

Exposé

Internationale Hochschule Duales Studium

Studiengang: Tourismuswirtschaft

**„Analyse, Bewertung und Auswahl der geeigneten Rechtsform des eigenen Unternehmens.“**

Welche Rechtsform bietet sich für Start-up-Unternehmen am besten an, um auf dem deutschen Markt zu wachsen?

David Hassan

Matrikelnummer: 101910699

Staufenstraße 26, 60323 Frankfurt am Main

Abgabedatum: 10.1.2020

**Gliederung**

1. Einleitung
2. Theoretische Fundierung
3. Methodik
4. Gliederung der Projektarbeit
5. Tabellarischer Zeitplan
6. Literaturverzeichnis

**1. Einleitung**

Da die Gründung von Start-up-Unternehmen zunehmend interessant für die Öffentlichkeit wird und sich immer mehr Personen damit beschäftigen und sich selbstständig machen wollen, ist es relevant, sich mit dem aktuellen Thema zu befassen und einen genauen Einblick in die Organisation, Handhabung und Problematik zu bekommen. Nicht ohne Grund machen vor allem viele jungen Unternehmen davon Gebrauch, da wie man im weiteren Verlauf sehen wird, dass der Prozess einer Start-up-Gründung wesentlich schneller ablaufen kann, als bei herkömmlichen Unternehmen. Heutzutage ist das Internet einer der Hauptgründe wieso sich Start-ups schnell entwickeln und populär werden können. Die zunehmende Digitalisierung bietet weitreichende technische Möglichkeiten. Das Internet ist für Unternehmen eine optimale Plattform, um sich durch bezahlte Werbung in sozialen Netzwerken bekannt zu machen. Damit eine Firma erfolgreich werden kann, führt in der heutigen medialen Zeit kein Weg daran vorbei, das Internet zu nutzen, um die Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten. Es gilt die riesige Bandbreite online-basierter Organisation für eine Unternehmensgründung zu untersuchen.

In der vorliegenden Projektarbeit wird daher folgende Fragestellung untersucht und auf das Praxisunternehmen bezogen: „Welche Rechtsform bietet sich für Start-up-Unternehmen am besten an, um auf dem deutschen Markt zu wachsen?“. Zunächst geht es um die grundsätzliche Idee und die allgemeine Definition eines Start-up-Unternehmens und welche Rechtsform am besten geeignet ist, um auf dem deutschen Markt zu wachsen. Da Start-ups meist von jungen Unternehmern gegründet werden, welche oftmals nicht so eine hohe Liquidität vorzuweisen haben, wird häufig Fremdkapital benötigt, um zukünftige Projekte und Idee zu finanzieren und somit voranzutreiben. Selbst der Staat beschäftigt sich immer mehr mit dem Thema Start-up. Um Unternehmern zu einer effizienten und schnellen Gründung zu verhelfen, bietet der Staat Fördermittel je nach Höhe des Finanzierungsbedarfs an. Oftmals bleiben Fördermittel liegen, da sich nicht genug Unternehmen mit den Finanzierungschancen beschäftigen. Dabei gilt es zu untersuchen, welche Anforderungen notwendig sind und was der Staat tun kann, um die Nachfrage an Subventionen zu steigern (starting up, 2016).

Auch das Praxisunternehmen Jeryco Brands GmbH & Co. KG ist ein Start-up, dass 2018 als Modeagentur gegründet wurde. Vor allem beschäftigt sich Jeryco Brands mit der Produktion und Distribution von Textilien. Außerdem werden diverse Events und Modenschauen organisiert. Zudem ist Jeryco Brands auf den internationalen Textil- und Modemessen sowie Fashionweeks vertreten, um weitere geschäftliche Beziehungen aufzubauen. Es ist für ein Start-up existenziell wichtig, viele Kontakte zu knüpfen, da die Modebranche ein sehr gesättigter Markt ist und man durch außergewöhnliche Arbeit überzeugen muss, um erfolgreich zu sein. Die Firma bietet europäischen Unternehmen Produktionskapazitäten in der Türkei an, welche die Textilhochburg für Europa ist, wo alle großen Marken produzieren. Da der Wettbewerb sehr hart ist, ist es wichtig die beste Qualität zum günstigsten Preis anzubieten, um sich zu etablieren. Zu dem umfangreichen Angebot von JB gehört auch der Vertrieb von Textilien in den deutschsprachigen Ländern. Durch 90.000 aktualisierte Kontakte kann für jedes Produkt der passende Händler gefunden werden. Die Erfahrung, um all die anspruchsvollen Aufgaben zu übernehmen, bringen ausgewählte Mitarbeiter mit, die bereits seit über 40 Jahren in der Textilbranche aktiv sind und schon für große und namenhafte Unternehmen gearbeitet haben. Das Wachstum der Firma geht langsam, aber stetig voran und sagt gute Tendenzen für die kommenden 5 Jahre voraus (Güllüoglu, 2019).

Das Ziel der Projektarbeit ist einen genauen Einblick in die Struktur und Gründung eines Start-up-Unternehmens zu bekommen und sich mit der genauen Rechtsform zu befassen. Wie man sich genau vorbereitet, um in das Unternehmertum einzusteigen und sich selbstständig eine Existenz aufbaut. Dazu benötigt es in erster Linie ein Konzept und eine genaue Einschätzung des Marktes (Ossola-Haring, 2005).

**2. Theoretische Fundierung**

Im ersten Verlauf des Einlesens in die Literatur, die für die Projektarbeit nötig ist, wird deutlich, dass man ein optimales Verständnis für Start-up-Unternehmen bekommt, wenn man sich mit Unternehmern beschäftigt, die sich selbstständig gemacht haben und den Weg beschreiben. Wie zum Beispiel der Geschäftsmann Thorsten Reiter in jungen Jahren mit seinem eigenen Projekt erfolgreich wurde, beschreibt und begeistert er in seinem eigenen Buch (Reiter, 2014) motivierte Personen, die auf dem Weg zur Gründung sind. Sinnvoll für die weitere Arbeit ist der Bezug und die Entwicklung auf das eigene Praxisunternehmen in Verbindung mit anderen erfolgreichen Start-ups, was einen fundamentalen und oberflächlichen Überblick auf die allgemeine Arbeit gibt. Um überhaupt eine Firma gründen zu dürfen, bedarf es der Klärung der geeigneten Rechtsform. Da sich die Projektarbeit auf genau das Thema bezieht, klärt Thomas Münster für wen welche Rechtsform infrage kommt und wie man seine Rechtsform wechseln kann sowie die Handhabung eines Einzelunternehmens (Steuern, Haftung, Buchführung, Kapitalbeschaffung etc.). Desweitern werden diverse Rechtsformen beschrieben, die sich in neun Kapiteln lesen und gut verstehen lassen. Auch wenn es um die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit geht, zeigt Thomas Münster worauf es ankommt:

„Ob die Geschäfte nicht laufen wie erwartet oder die Fabrik abbrennt, ob die Konjunktur oder die Wechselkursentwicklung alle Pläne über den Haufen werfen - das alles spielt keine Rolle. Hier zählt keine Ausrede, das Gebot heißt: Geld muss man haben, und zwar so viel, dass man die ganze Zeche bezahlen kann, ohne Limit" (Münster, 2006, S.24).

Wie schon beschrieben, gelangen Start-ups immer mehr in den Trend und es bedarf aufgrund Modernisierung und Digitalisierung die Schaffung eines Raumes innerhalb der medialen Welt. Dies gilt für die weitere Projektarbeit genau zu untersuchen, wobei Jörg B. Kühnapfel genaue Prognosen für Start-up-Unternehmen gibt:

„[...] Prognosen werden dennoch als Planungsgrundlage benötigt und im weiteren Verlauf diesen Essentials wird beschrieben, wie sie bestmöglich entstehen. Ihre Hauptaufgabe ist die Abschätzung des Geschäftserfolgs“ (Kühnapfel, 2015, S. 3) [...]

Wenn im nächsten Schritt die Quellen bezüglich Prognosen und den geeigneten Rechtsformen für Start-ups untersucht sind, dann wird die Literatur von Erwin Lammenett (Lammenett, 2019) untersucht, wonach beschrieben wird, wie man erfolgreich mit einem Unternehmen in das Online-Marketing startet. Die Gliederung des Kapitels bezüglich dieses Themas unterstützt bei weiterer Forschung: Erörterung zum erfolgreichen Einstieg ins Online-Marketing, Darstellung der Abhängigkeiten von den individuellen Zielen einer Online-Marketing-Kampagne, Beispiele für Grobplanungen einer Online-Kampagne basierend auf zwei Musterszenarien mit unterschiedlicher Zielsetzung etc.(vgl. Lammenett, 2019, S.507).

Das Praxisunternehmen Jeryco Brands ist Bestandteil der Forschung, da im Verlauf der Arbeit immer wieder Bezug auf das Unternehmen genommen wird und es gleichzeitig als Forschungsmodell dient. Es ist gut dafür geeignet, da es ein junges und innovatives Unternehmen ist und diese Studie sowohl für die Forschungsarbeit als auch für das Unternehmen sein könnte. Dem Leser wird mit einem Interview die Materie des Unternehmens nahegebracht, da Informationen über Jeryco Brands der Öffentlichkeit noch nicht zugänglich sind und das Online-Marketing-Konzept sich noch im Entwicklungsstadium befindet. Die Rechtsform dieses Unternehmens ist GmbH & Co. KG und wird anhand der Forschungserkenntnisse näher untersucht werden, um festzustellen, ob es bereits die optimale Rechtsform aufweist.

3. Methodik

**4. Gliederung der Projektarbeit**

Folgende Gliederung der Projektarbeit kann in einzelnen Punkten noch abweichen und ist noch nicht unbedingt vollständig:

1. Einleitung
2. Frage- und Problemstellung

2.1 Allgemeine Definition von Start-up-Unternehmen

2.2 Bedeutung und Arten von Rechtsformen

2.3 Problemdarstellung vor der Gründung

3. Existenzgründung und Finanzierung

3.1 Finanzierung eines Start-ups

3.3.1 Staatliche Fördermittel

3.2 Der Businessplan

4. Marketing und Vertrieb

5. Fazit

5.1 Welche Rechtsform ist für Start-ups am besten geeignet?

I. Literaturverzeichnis

II. Eidesstattliche Erklärung

III. Anhang

<https://www.starting-up.de/gruenden/businessplan.html>

kfw, Accelerator

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **5. Tabellarischer Zeitplan**  Abgabe der Projektarbeit: 31.03.2020 |  |  |
| **Phase** | **Inhalt** | **Dauer** |
| **Orientierungs- und Planungsphase** |  |  |
|  | Thema und Fragestellung | 27.11.2019 - 04.12.2019: 1 Woche |
|  | Gliederung | 04.12.2019 - 11.12.2019: 1 Woche |
|  | Exposé | 11.12.2019 - 07.01.2020: 4 Wochen |
| **Recherche und Literaturbeschaffung** |  |  |
|  | Suche nach Literatur | 04.12.2019 - noch nicht abgeschlossen |
|  | Methodik | 04.12.2019 - 07.01.2020: 5 Wochen |
|  | Daten sammeln und analysieren | 27.11.2019 - noch nicht abgeschlossen |
| **Schreibprozess** |  |  |
|  | Quellen sammeln | 04.12.2019 - noch nicht abgeschlossen |
|  | Einleitung | 11.12.2019 - 25.12.2019: 2 Wochen |
|  | Theoretischer Rahmen | 11.12.2019 - 07.01.2020: 4 Wochen |
|  | Kapitel verfassen | 01.02.2020 - 24.03.2020: 7 Wochen |
|  | Fazit und Diskussion | 17.03.2020 - 24.03.2020: 2 Wochen |
| **Abschlussphase** |  |  |
|  | Korrekturlesen | 24.03.2020 - 31-03.2020: 1 Woche |
|  | Plagiatsprüfung | 24.03.2020: 1 Tag |
|  | Eidesstattliche Erklärung | 31.03.2020: Vor Abgabe |
| Insgesamter Zeitraum: Ca. 3 Monate |  |  |

# Literaturverzeichnis

Dejan Jovicevic. (2016). Fördermittel für Existenzgründer und Start-ups. *StartingUp*.

Güllüoglu, G. (28.. Dezember 2019). Was ist Jeryco Brands GmbH & Co. KG? (D. Hassan, Interviewer)

Kühnapfel, J. B. (2015). *Prognosen für Start-up -Unternehmen.* Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Lammenett, E. (2019). *Praxiswissen Online-Marketing : Affiliate-, Influencer-, Content- und E-mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung.* Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Münster, T. (2006). *Die optimale Rechtsform : Praxistipps und Checklisten für die beste Entscheidungsstrategie.* Münschen: Redline Wirtschaft.

Ossola-Haring, C. (. (2005). *Die 111 besten Checklisten zur Existenzgründung.* Frankfurt am Main: Redline WIrtschaft.

Reiter, T. (2014). *START UP-JETZT! Endlich loslegen und es richtig machen.* Frankfurt am Main: Campus Verlag Gmbh.

Ries, E. (2017). *Lean Startup : schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründenLean Startup : schnell, risikolos und erfolgreich Unternehmen gründenLean Startup*