

SPEZIAL Mittelstandsfinanzierung

Gründercoaching in Deutschland

Die KfW Mittelstandsbank vermittelt „Gründercoaches“. Eine von ihnen ist die Düsseldorfer Diplom-Ökonomin und Kommunikationsberaterin Birgit Bruns. Sie unterstützt Existenzgründer und hilft ihnen, die ersten Klippen im neuen Berufs-Leben zu umschiffen.

Viele Existenzgründer kommen aus einem Angestelltenverhältnis oder aus der Arbeitslosigkeit. Gemeinsam haben sie meistens, dass es ihre erste Gründung ist. Weder haben sie jemals im Leben einen Businessplan erstellt, noch haben sie in ihrem Leben etwas mit Marktanalysen oder mit Finanzen zu tun gehabt. Hier hilft der Staat über die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Diplom-Ökonomin Birgit Bruns ist Kommunikationsberaterin und unterstützt Existenzgründer als Coach für das Programm Gründercoaching Deutschland der KfW Mittelstandsbank. In ihrer Agentur BBCommunications im Herzen Düsseldorfs berät sie die Jung-Unternehmer – nicht nur beim beruflichen Neuanfang, sondern auch später.

Frau Bruns, wie wird man Gründercoach? Wie kommt man dazu?

Ich habe in der Vergangenheit schon viele Gründer bei ihren Plänen beraten, sich selbstständig zu machen. Habe ihnen dabei geholfen, diese Projekte zum Erfolg zu führen und sie dabei unterstützt, dies später am Markt zu kommunizieren. Als ich von dem Programm „Gründercoaching Deutschland“ der Kreditanstalt für Wiederaufbau hörte, habe ich mich dort akkreditiert.



Jetzt begleite ich Menschen mit tollen Ideen, die sich mit ihrem eigenen Unternehmen etablieren.

Gibt es konkrete Kriterien, nach denen ein Gründer entscheiden kann, ob er überhaupt einen Coach braucht oder würden Sie generell empfehlen, einen Coach einzusetzen?

Viele Existenzgründer kommen aus dem Angestelltenverhältnis. Eine Selbstständigkeit ist jedoch ein ganz anderes Thema. Durch das Coaching-Programm ist man gleich von der ersten Minute an Unternehmer mit allen Vorteilen, aber auch mit allen Risiken. Dazu kommt, dass das Thema Finanzierung für manche Projekte entscheidend ist und da braucht es einfach jemanden, der kritisch über den Business Plan schaut und die Planung unter Erfolgskriterien gemeinsam mit dem Gründer bewertet.

Auch ein Coach ist nur ein Mensch und kann nicht alle Dinge abdecken. Können Sie als Kommunikationsfachfrau denn z.B. die Finanzierung mit dem Gründer besprechen?

Da ich einen Bankenhintergrund habe, fällt mir das sehr leicht. In einem weiteren Schritt führen wir auch Gespräche mit Banken, damit eine solide Finanzierung gewährleistet ist, die abschätzbare Risiken für den Existenzgründer hat. Das ist meist ein ganz wichtiges Kriterium, ohne die das Projekt oft nicht realisiert werden kann.

Das hört sich nicht nur gut an, da ist ja für Existenzgründer richtig was zu holen. Wie sieht denn die Förderung konkret aus?

Wenn es um das Programm Gründercoaching Deutschland geht, dann haben leider viele Existenzgründer noch nie davon gehört. Die Arbeitsagenturen informieren zwar darüber, dennoch ist die Informationslage dazu eher schlecht. Dabei ist es gerade für Gründer, die aus der Arbeitslosigkeit kommen, auch wenn sie nur ein paar Tage oder Wochen arbeitslos waren, sehr interessant. Denn einen Coach können oder wollen diese Gründer nicht unbedingt bezahlen, bräuchten ihn aber tatsächlich. Deshalb fördert die Kreditanstalt für Wiederaufbau

Gründercoachings für diesen Personenkreis im ersten Jahr mit 90 Prozent. Das heißt, wenn ein Existenzgründer das Coaching-Programm mitmachen möchte, bezahlt er selbst nur zehn Prozent bzw. maximal 400 Euro. Das



Birgit Bruns: „Durch das Coaching-Programm ist man von Anfang an Unternehmer.“

FOTOS: BBCOMMUNICATIONS

ist ein sehr überschaubarer Betrag für eine solche Maßnahme.

Stichwort Arbeitslosigkeit: Ist man nur dann Nutznießer dieses Programms, wenn man arbeitslos war, oder kann das jeder Existenzgründer nutzen?

Auch Existenzgründer, die nicht aus der Arbeitslosigkeit kommen, werden gefördert. Dann übernimmt die Kreditanstalt für Wiederaufbau immerhin 50 Prozent der Kosten für den Coach.

Gibt es andere Fördergelder für Existenzgründer, auf die Sie über das Coaching hinaus hinweisen?

Ich hatte das Thema Finanzierung bereits erwähnt. In diesem Bereich gibt es zahlreiche

Möglichkeiten der öffentlichen Hand, die dabei helfen, die Projekte der Existenzgründer zu finanzieren. Gerade im Augenblick spricht man vielfach von der Kreditklemme bei den Banken. Allerdings sind Banken nicht immer so risikofreudig. Gerade bei Existenzgründern weiß man noch nicht, wie sich das Geschäft in der Zukunft entwickeln wird. Es liegt keine Kundenhistorie vor, aus der man erkennen kann, dass dieses Unternehmen schon Kredite erfolgreich zurückgezahlt hat. Also ist das Risiko, das eine Bank eingeht, relativ groß. Hier hilft die öffentliche Hand. Dafür gibt es vielfache Möglichkeiten.

Kann sich der Existenzgründer über die KfW auch Spezialisten heraussuchen, wenn er einen Experten für

eine sehr spezielle Fragestellung braucht?

Ja. Es gibt ein Portal von der KfW im Internet. Dort werden alle Coaches für das Programm Gründercoaching Deutschland angezeigt. Man kann die Bewertungen sehen, da hier die Coaches die Coaches bewerten. So kann man sehr deutlich sehen, auf welche Themen die einzelnen Coaches spezialisiert sind.

Sie sind Kommunikationsberaterin. Ist Ihr Schwerpunkt im Aufbau sozusagen der einer Geschäftsausstattung, eines Auftritts?

Natürlich erstelle ich als Gründercoach Businesspläne, Liquiditätspläne, Finanzierungspläne u.s.w. Dann geht meine Beratung jedoch weiter. Wenn die ersten Schritte vollzogen sind, sprechen wir meist

über das Thema Kommunikation. Ein neues Unternehmen braucht in der Regel ein Corporate Design, angefangen von der Visitenkarte über ein Briefpapier bis zu einem Internetauftritt. Aber es werden vielfach weitere kommunikative Mittel gebraucht, wie Vertriebspräsentationen, Unternehmensbroschüren, Newsletter, Anzeigen oder auch eine Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. In dieser Art vollzieht sich das Beratungsverhältnis meist weiter, so dass es vorkommen kann, dass man über Jahre zusammen arbeitet.

Wolfgang A. Eck führte das Interview. Anhören kann man sich das Gespräch unter der Adresse www.management-radio.de auf dem Kanal Karriere-Coaching im Internet.

COMMERZBANK 

Von Unternehmen empfohlen: Die Mittelstandsbank des Jahres

Zweimal in Folge für Kompetenz und Partnerschaft ausgezeichnet

Mittelstandsbank



Mit ihrer konsequenten Ausrichtung am Bedarf des Mittelstands bietet die Commerzbank einen klaren Mehrwert. Viele Unternehmen haben dies bereits erkannt – wie die wiederholte Wahl zur „Mittelstandsbank des Jahres“ 2008 und 2009 durch die Leser von „Markt und Mittelstand“ (Hefte 3/2008 und 3/2009) eindrucksvoll belegt.

Im Verbund mit der übernommenen Dresdner Bank werden wir unser erfolgreiches Geschäftsmodell weiter ausbauen – noch näher am Kunden, mit gestärkter Eigenkapitalbasis und hoher Kreditbereitschaft. Wir werden das bleiben, was der exportstarke deutsche Mittelstand am dringendsten braucht: ein leistungsstarker und zuverlässiger Partner für das unternehmerische Finanzmanagement.

Commerzbank Düsseldorf
Breite Straße 25, 40213 Düsseldorf

Image der Unternehmer stimmt

(rps) 68 Prozent der Deutschen halten Familienunternehmen im Vergleich zu börsennotierten Firmen beziehungsweise Unternehmen in Staatshand für die bessere Unternehmensform. 66 Prozent sagen zudem, in den Familienunternehmen sei die Idee der Sozialen Marktwirtschaft am besten verwirklicht.

Dies sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von 1000 Bundesbürgern durch die Nürnberger Unternehmensberatung Weissmann & Cie. Professor Arnold Weissman, Initiator der Befragung, sagt: „Während die aktuelle Wirtschaftskrise dem Ansehen von Top-Managern und Dax-Konzernen drastisch schadet, ist das Unternehmer-Image derzeit in der Bevölkerung weitgehend in Takt.“

So stimmen 60 Prozent der Befragten eher der Aussage zu, Unternehmer kämen in Deutschland ihrer Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Umwelt nach, während dagegen lediglich 40 Prozent eher meinen, am Ende interessierten sich die Unternehmer nur für ihren Profit.

Auch glauben 64 Prozent der Bundesbürger, Unternehmer stünden zum Standort Deutschland, während nur 36 Prozent eher die Meinung vertreten, Unternehmer würden gerne in Steuerparadiese fliehen, wenn sich ihnen dazu die Gelegenheit bietet. Weissman: „Die Person des Mittelständlers hat in den vergangenen



Merchandising-Artikel sollen das Image von Unternehmen verbessern. Das Image mittelständischer Unternehmer ist auch ohne Becher gut. FOTO: DDP

Jahren deutlich an Statur gewonnen.“

Dies wird auch im Vergleich zu anderen Berufsgruppen deutlich. Die Unternehmensberatung hat beispielsweise erhoben, dass im direkten Vergleich zu Politikern 62 Prozent der Deutschen mittelständische Unternehmer mehr schätzen. Noch deutlicher ist das Urteil gegenüber Rechtsanwälten – 74 Prozent schätzen den Unternehmer mehr – und auch gegenüber Beamten

und Journalisten. Lediglich der soziale Status von Ärzten und Lehrern ist besser als der von Unternehmern.

Interessant ist, dass bei der Befragung Männer durchgängig Unternehmer um zwei bis vier Prozentpunkte positiver sehen als Frauen dies tun. Dazu Berater Weissman: „Männer können sich mit Unternehmern eher identifizieren. Frauen misstrauen den Menschen mit wirtschaftlicher Macht wohl eher.“

Unternehmer stehen besser da als Beamte und Rechtsanwälte