf die eigene Webpage zu hieven, auch wenn kein E-Commerce beabsichtigt ist. Wichtig: Die Seiten sind die elektronische Visitenkarte des Geschäfts und sollten genauso aufgeräumt und übersichtlich wie das Ladengeschäft daherkommen.

NOTIZEN

Vorsicht: Auch die einfachsten Websites unterliegen mehr oder weniger umfänglich dem Telemediengesetz – vor allem ein fehlerhaftes Impressum kann Abmahnprofis in die Hände spielen. Der Teufel steckt dabei im Detail, neben (Firmen-) Namen und ladungsfähiger Anschrift, ggf. Umsatzsteuer-ID sowie E-Mail-Adresse muss auch eine zweite Kontaktmöglichkeit angeboten werden; dabei ist noch nicht höchstrichterlich geklärt, ob eine Telefonnummer genügt, die nur auf einen Anrufbeantworter aufläuft.

Newsletter: Die Gesetzeslage ist hier sehr deutlich: Elektronische Newsletter dürfen nur auf ausdrückliche Anforderung an eigene Kunden versandt werden. Sie dienen also in erster Linie der Pflege von Stammkunden. Immerhin sind solche Newsletter (gut die Hälfte der Bezieher wünschen einen vierzehntägigen oder monatlichen Rhythmus) auf Dauer preiswerter zu organisieren als Werbeschreiben und gedruckte Handzettel.

Werbung allgemein. Betrachten Sie Werbeausgaben als Investitionen, genau wie die Einrichtung oder das erste Warenlager. Auch bei begrenzten Geldmitteln sollten Sie sich zur Eröffnung etwas Besonderes einfallen lassen, etwas, das der örtlichen Presse eine Meldung wert ist. Entwickeln Sie mit der Zeit bei Ihrer Zielgruppe ein Image, das Sie von der örtlichen Konkurrenz unterscheidet, beispielsweise durch:

- professionell dekorierte Schaufenster, die Sie des Öfteren variieren sollten
- wiederholte Aktionen in den Verkaufsräumen, wenn Sie sich an Privatkunden wenden
- Rabattaktionen zu bestimmten Terminen
- regelmäßige Werbung in den Tageszeitungen, Stadtteil- bzw. Stadtzeitungen oder Anzeigenblättern, bei der Sie versuchen sollten, aktuelle Attraktionen herauszustellen
- eine größere Anzeige im Branchentelefonbuch

9. Recht

Der reine Handel mit Büromaterial, -technik oder -möbeln wird nicht durch gesetzliche Bestimmungen eingeschränkt.

Handwerksrecht beachten: Wer als BBO-Händler einen Service anbieten möchte, der über Einführungsseminare und Hotlines für Gerätenutzer hinausgeht, etwa Wartungsverträge oder einen Reparaturnotdienst, muss das Handwerksrecht beachten und ggf. mit einem der rund 11.000 selbständigen Informati-onstechniker (2009) kooperieren. Denn: Für manche Tätigkeiten wird nach wie vor die Eintragung in die Handwerksrolle verlangt, als Meister oder Altgeselle mit ausreichender Berufserfahrung (mind. 6 Jahre, davon 4 in leitender Funktion). Bei den für das Handwerk wesentlichen Tätigkeiten darf der Händler eine gewisse Umsatzgrenze im Rahmen seiner Serviceleistungen nicht überschreiten. So darf sich der Service-Bereich nicht so weit entwickeln, dass er den wesentlichen Teil des Gesamtumsatzes ausmacht.

Mit diesem Service ausdrücklich werben, ist Händlern nicht erlaubt. Sollte der Service-Bereich sich zu einem "Renner" entwickeln, empfiehlt sich aus rechtlichen Gründen die Kooperation mit einem Meisterbetrieb, die ja auch zusätzliche Kunden bringen kann.

Einfache handwerkliche Tätigkeiten innerhalb des Gewerks dürfen ohne weiteres von allen Existenzgründern ausgeübt werden. Dies sind Tätigkeiten, die

- in kurzer Zeit (bis zu 3 Monate) erlernt werden können, oder

NOTIZEN

- bei längerer Anlernzeit für das Gewerk nebensächlich sind, oder
- nicht aus einem Gewerk der Anlage A der Handwerksordnung entstanden sind.

Diese Tätigkeiten gelten als handwerksähnliches Gewerbe (keine Meisterprüfung). Starten Sie aber nicht ohne Rücksprache mit der Handwerkskammer. Ob im Einzelfall die IHK zuständig ist, entscheidet eine Schlichtungskommission.

REACH-Verordnung der EU. Einzelhändler sind verpflichtet, [Verbraucher](#) auf Anfrage über „besorgniserregende Stoffe“ in Nonfood-Produkten zu informieren, und zwar

- auf Basis von Informationen, die ihre jeweiligen Lieferanten bereits zur Verfügung gestellt haben, oder
- indem sie die Anfrage an den betreffenden Lieferanten weiterleiten.
- Die Frist für die Auskunftserteilung beträgt 45 Tage.

[Gewerblichen Kunden](#) sind Informationen über etwaige Inhaltsstoffe nach REACH unaufgefordert zu übermitteln.

Die Liste der betroffenen Stoffe – die laufend ergänzt wird – führt die ECHA (Europäische Chemikalienagentur).

Gewerbeanmeldung bei der für Ihren Betriebssitz zuständigen Stadt- oder Gemeindeverwaltung. Davon werden automatisch in Kenntnis gesetzt

- das Finanzamt
- das Gewerbeaufsichtsamt
- die Ordnungsbehörden
- die Berufsgenossenschaft.

Mit der Aufnahme eines Gewerbes wird jedes Unternehmen kammerzugehörig und damit beitragspflichtig.

Sollte das Finanzamt innerhalb von wenigen Wochen keine Steuernummer zugeteilt haben, ist der Gewerbetreibende verpflichtet, eine persönliche Mitteilung zu machen.

Mitarbeiter. Die Berufsgenossenschaft, die alle im Betrieb Beschäftigten gegen Unfall und Berufskrankheiten versichert, muss spätestens nach acht Tagen verständigt sein. Wer Mitarbeiter beschäftigt, braucht für die Anmeldung zur Krankenkasse eine Betriebsnummer. Die bekommt man vom zuständigen Arbeitsamt zugeteilt.

Steuerfallen. Auch Gründer, die sich beim Thema Unternehmenssteuern von Anfang an der Hilfe eines Steuerberaters bedienen, müssen sich selbst in Grundzügen mit den rechtlichen und steuerlichen Aspekten einer Unternehmensgründung befassen. Wichtig für viele, wenn sie (in der Anfangsphase) ohne Mitarbeiter arbeiten: Eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) kann bereits durch die gemeinsame Tätigkeit / Kooperation zweier Personen entstehen und dann – ohne dass die Partner dies wissen – zu weit reichenden steuerlichen Konsequenzen führen, ggf. verbunden mit erheblichen steuerlichen Nachteilen für die Partner.

Öffentliche Aufträge. Die Vergabe öffentlicher Aufträge wird zunehmend formalisiert. Das Mitbieten erfordert gerade bei Anfängern viel Zeitaufwand und den Erwerb von erheblichem Verfahrens-Know-how, auch was die Vergabe / Information über das Internet angeht. Auftragberatungsstellen können den Einstieg erleichtern und damit die Chance, zum Zuge zu kommen erhöhen. Es gibt drei Arten von Vergabe:

NOTIZEN

Öffentliche Ausschreibungen in amtlichen Mitteilungsblättern, auf die sich jedes Unternehmen bewerben kann.

bei Aufträgen ab 200.000 EUR muss mit europäischen Mitbewerbern gerechnet werden

Beschränkte Ausschreibungen für Leistungen, die nur ein kleiner Kreis von (Fach-) Firmen überhaupt erbringen kann

nur bei Aufträgen bis zu einem Volumen von 25.000 EUR erlaubt

Freihändige Vergabe, bei der lediglich drei Anbieter aufgefordert werden, ein Angebot abzugeben (erfolgt z.B. bei patentgeschützten Leistungen / Lieferungen bzw. im Rahmen von zusammenhängenden Projekten)

nur bei Aufträgen bis 2.500 EUR

Wichtig: Den Kriterienkatalog der Auftragsbeschreibung genau einhalten – bei Abweichungen fällt auch ein sonst wirtschaftliches Angebot aus dem Wettbewerb.

Das wirtschaftlichste Angebot erhält den Zuschlag – wirtschaftlich bedeutet: ein günstige Relation von Preis und Qualität, die u.a. durch den Nachweis der fachlichen Eignung und/oder Zuverlässigkeit des Unternehmens beeinflusst wird. Letztere muss durch eine Reihe von Unterlagen nachgewiesen werden, und zwar erfordert jedes Bieterverfahren erneut (VOB/A § 8):

- Auszug aus dem Handelsregister
- Bankauskunft
- Eintrag ins Gewerbezentralregister
- Auskunft über ggf. Einträge im Landeskorrupsionsregister
- ggf. Eintrag in die Handwerksrolle

Diese Papierflut, die auch jedes Mal mit Kosten verbunden ist), kann vermeiden, wer am Präqualifikationsverfahren des pq-Vereins teilnimmt. Staatliche Stellen können auf die entsprechenden Internetseiten zugreifen und sich der Eignung und Seriosität eines Bieters vergewissern.

10. Spezielle Gründerinfos

Businessplan. Ein Gründungs- bzw. Investitionskonzept für die Finanzierung sollte u. a. folgende Informationen enthalten:

- Marktbedingungen und voraussichtliche Entwicklung der Branche
- Produktpalette, Preise, Service
- Kundenpotential im Einzugsgebiet und ggf. daraus begründete
- Standortwahl
- Konkurrenzsituation
- notwendiger Mitarbeiterstamm

Erfolgsaussichten des Unternehmens als Vollexistenz: Die oben genannten Themen müssen mit einer Umsatz-, Kosten- und Ertragsvorschau quantifiziert bzw. untermauert werden, um von der Wirtschaftlichkeit des jeweiligen Vorhabens zu überzeugen.

Gründungsplaner. Bei der Erstellung von ersten professionellen Businessplänen unterstützt Sie der Gründungsplaner der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Mit Hilfe dieses umfangreichen und effizienten Planungsinstruments schärfen Sie den Blick für die Chancen Ihres zukünftigen Unternehmens, senken durch genaue Kalkulation die Risiken und betrachten ganz realistisch die Erfolgsaussichten aus verschiedenen Blickwinkeln.

Zentrale Bestandteile des Gründungsplaners, den interessierte Gründer bei jeder Volksbank und Raiffeisenbank erhalten:

NOTIZEN

- ▶ Das „Simulationsprogramm: Unternehmensgründung“ für Ihren heimischen PC bildet den Gründungsprozess in betriebswirtschaftlich logischer Reihenfolge ab. Im Ergebnis erarbeiten Sie schrittweise Ihren individuellen Businessplan, der eine detaillierte Grundlage für das Finanzierungsgespräch mit Ihrer Hausbank bildet.
- ▶ Im "Unternehmensgründungsplanspiel" planen Sie gemeinsam mit anderen (max. 20) Unternehmensgründern einen ganzen Tag lang Ihre eigene Firma, unter kompetenter Leitung, über einen Zeitverlauf von drei Jahren. Fragen Sie in Ihrer Genossenschaftsbank nach den nächsten Terminen.

Persönliche Kreditwürdigkeit. Neben den wirtschaftlichen Aussichten des geplanten Unternehmens werden auch die persönliche Vermögens- und Einkommenssituation und die Kreditsicherheiten des Gründers eine Rolle spielen. In Bezug auf diese Frage kann es leicht zu Enttäuschungen kommen, da die Bank die aufgeführten Sicherheiten manchmal nicht so hoch bewertet, wie ein Gründer sich das erhofft.

Übliche Bewertungen: in voller Höhe Kontoguthaben bei einem Kreditinstitut, Rückkaufwerte von Lebensversicherungen und Bausparguthaben, zu drei Vierteln des Wertes festverzinsliche Wertpapiere (für ausländische Wertpapiere gelten besondere Regelungen), mit 50 Prozent Aktien.

Firmenkauf. Die Anlaufphase ist leichter, wenn das Unternehmen schon einen Namen hat und über eingearbeitete Mitarbeiter verfügt. Der oft schwierige Aufbau eines Kundenstamms entfällt. Auch eine bestehende gute Zusammenarbeit mit Herstellern kann den Start erleichtern - bei bestehender Vertragsbindung an einen Hersteller ist es wichtig, diesen über den Wechsel in der Geschäftsführung vorab zu informieren. Bei der Suche nach einem geeigneten Objekt und erst recht der späteren fachlichen Beurteilung von Angeboten kann man auf den Rat von Experten zurückgreifen, beispielsweise des Fachverbands.

Haftung für Verbindlichkeiten. Bei einer Geschäftsübernahme haftet der Käufer gegenüber dem Finanzamt für alle betrieblichen Steuern wie Gewerbesteuer, Umsatzsteuer und Lohnsteuer, die ein Jahr vor und ein Jahr nach der Geschäftsübergabe anfallen. Begrenzt ist diese Haftung auf den Unternehmenswert. Das Haftungsrisiko kann einschränken, wer sich vom Veräußerer eine Unbedenklichkeitsbescheinigung des Finanzamtes vorlegen lässt, die besagt, ob betriebliche Steuern auf dem Unternehmen lasten.

Kaufpreis. Der Unternehmenswert setzt sich aus mehreren Bestandteilen zusammen:

- Zeitwert für Einrichtung und Ausstattung, ggf. auch Grundstücks- und Gebäudewert
- Wert des Waren- und Materialbestandes, soweit vorhanden
- Geschäftswert, der sich aus den Umsatzzahlen, der Geschäftslage und dem Kundenstamm ergibt
- Die Finanzierung des Kaufpreises sowie der erforderlichen Zusatzinvestitionen kann - wie jede Existenzgründung - vom Staat mit zinsgünstigen Mitteln erleichtert werden

Prüfpunkte. Der zum Verkauf stehende Betrieb sollte einer gründlichen betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen werden. Besonders sorgfältig recherchiert werden sollten:

- Verkaufsgründe des bisherigen Inhabers
- alle betriebswirtschaftlichen Kennzahlen wie Personaldaten, Verträge, Verbindlichkeiten und Außenstände; die Jahresabschlüsse der letzten 3 bis 5

Jahre (Bilanzen / Gewinn- und Verlustrechnungen), laufende Verbindlichkeiten

- laufende Verträge mit Herstellern und Lieferanten und die Berechtigung, als Nachfolger in diese Verträge eintreten bzw. sie kündigen zu können
- (Rest-)Laufzeit des Mietvertrags und ggf. neue Auflagen oder Bauplanungen der Behörden

11. Fachkontakte / -informationen

- **Branchenverbände**

Bundesverband Wohnen und Büro e.V. (BWB)

Bundesverband Bürowirtschaft (BBW)

c/o Thomas Grothkopp

Frangenheimstr. 6, 50931 Köln

Te. 0221/9 40 83-50, Fax: 0221/9 40 83-90

E-Mail: bwb@einzelhandel.de

www.bwb-online.de

Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen

Handwerke (ZVEH)

Lilienthalallee 4, 60487 Frankfurt am Main

Tel. 069/24 77 47-0, Fax 069/24 77 47-19

E-Mail: zveh@zveh.de

www.zveh.de

Einzelhandelsverbände

Handelsverband Deutschland - HDE e.V.

Der Einzelhandel

Am Weidendamm 1A, 10117 Berlin

Tel. 030/72 62 50-0, Fax 030/72 62 50-99

E-Mail: hde@einzelhandel.de

www.einzelhandel.de

Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V.

Mehringdamm 48, 10961 Berlin

Tel. 030/881 77 38, Fax 030/881 18 65

www.hbb-ev.de

Einzelhandelsverband Nordsee Bremen e.V.

Hinter dem Schütting 8, 28195 Bremen

Tel. 0421/32 60 33, Fax 0421/32 87 90

www.einzelhandelsverband-bremen.de

Einzelhandelsverband Nord e.V.

Hamburg Schleswig-Holstein Mecklenburg-Vorpommern

Hopfenstraße 65, 24103 Kiel

Tel. 0431/97 407-0, Fax 0431/97 407-24

www.ehv-nord.de

Unternehmerverband Einzelhandel Niedersachsen e.V.

Hinüberstr. 16, 30175 Hannover

Tel. 0511/3 37 08-26, Fax 0511/3 37 08-31

www.einzelhandel-niedersachsen.de

NOTIZEN

Einzelhandelsverband Nordrhein-Westfalen e.V.
Kaiserstr. 42 a, 40479 Düsseldorf
Tel. 0211/4 98 06-0, Fax 0211/4 98 06-36
www.handelsverband-nrw.de

Einzelhandelsverband Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland e.V. „EHV-Mitte“
Rheinstraße 36, 65185 Wiesbaden
Tel. 0611/ 37 26 85, Fax 0611/ 30 25 47
Link zu den Regionalverbänden in Rheinland-Pfalz :
www.einzelhandel-rlp.de

Verband der Kaufleute Sachsen-Anhalt e.V.
Leiterstraße 2, 39104 Magdeburg
Tel. 0391/5 61 96 31, Fax 0391/5 43 02 66
www.handel-sachsen-anhalt.de

- **Weiterbildung**

FORUM Berufsbildung e.V.
Charlottenstr. 2, 10969 Berlin
Tel. 030/259 008-0, Fax 030/259 008-10
E-Mail: info@forum-berufsbildung.de
www.forum-berufsbildung.de
(freier und gemeinnütziger Bildungsträger mit Fernlehrgängen, u. a. zu Existenzgründung)

- **Einkauf**

*Großhandelsverband
Schreib-, Papierwaren und Bürobedarf e.V.*
Königstraße 10, 53113 Bonn
Tel. 0228 9 49 18-10, Fax 0228 9 49 18-9
E-Mail: info@gvsonline.de
www.gvsonline.de

Sonnecken eG
Soennecken-Platz, 51489 Overath
Tel. 02206/607-0, Fax 02206/607-199
www.soennecken.de

Büroring eG
Siemensstr. 7, 42781 Haan
Tel. 02129/55 71-0, Fax 02129/55 71-119
www.bueroring.de

PRISMA Fachhandels AG
Dieselstraße 12-14, 42781 Haan
Tel. 02129/5571-600, Fax 02129/5571-699
www.prisma-online.biz

Büro-Forum 2000 AG
Siemensstraße 7, 42781 Haan
Tel. 02 12 9 / 77 51 - 300, Fax 02 12 9 / 77 51 - 309
www.bueroforum2000.de

NOTIZEN

- **Fachmessen**

Messetermine werden langfristig geplant, können aber kurzfristigen Änderungen unterliegen. Informieren Sie sich daher rechtzeitig auf den angegebenen Webseiten, wenn Sie eine der Messen besuchen möchten.

* *START* - Leitmesse für Existenzgründung, Franchising und junge Unternehmen

Essen, 04.-05.11.2011

Hannover, 2012

Auskünfte: asfc atelier scherer fair consulting GmbH

Hermann-Glockner-Straße 5, 90763 Fürth

Tel. 0911/970058-0

E-Mail: info@start-messe.de

www.start-messe.de

* *Paperworld*

internationale Leitmesse für alle Handelsformen der Bürowirtschaft

Frankfurt am Main, 29.01.-01.02.2011

Auskünfte: Messe Frankfurt GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt/Main

Tel. 069/75 75-0, Fax 069/75 75-64 33

E-Mail: info@messefrankfurt.com

www.messefrankfurt.com

* *Orgatec* - Fachmesse für Fachmesse für Office & Object (Ausstattung)

Köln, Oktober 2012

Auskünfte über: Kölnmesse

Messeplatz 1, 50679 Köln

Tel. 0221/821-0, Fax 0221/821-2574

E-Mail: info@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de

- **Fachzeitschriften** – Auswahl –

INFOletter BBW

GPK Verlags-@Service GmbH

- (Bundesverband Wohnen und Büro e.V. (BWB) -

www.bwb-online.de

Weitere relevante Adressen der Branche

- **Berufsgenossenschaft**

Versicherung gegen Unfall und Berufskrankheiten, für angestellte Mitarbeiter obligatorisch:

Berufsgenossenschaft Handel und Warendistribution (BGHW)

Direktion Bonn, 53102 Bonn, PF

Tel. 0228/54 06-9, Fax 0228/54 06-5129

www.bghw.de

- **Franchising**

Beim Franchising nutzt der Existenzgründer einen im Markt mehr oder weniger bereits eingeführten Namen, ein Geschäftskonzept sowie weitere Serviceleistungen des Franchisinggebers gegen Entgelt. Dabei bleibt der Franchisenehmer selbstständiger Geschäftsmann. (Informationen und Adressen von Franchiseanbietern siehe VR-Gründungskonzept 120 Franchising.)

Spezielle Auskünfte zu System und Recht des Franchising sowie Hinweise auf seriöse Franchise-Anbieter in Ihrer Branche erhalten Sie von:

DFV - Deutscher Franchise-Verband e. V.
Luisenstraße 41, 10117 Berlin
Tel. 030/27 89 02-0, Fax 030/27 89 02-15
E-Mail: info@franchiseverband.com
www.dfv-franchise.de

Die Online-Plattform *FranchisePORTAL.de* bietet eine Navigationshilfe für Interessenten einer Franchise-Gründung:
www.franchiseportal.de

Angebote für Ihre Branche finden Sie dort unter den Kategorien
Büro + Drucksachen
Fach- und Einzelhandel

12. Gründerkontakte / -informationen

- **Anlaufstellen für Gründer**

Berlin: *gruenden-in-berlin.de*

Ein gemeinsames Projekt der Industrie- und Handelskammer Berlin, Handwerkskammer Berlin, Investitionsbank Berlin und dem Existenzgründer-Institut Berlin e.V.
www.gruenden-in-berlin.de

Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen
Existenzgründer-Telefon: 030/90 13-8444
Martin-Luther-Str. 105, 10825 Berlin
www.berlin.de/sen/wirtschaft/foerderung/gruenden/index.html

Brandenburg: *Gründungsnetz Brandenburg*

www.gruendungsnetz.brandenburg.de
Lotsendienst der Landesagentur für Struktur und Arbeit Brandenburg GmbH
Tel. 03 31/60 02-200, Fax 03 31/60 02-4 00
E-Mail: Kontaktformular auf der Website
www.lasa-brandenburg.de/Existenzgruendung.44.0.html

Bremen: *B.E.G.IN-Gründungsleitstelle*

c/o RKW Bremen, Langenstr. 6-8, 28195 Bremen
Info-Line: 0421/32 34 64-12
Bremerhaven: 0471/14 04 60
www.begin24.de

Mecklenburg-Vorpommern: *Existenzgründertelefon*

Gründertelefon: 0180/123 4 123 (Mo-Do 8-17 Uhr, Fr 8-16 Uhr)

NOTIZEN

Online-Beratung:

www.gruender-mv.de/service/onlineberatung/index.html

www.gruender-mv.de

Niedersachsen: *Investitions- und Förderbank Niedersachsen – NBank*

Günther-Wagner-Allee 12-16, 30177 Hannover

Gründungscoaching Niedersachsen:

www.nbank.de/Unternehmen/Wirtschaft/Existenzgruendung/Gruendungscoaching_Nds.php

www.nbank.de

Nordrhein-Westfalen: *STARTERCENTER NRW*

Info-Line: 0180/130 130 0 (3,9 Cent / Minute aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunk max. 0,42 €/Minute)

www.startercenter.nrw.de

Rheinland-Pfalz: *Investitions- und Strukturbank*

Rheinland-Pfalz (ISB)

Holzhofstraße 4, 55116 Mainz

Tel. 06131/985-0, Fax 06131/985-299

Hotline: 06131/ 985-333 (Mo.-Do. 9:00-17:00 Uhr, Fr. 9:00-15:00 Uhr)

www.isb.rlp.de

Sachsen-Anhalt: *ego.-Existenzgründungsoffensive*

Mit Links zu den ego.-Piloten und Pilotinnen

Hasselbachstr. 4, 39104 Magdeburg

Tel. 0391/567-01

E-Mail: poststelle@mw.sachsen-anhalt.de

www.ego-on.de

Schleswig-Holstein: *Förderberatung*

www.ib-sh.de/foerderlotse

IB.Förderlotsen und IB.GründerinnenBeratung

Investitionsbank Schleswig-Holstein

Besuchsadresse: Lorentzdamm 22, 24103 Kiel

Tel. 0431/9905-3367, Fax 0431/9905-63367

Interaktive Förderberatung: www.ib-sh.de/foerderberatung/

www.ib-sh.de/existenzgruendung

- **Initiative "Gründerland Deutschland"**

auf dem Existenzgründerportal

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

www.existenzgruender.de

- **Rechtsinformationen:**

Datenbankgestütztes Beratungsprogramm

Mit Hilfe der **startothek** können Sie sich für Ihr Vorhaben ganz individuell die **Rechtsinformationen** zusammenstellen lassen.

Im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie initiiert, hat die KfW dieses Tool mit finanzieller Unterstützung des Europäischen Sozialfonds entwickeln lassen und Anfang 2010 an die private LexisNexis Deutschland GmbH übergeben.

www.startothek.de

- **Infos zu Steuern für Gründer**

Nutzen Sie frühzeitig die Informationen Ihrer Kammer oder ihres Berufsverbands zu den Themen Rechtsform, Steuern, Gewerberecht etc. Hier können Sie sich kostenlos einen umfangreichen Ratgeber zu diesen Bereichen herunterladen:

www.finanzministerium.baden-wuerttemberg.de/fm7/2028/100318_steuertipps_existenzgruender.pdf

- **Leitfaden zur Impressumspflicht auf Webseiten**

nach dem Telemediengesetz (TMG)

www.bmj.bund.de

unter > Ratgeber

- **Kammern**

Gemischt-gewerbliche Betriebe, also Unternehmen, die sowohl eine handwerkliche als auch eine nichthandwerkliche Tätigkeit ausüben, etwa einen Handel, sind Mitglieder beider Kammern. Sie sind aber nur dann IHK-beitragspflichtig, wenn es sich um einen vollkaufmännischen Geschäftsbetrieb handelt und der nichthandwerkliche Jahresumsatz 130.000,- € überschreitet. In solchen Fällen vereinbaren beide Kammerorganisationen die Aufteilung des Beitrags.

Links zu allen IHKs:

www.dihk.de

(IHK-Finder: Der Weg zu Ihrer IHK)

*Industrie- und Handelskammer **Berlin***

Ludwig Erhard Haus, Fasanenstr. 85, 10623 Berlin

Tel. 030/315 10-6 66, -667, Fax 030/315 10- 1 66

E-Mail: service@berlin.ihk.de

www.berlin.ihk24.de

*Industrie- und Handelskammer **Potsdam***

Breite Straße 2 a - c, 14467 Potsdam

Tel. 0331/27 86-0, Fax 0331/27 86-111

www.potsdam.ihk24.de

IHK Cottbus: www.cottbus.ihk.de

IHK Ostbrandenburg (Frankfurt/Oder): www.ihk-ostbrandenburg.de

*Handelskammer **Bremen***

Am Markt 13, 28195 Bremen

Tel. 0421/3637-0, Fax 0421/3637 299

www.handelskammer-bremen.de

IHK Bremerhaven: www.bremerhaven.ihk.de

*Industrie- und Handelskammer zu **Schwerin***

Graf-Schack-Allee 12, 19053 Schwerin

Tel. 0385/51 03-0, Fax 0385/51 03-999

www.ihkzuschwerin.de

IHK Neubrandenburg: www.neubrandenburg.ihk.de

IHK Rostock: www.rostock.ihk24.de



NOTIZEN

Industrie- und Handelskammer **Hannover**

Schiffgraben 49, 30175 Hannover
Tel. 0511/3107-0, Fax 0511/3107-333
www.hannover.ihk.de

IHK Lüneburg-Wolfsburg: www.ihk24-lueneburg.de
Oldenburgische IHK: www.ihk-oldenburg.de
IHK Osnabrück-Emsland: www.osnabrueck.ihk24.de
IHK für Ostfriesland und Papenburg: www.ihk-emen.de
IHK Stade für den Elbe-Weser-Raum: www.stade.ihk24.de

Vereinigung der Industrie- und Handelskammern in **Nordrhein-Westfalen**

Goltsteinstr. 31, 40211 Düsseldorf
Tel. 0211/367 02-0, Fax 0211/367 02-21
www.ihk-nrw.de
IHK Aachen: www.aachen.ihk.de
IHK Arnsberg, Hellweg-Sauerland: www.ihk-arnsberg.de
IHK Bielefeld: www.bielefeld.ihk.de
IHK Bochum: www.bochum.ihk.de
IHK Bonn / Rhein-Sieg: www.ihk-bonn.de
IHK Lippe zu Detmold: www.detmold.ihk.de
IHK Dortmund: www.dortmund.ihk24.de
IHK Düsseldorf: www.duesseldorf.ihk.de
IHK Duisburg-Wesel-Kleve: www.ihk-niederrhein.de
IHK für Essen, Mülheim a.d. Ruhr, Oberhausen: www.essen.ihk24.de
IHK Hagen: www.hagen.ihk.de
IHK Köln: www.ihk-koeln.de
IHK Krefeld: www.mittlerer-niederrhein.ihk.de
IHK Münster: www.ihk-nordwestfalen.de
IHK Siegen: www.ihk-siegen.de
IHK Wuppertal: www.wuppertal.ihk24.de

IHK-Arbeitsgemeinschaft **Rheinland-Pfalz**

Herzogenbuscher Straße 12, 54292 Trier
Tel. 06 51/97 77-0, Fax 06 51/97 77-150
www.ihk-arbeitsgemeinschaft-rlp.de
IHK zu Koblenz: www.koblenz.ihk24.de www.ihk-koblenz.de
IHK Pfalz, Ludwigshafen: www.pfalz.ihk24.de
IHK Rheinhessen, Mainz: www.rheinhessen.ihk24.de
IHK Trier: www.ihk-trier.de

Sachsen-Anhalt:

Industrie- und Handelskammer **Halle-Dessau**

Franckestraße 5, 06110 Halle
Tel. 0345/2126-0, Fax 0345/2029-649
www.halle.ihk.de

Industrie- und Handelskammer **Magdeburg**

Alter Markt 8, 39104 Magdeburg
Tel. 0391/56 93-0, Fax 0391/56 93-193
www.magdeburg.ihk24.de

Landesarbeitsgemeinschaft IHK **Schleswig-Holstein**

Flensburg + Kiel + Lübeck
Bergstraße 2, 24103 Kiel
Tel. 0431/5194-0, Fax 0431/5194-234
www.ihk-schleswig-holstein.de

Handwerklichen Gründern steht der Betriebsberatungsdienst ihrer Handwerkskammer zur Seite.

Links zu allen Handwerkskammern:

www.zdh.de/handwerksorganisationen/handwerkskammern.html

Auf den Websites der Handwerkskammern finden Sie u. a. auch die Adressen der regionalen Kreishandwerkerschaften und lokalen Innungen.

*Handwerkskammer **Berlin***

Blücherstr. 68, 10961 Berlin
Tel. 030/259 03 01, Fax 030/259 03 235
E-Mail: info@hwk-berlin.de
www.hwk-berlin.de

*Handwerkskammern des Landes **Brandenburg***

Handwerkskammer **Cottbus**

Altmarkt 17, 03046 Cottbus
Tel. 0355/7835-444, Fax 0355/7835-280
E-Mail: hwk@hwk-cottbus.de
www.hwk-cottbus.de

Handwerkskammer **Frankfurt (Oder)**

Bahnhofstraße 12, 15230 Frankfurt (Oder)
Tel. 0335/56 19 0, Fax 0335/53 50 11
E-Mail: hwkinfo@handwerkskammer-ff.de
www.handwerkskammer-ff.de

Handwerkskammer **Potsdam**

Charlottenstr. 34-36, 14467 Potsdam
Tel. 0331/3703-0, Fax 0331/292377
E-Mail: info@hwkpotsdam.de
www.hwk-potsdam.de

*Handwerkskammer **Bremen***

Ansgaritorstr. 24, 28195 Bremen
Tel. 0421/30 50 00, Fax 0421/30 500-109
E-Mail: service@hwk-bremen.de

Bremerhavener Zweigstelle:

Columbusstraße 2, 27570 Bremerhaven
Tel. 0471/2 80 14, Fax 0471/20 70 29
E-Mail: HWK-Bremerhaven@t-online.de
www.hwk-bremen.de

*Handwerkskammern des Landes **Mecklenburg-Vorpommern***

Handwerkskammer **Ostmecklenburg-Vorpommern**

Hauptverwaltung Rostock:
Schwaaner Landstraße 8, 18055 Rostock
Tel. 0381/45 49-0, Fax 0381/45 49-139
Hauptverwaltung Neubrandenburg:
Friedrich-Engels-Ring 11, 17033 Neubrandenburg
Tel. 0395/55 93-0, Fax 0395/55 93-169
E-Mail: info@hwk-omv.de
www.hwk-omv.de

Handwerkskammer **Schwerin**

Friedensstraße 4a, 19053 Schwerin
Tel. 0385/74 17 0, Fax 0381/71 60 51



NOTIZEN

Email: info@hwk-schwerin.de
www.hwk-schwerin.de

Vereinigung der Handwerkskammern **Niedersachsen**

Ferdinandstr. 3, 30175 Hannover
Tel. 0511-380870, Fax 0511-318263
E-Mail: info@handwerk-nht.de
www.handwerk-nht.de

Handwerkskammer **Braunschweig-Lüneburg-Stade**

Burgplatz 2 + 2a, 38100 Braunschweig
Tel. 0531/1201-0, Fax 0531/1201-333
Friedenstr. 6, 21335 Lüneburg
Tel. 04131/712-0, Fax 04131 712-201
E-Mail: info@hwk-bls.de
www.hwk-lueneburg-stade.de

Handwerkskammer **Hannover**

Berliner Allee 17, 30175 Hannover
Tel. 0511/3 48 59-0, Fax 0511/3 48 59-32
E-Mail: info@hwk-hannover.de
www.hwk-hannover.de

Handwerkskammer **Hildesheim-Süd-niedersachsen**

Braunschweiger Straße 53, 31134 Hildesheim
Tel. 05121/1 62-0, Fax 05121/3 38 36
E-Mail: hgf@hwk-hildesheim.de
www.hwk-hildesheim.de

Handwerkskammer **Oldenburg**

Theaterwall 32, 26122 Oldenburg
Tel. 0441/232-0, Fax 0441/232-218
E-Mail: info@hwk-oldenburg.de
www.hwk-oldenburg.de

Handwerkskammer **Osnabrück-Emsland**

Bramscher Straße 134–136, 49088 Osnabrück
Tel. 0541/6929-0, Fax 0541/6929-104
E-Mail: info@hwk-os-el.de
www.hwk-os-el.de

Handwerkskammer für **Ostfriesland**

Straße des Handwerks 2, 26603 Aurich
Tel. 04941/1797-0, Fax 04941/1797-40
E-Mail: info@hwk-aurich.de
www.hwk-aurich.de

Westdeutscher Handwerkskammertag e.V.

Sternwartstraße 27-29, 40223 Düsseldorf
Tel. 0211/3007 700, Fax 0211/3007 900
www.handwerk-nrw.de

Handwerkskammer **Aachen**

Sandkaulbach 21, 52062 Aachen
Tel. 0241/471-0, Fax 0241/471-103
E-Mail: info@hwk-aachen.de
www.hwk-aachen.de

Handwerkskammer **Dortmund**

Reinoldstraße 7-9, 44135 Dortmund
Tel. 0231/5493-0, Fax 0231/5493-116
E-Mail: info@hwk-do.de



NOTIZEN

www.hwk-do.de

Handwerkskammer **Düsseldorf**
Georg-Schulhoff-Platz 1, 40221 Düsseldorf
Tel. 0211/8795-0, Fax 0211 8795-110
E-Mail: info@hwk-duesseldorf.de
www.hwk-duesseldorf.de

Handwerkskammer zu **Köln**
Heumarkt 12, 50667 Köln
Tel. 0221/2022-0, Fax 0221/2022-320
E-mail: info@hwk-koeln.de
www.hwk-koeln.de

Handwerkskammer **Münster**
Bismarckallee 1, 48151 Münster
Tel. 0251/5203 – 0, Fax 0251/5203 – 106
E-Mail: info@hwk-muenster.de
www.hwk-muenster.de

Handwerkskammer **Südwestfalen**
Brückenplatz 1, 59821 Arnsberg
Tel. 02931/877-0, Fax 02931/877-160
E-Mail: email@hwk-suedwestfalen.de
www.hwk-suedwestfalen.de

Handwerkskammer **Ostwestfalen-Lippe zu Bielefeld**
Oberstr. 48, 33602 Bielefeld
Tel. 0521/ 56 08-0, Fax 0521/ 56 08-199
E-Mail: hwk@handwerk-owl.de
www.handwerk-owl.de

*Handwerkskammern des Landes **Rheinland-Pfalz***

Handwerkskammer **Koblenz**
Friedrich-Ebert-Ring 33, 56068 Koblenz
Tel. 0261/398-0, Fax 0261/398-398
E-Mail: hwk@hwk-koblenz.de
www.hwk-koblenz.de

Handwerkskammer der **Pfalz**
Am Altenhof 15, 67655 Kaiserslautern
Tel. 0631/3677-0, Fax 0631/3677-180
E-Mail: info@hwk-pfalz.de
www.hwk-pfalz.de

Handwerkskammer **Rheinhessen**
Dagobertstr. 2, 55166 Mainz
Tel. 06131/9992-0, Fax 06131/9992-63
E-Mail: j.schueler@hwk.de
www.hwk.de

Handwerkskammer **Trier**
Loebstraße 18, 54292 Trier
Tel. 0651/207-0, Fax 0651/207-115
E-Mail: info@hwk-trier.de
www.hwk-trier.de

*Handwerkskammern des Landes **Sachsen-Anhalt***

Handwerkskammer **Halle**
Graefestraße. 24, 06110 Halle (Saale)
Tel. 0345/2999 0, Fax 0345/2999 200



NOTIZEN

E-Mail: info@hwkhalle.de
www.hwkhalle.de

Handwerkskammer **Magdeburg**
Humboldtstr. 16, 39112 Magdeburg
Tel. 0391/6 26 80, Fax 0391/6 26 81 10
E-mail: info@hwk-magdeburg.de
www.hwk-magdeburg.de

Handwerkskammer **Schleswig-Holstein**
HwK Flensburg / HwK Lübeck
www.hwk-sh.de

Handwerkskammer **Flensburg**
Johanniskirchhof 1-7, 24937 Flensburg
Tel. 04651/866-0, Fax 0461/866-110
E-Mail: info@hwk-flensburg.de
www.hwk-flensburg.de

Handwerkskammer **Lübeck**
Breite Str. 10-12, 23552 Lübeck
Tel. 0451/15 06-0, Fax 0451/15 06-180
E-Mail: info@hwk-luebeck.de
www.hwk-luebeck.de

- **Betriebs-/Existenzgründungsberatung**

Beratung für Handelsbetriebe:

IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Dürener Str. 401b, 50858 Köln
Tel. 0221/943607-0, Fax 0221/943607-99
E-Mail: info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

BBE Handelsberatung GmbH
Briener Straße 45, 80333 München
Tel. 089/55118-0
E-Mail: info@bbe.de
www.bbe.de

BBE Handelsberatung Westfalen GmbH
von-Esmarch-Straße 168, 48149 Münster
Tel.: 0251/87119-0, Fax: 0251/87119-19
E-Mail: info@bbe-muenster.de
www.bbe-muenster.de

Beratung für Handelsbetriebe und für Handwerksbetriebe:

RKW Deutschland GmbH
Im Haus der Deutschen Wirtschaft
Breite Straße 29, 10178 Berlin
Tel. 030/2 03 08-43 20, Fax 030/2 03 08-43 25
E-Mail: info@rkw-d.de
www.rkw-d.de

Das RKW Deutschland GmbH (RKW-D) ist die Dachorganisation der RKW-GmbHs der Bundesländer Deutschland.



NOTIZEN

*RKW - Rationalisierungs- und Innovationszentrum
der Deutschen Wirtschaft e.V.*

Düsseldorfer Str. 40, 65760 Eschborn
Tel. 06196/49 5-3333

E-Mail: rkw@rkw.de

www.rkw.de

Das RKW Kompetenzzentrum ist eine Einrichtung des RKW-Bundesvereins. Es bietet schnelle, pragmatische Lösungen für heutige und künftige Herausforderungen in kleinen und mittleren Unternehmen.

Beratung vor Ort:

RKW Berlin

Breite Straße 29, 10178 Berlin
Tel. 030/20308-4300

E-Mail: info@rkw-bb.de

RKW Brandenburg

Zeppelinstr. 136, 14471 Potsdam
Tel. 0331/96745-0, Fax 0331/900280

Breite Str. 29, 10178 Berlin
Tel. 030/20308-4300, Fax 030/20308-4304

E-Mail: info@rkw-bb.de

RKW Bremen

Langenstr. 6-8, 28195 Bremen
Tel. 0421/32 34 64-0, Fax 0421/32 62 18

E-Mail: info@rkw-bremen.de

www.rkw-bremen.de

RKW Niedersachsen

Günther-Wagner-Allee 12, 30177 Hannover
Tel. 0511/33803-0, Fax 0511/33803-38

E-Mail: info@rkw-niedersachsen.de

www.rkw-nordwest.de

RKW NRW GmbH

Vogelsanger Weg 111, 40470 Düsseldorf
Tel. 0211/68001-0

E-Mail: kraushaar@rkw.de

RKW Rheinland-Pfalz e.V.

Holzhofstraße 4, 55116 Mainz
Tel. 06131/90 69 81 40, Fax 0613/90 69 81 79

E-Mail: info@rkw-rlp.de

www.rkw-rlp.de

RKW Sachsen-Anhalt GmbH

Denkfabrik im Wissenschaftshafen
Werner Heisenberg-Straße 1, 39106 Magdeburg
Tel. 0391/736 19-0; Fax 0391/736 19 -33

E-Mail: info@rkw-sachsenanhalt.de

www.rkw-sachsenanhalt.de

RKW Nord GmbH (Hamburg/Schleswig-Holstein)

Habichtstraße 41, 22305 Hamburg
Tel. 040/6 11 35-530, Fax 040/6 11 35-110



NOTIZEN

Lorentzendam 22, 24103 Kiel
E-Mail: info@rkw-nord.de

Die folgenden Verbände legen an die Qualität ihrer beratenden Mitglieder hohe Maßstäbe an und können **Existenzgründungsberater** aus den Regionen benennen. Die Beratungskosten werden im Allgemeinen vom Bund bezuschusst.

Bundesverband Deutscher Unternehmensberater (BDU) e.V.

Zitelmannstraße 22, 53113 Bonn
Tel. 0228/9161-0, Fax 0228/9161-26

E-Mail: info@BDU.de

www.bdu.de

und

Reinhardtstraße 34, 10117 Berlin
Tel. 030/8 93 10 70, Fax 030/8 93 47 46

E-Mail: berlin@bdu.de

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

Blütenweg 12, 22589 Hamburg
Tel. 040/8980 7018, Fax 040/8980 7019

E-Mail: info@vbv.de

www.vbvev.de

Bundesverband der Wirtschaftsberater (BVW) e.V.

Lerchenweg 14, 53909 Zülpich
Tel. 02252/81361, Fax 02252/2910

E-Mail: info@bvw-ev.de

www.bvw-ev.de

BUS Betreuungsverbund für Unternehmer und Selbständige e.V.

Scherbaumstraße 3, 81737 München
Tel. 089/450 634-0

E-Mail: info@bus-netzwerk.de

www.bus-netzwerk.de

- **Infos zu öffentlichen Fördermitteln**

GENO-STAR, das DV-gestützte Beratungssystem der Volksbanken, Raiffeisenbanken und Spar- und Darlehenskassen, informiert nicht nur über Fördermittel, sondern berechnet unverbindlich einen optimalen Finanzierungsplan und Kapitaldienstplan und liefert Hinweise auf einzureichende Unterlagen.

Internet-Service: Förderrechner + Förderprogramme + Förderlexikon
+ Adressen der lokalen genossenschaftlichen Banken

www.geno-Star.de

Infocenter der KfW-Mittelstandsbank - Tel. 01801/24 11 24 (Montag bis Freitag von 8:00 - 17:30 Uhr)

(Zentrales Förderinstitut des Bundes - die KfW Mittelstandsbank fördert Existenzgründer, Freiberufler und mittelständische Unternehmen.)

www.kfw-mittelstandsbank.de



NOTIZEN

Infotelefon für Existenzgründer des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie („Mittelstandsoffensive“)

Tel. 0180 5 615 001 (0,14 EUR/Min.)

Mo-Do 8:00 -20:00 Uhr / Fr bis 12:00 Uhr

www.existenzgruender.de

Förderdatenbank (Förderprogramme und Finanzhilfen)

Hier gibt das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie einen vollständigen und aktuellen Überblick über die Förderprogramme des Bundes, der Länder und der Europäischen Union.

Tel. 03018/6 15-80 00, Fax 03018/6 15-70 33

E-Mail: foerderberatung@bmwi.bund.de

www.foerderdatenbank.de

Investitionsbank Berlin (IBB)

Berlin Start

Bundesallee 210, 10719 Berlin

Tel. 030/21 25-47 47, Fax 030/21 25-20 20

E-Mail: Kontaktformular auf der Website

www.ibb.de

InvestitionsBank des Landes Brandenburg

Steinstraße 104-106, 14480 Potsdam

Tel. 0331/660-2211, Fax 0331/660-1717

E-Mail: Kontaktformular auf der Website

www.ilb.de

WFB Wirtschaftsförderung Bremen

Kontorhaus am Markt,

Langenstraße 2-4, 28195 Bremen

Tel: 0421/96 00-10, Fax 0421/96 00-810

www.wfb-bremen.de

Landesförderinstitut Mecklenburg-Vorpommern

Werkstr.213, 19061 Schwerin

Tel. 0385/63 63-0, Fax 0385/63 63 12 12

www.lfi-mv.de

Investitions- und Förderbank Niedersachsen – NBank

Günther-Wagner-Allee 12-14, 30177 Hannover

Tel. 0511/30031-0, Fax. 0511/30031-300

E-Mail: info@nbank.de

www.nbank.de

NRW.BANK (Mittelstands- und Existenzgründerportal)

Friedrichstraße 1, 48145 Münster

Kavalleriestraße 22, 40213 Düsseldorf

E-Mail: info@nrwbank.de

Beratungscenter Rheinland Tel. 0211/91741 – 4800

Beratungscenter Westfalen Tel 0251/91741 – 4800

www.nrwbank.de/de/existenzgruendungs-und-mittelstandsportal

Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB) GmbH

Holzofstr. 4, 55116 Mainz

ISB-Beratertelefon: 06131/ 985-333

NOTIZEN

E-Mail: isb@isb.rlp.de
www.isb.rlp.de

Investitionsbank Sachsen-Anhalt

Domplatz 12, 39104 Magdeburg
Tel. 0391/589-1745, Fax 0391/589-1754
E-Mail: info@ib-lsa.de
www.ib-sachsen-anhalt.de
Kontaktformular auf der Website
Kostenfreie Hotline: 0800/56 007 57

Investitionsbank Schleswig-Holstein

Fleethörn 29-31, 24103 Kiel
Tel. 0431/9905-0, Fax 0431/9905-3383
E-Mail: info@ib-sh.de
Interaktive Förderberatung:
www.ib-sh.de/foerderberatung

- **Europa-Beratung**

Europa-Telefon / EU-Informationsstelle

Wilhelmstr. 97, 10117 Berlin
Tel. 01888.682-5555, Fax 01888.682-3544
Mo bis Fr 9.00-15.00 Uhr
E-Mail: eu-infostelle@bmf.bund.de

Die EU-Informationsstelle/Europatelefon gibt Auskunft über aktuelle Fragen zur Europäischen Union und zu deren Zusammenarbeit mit den anderen Ländern der Welt. Sie informiert über die europäische Gesetzgebung, über EU-Förderprogramme und beantwortet Fragen zu den verschiedenen Politikbereichen der Gemeinschaft.

Enterprise Europe Network

Im Fokus des Netzwerks Enterprise Europe der Europäischen Kommission steht die Internationalisierung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aus Industrie, Handel und Handwerk mit innovativen Produkten und Dienstleistungen. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die Förderung der Zusammenarbeit sowie Clusterbildung zwischen Unternehmen, Universitäten und Forschungseinrichtungen.

Adressen des Netzwerkes in Deutschland:

www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/info/countries/germany_en.htm

- **Lieferanten**

"WER LIEFERT WAS?"

Kostenfreie Lieferantensuchmaschine
(Eintrag als Lieferant je nach Leistungsumfang kostenpflichtig)
Wer liefert was? GmbH
Normannenweg 16-20, 20537 Hamburg
Tel. 040/2 54 40-0, Fax 040/2 54 40-100

E-Mail: info@wlw.de
www.wlwonline.de

- **Netzwerk für junge Unternehmen**

Ehrenamtliche Berater: "ALT HILFT JUNG"

Fachleute, die aus dem Berufsleben ausgeschieden sind, geben Starthilfe durch Beratung in kaufmännischen, finanziellen und organisatorischen Fragen (keine Rechts- und Steuerberatung). Die Hilfe ist ehrenamtlich und im Prinzip honorarfrei; es wird lediglich ein pauschaler Auslagenersatz verlangt, dessen Höhe die angeschlossenen Vereine unterschiedlich festgesetzt haben.

Berlin / Brandenburg:

Berliner Beratungsdienst e.V.
Goltzstr. 19, 10781 Berlin
Tel. 030/4252030, Fax 030/425 96 50
E-Mail: bbdev@t-online.de
www.bbdev.de

Bremen, Bremerhaven und Nds.-Umland:

Bremer Senior Service e.V.
Fahrenheitstr. 1, 28359 Bremen
Tel. 0421/22 08 117, Fax 0421/22 08 150
E-Mail: info@existenzgruendung-bremen.de
www.existenzgruendung-bremen.de

Mecklenburg-Vorpommern / Schleswig-Holstein / Stade / Lüneburg:

Wirtschafts-Senioren-Beraten - Alt hilft Jung e.V.
Habichtstraße 41, 22305 Hamburg
Tel. 040/611700300
E-Mail: kontakt@wirtschafts-senioren-beraten.de
www.wirtschafts-senioren-beraten.de

Niedersachsen:

Wirtschafts-Senioren Hannover - Alt Hilft Jung e.V.
Vahrenwalder Straße 7 (TCH, Raum 18), 30165 Hannover
Tel. 0511/9357310, Fax 0511/9357311
E-Mail: ahjhannover@t-online.de
www.wirtschafts-senioren.de

Wirtschafts-Senioren Osnabrück e.V. c/o C•U•T•
Westerbreite 7, 49084 Osnabrück
Tel. 0541/ 9778 100, Fax 0541/ 9778 106
E-Mail: wirtschafts-senioren@cut-os.de
www.cut-os.de/wirtschafts-senioren

Nordrhein-Westfalen:

Alt Hilft Jung NRW e.V.
Kennedyallee 62-70, 53175 Bonn
Tel. 0228/377 1097, Fax 0228/377 1258
E-Mail: ahj-bonn@t-online.de
www.althilftjung-nrw.de

Rhein/Main:

Die Wirtschaftspaten e.V. - Alt hilft Jung
Heinrich-von-Brentano-Straße 15, 63486 Bruchköbel



NOTIZEN

Tel. 06181/57 65 12, Fax 06181/57 65 13
E-Mail: info@wirtschaftspaten.de
www.wirtschaftspaten.de

Sachsen-Anhalt:

Alt hilft Jung Sachsen-Anhalt e.V.
Rannische Straße 11, 06108 Halle/S.
Tel. 0345/6819302, Fax 0345/6819304
E-Mail: info@ahj-sachsenanhalt.de
www.ahj-sachsenanhalt.de

Business Angels

Business Angels Netzwerke bringen Gründungsunternehmer und Business Angels zusammen, um eine Beteiligung zu initiieren. Sie bieten eine Plattform, auf der sich Kapital suchende Unternehmen und Business Angels treffen können.

Business Angels Netzwerk Deutschland e.V. (BAND)

Semperstraße 51, 45138 Essen
Tel. 020 /89 41 5-60, Fax 0201/89 41 5-10
E-Mail: band@business-angels.de
www.business-angels.de
mit Links zu den regionalen/lokalen Netzwerken

Wirtschaftsjunioren Deutschland (WJD)

Breite Str. 29, 10178 Berlin
Tel. 030/20308-1515, Fax 030/20308-1522
E-Mail: wjd@wjd.de
www.wjd.de

Die regionalen Landesverbände und lokalen Netzwerke bieten praktisch-fachlichen Rat und Hilfestellung durch erfahrene Existenzgründer:

Wirtschaftsjunioren Berlin e.V

Fasanenstr. 85, 10623 Berlin
Te. 030/315 10-340, Fax 030 315 10-444
E-Mail: wjb@berlin.ihk.de
www.wjb.de

Wirtschaftsjunioren Berlin-Brandenburg e.V.

c/o IHK Potsdam
Breite Straße 2 a-c, 14467 Potsdam
Tel. 0331/2786322, Fax 0331/2786292
E-Mail: wj-bb@potsdam.ihk.de
www.wjbb.de

Wirtschaftsjunioren Hanseraum

c/o IHK zu Flensburg
Heinrichstraße 28-34, 24937 Flensburg
Tel. 0461/806-450, Fax: 0461/806-9450
E-Mail: geschaeftsfuehrung@hanseraum.de
www.hanseraum.de

Wirtschaftsjunioren Nordrhein-Westfalen

c/o Industrie- und Handelskammer
Wuppertal-Solingen-Remscheid
Heinrich-Kamp-Platz 2, 42103 Wuppertal



NOTIZEN

Tel. 0202/24 90 710, Fax 0202/24 90 799
www.wjnrw.de

Wirtschaftsjunioren *Rheinland-Pfalz*
c/o Matthias Ess, Bleichstr. 25, 55543 Bad Kreuznach
Tel. 0700/95757835, Fax 0700/95757329
E-Mail: info@wj-rlp.de
www.wj-rlp.de

Wirtschaftsjunioren *Sachsen-Anhalt*
c/o IHK Halle-Dessau
Franckestraße 5, 06110 Halle (Saale)
Tel. 0345/2126-362, Fax 0345/2179-662
E-Mail: bmeyer@halle.ihk.de
www.wisachsen-anhalt.de

Handwerksbereich:

Junioren des Handwerks - Bundesverband e.V.
Mohrenstraße 20/21, 10117 Berlin
Tel. 030/20 619 230, Fax 030/20 619 59 230
E-Mail: info@handwerksjunioren.de
www.handwerksjunioren.de

Junioren des Handwerks in *Berlin*. e.V.
Blücherstr. 68, 10961 Berlin
Tel. 030/2 59 03-100, Fax 030/2 59 03-124
E-Mail: k.berning@hwj-berlin.de
www.hwj-berlin.de

Brandenburg:

Junioren des Handwerks Cottbus
c/o Handwerkskammer Cottbus
Altmarkt 17, 03046 Cottbus
Tel. 0355/7835-138, Fax 355/7835-285
E-Mail: info@hwj-cottbus.de
www.hwj-cottbus.de

Junioren des Handwerks *Niedersachsen* e.V.
Landesvorsitzender Cay Bolze
Ferdinandstr. 3, 30175 Hannover
E-Mail: nds@handwerksjunioren.de
www.handwerksjunioren.de

Junioren des Handwerks *Nordrhein-Westfalen*
c/o Handwerkskammer Düsseldorf
Georg-Schulhoff-Platz 1, 40221 Düsseldorf
Tel. 0211/8795321, Fax 0211/8795324
E-Mail: c.schulte@hwk-duesseldorf.de
www.handwerksjunioren.de/landesverbaende/nordrhein-westfalen.html

Junioren des Handwerks *Ostmecklenburg-Vorpommern* e.V.
c/o Heiko Asmus
Kleine Wollweberstraße 20, 17033 Neubrandenburg
Tel. 0171 4103141
E-Mail: asmus@handwerksjunioren.de

NOTIZEN

Junioren des Handwerks Landesverband *Rheinland Pfalz*
FORUM junges Handwerk Trier e.V.
c/o Handwerkskammer Trier
Loebstraße 18, 54292 Trier
Tel. 0651/207-132, Fax 0651/207-215
E-Mail: [Christian Neuenfeldt](mailto:Christian.Neuenfeldt@junghandwerk-trier.de)
www.junghandwerk-trier.de

Junioren des Handwerks Landesverband *Sachsen-Anhalt*
c/o Junghandwerk Halberstadt e.V.
Otto-Spielmann-Str. 2, 38820 Halberstadt
E-Mail: dirkbrandhbs@freenet.de

• **Social Media (web 2.0) für Gründer** – Auswahl –

www.deutsche-startups.de

Tägliche Informationen über Neuigkeiten aus der heimischen Internet-Gründerszene

www.gruenderszene.de

Branchenrelevante News und Informationen zur deutschen Webwirtschaft

www.tiburon-tv.com

Events, Personen, Firmen: Die europäische Startup-Szene per Clips

www.venturetv.de

Tipps, Spezialinfos, Startup-Reports per Clips

nexxt-change Unternehmensbörse:

Die gemeinsam mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und anderen Partnern betriebene Internetplattform www.nexxt-change.org richtet sich an Unternehmer, die einen Nachfolger für ihr Unternehmen suchen, sowie an Existenzgründer und Unternehmer, die ein im Zuge einer Nachfolge abzugebendes Unternehmen zur Übernahme suchen.

• Dabei erfolgt die eigentliche Kontaktaufnahme über die Regionalpartner vor Ort - u. a. IHK, HWK, Volksbanken und Raiffeisenbanken.

www.nexxt-change.org

Herausgeber

Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken und Raiffeisenbanken in
Weser-Ems (AGVR), Raiffeisenstraße 26, 26122 Oldenburg

Marketinggemeinschaft der Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (MVR),
Hannoversche Straße 149, 30627 Hannover

Presse- und Informationsdienst der Volksbanken und Raiffeisen-
banken e.V. (PVR), Raiffeisenstraße 1-3, 24768 Rendsburg

Rheinisch-Westfälischer Genossenschaftsverband e.V. (RWGV)
Mecklenbecker Straße 235 – 239, 48163 Münster



Redaktion:

redaktion@wirtschaftspressewest.de

Wir freuen uns über Hinweise und berücksichtigen ggf. auch Anregungen.

Alle Angaben wurden mit Sorgfalt ermittelt und überprüft. Da sie jedoch ständigen Veränderungen unterliegen, kann für die Richtigkeit und Vollständigkeit keine Gewähr übernommen werden.

Stand: 10/2010

NOTIZEN