

## Finanzierung

### Die zweite Chance

**Gründer, die schon einmal mit einem Unternehmen gescheitert sind, haben durchaus die Chance auf eine zweite Chance – doch der Weg zur Finanzierung ist schwer.**

Im Prinzip muss ein Unternehmer für einen zweiten Start alles machen, was auch für eine Neugründung notwendig ist. Doch neben den üblichen Business- und Finanzplänen will die Hausbank noch mehr wissen – denn es lastet der Makel des Scheiterns auf dem (Wieder-)Gründer. „Für einen Re-Start muss ich erklären, warum der erste Versuch gescheitert ist. Und ich muss plausibel machen, was ich aus meinen Fehlern gelernt habe, um sie in Zukunft zu vermeiden“, erklärt Gernod Kraft, Berater des RKW Baden-Württemberg.

Dazu kommen die Altlasten, die ein Scheitern mit sich bringt. Bevor beispielsweise ein Insolvenzverfahren nicht abgeschlossen ist, ist an einen Neustart nicht zu denken. Ebenso darf kein negativer Schufa-Eintrag mehr vorhanden sein, auch wenn dieser aus vermeintlich kleinen, nicht bezahlten privaten Rechnungen besteht. Diese alten Einträge müssen gelöscht sein. Aber auch dann steht noch für drei Jahre ein



*Eine Insolvenz muss keine unternehmerische Sackgasse sein. Ein Neuanfang ist schwierig – aber möglich.*

Erledigungsvermerk bei der Schufa. Für die meisten Banken durchaus ein Grund, keinen Kredit einzuräumen. Allenfalls bleibt dann die Möglichkeit einer privaten Finanzierung. Auch die gerne propagierten Mikrokredite greifen eher selten. Und auf Venture Capital bestehen selbst bei innovativen Vorhaben nur minimale Aussichten. Prinzipiell gilt im Umgang mit der Bank: Immer mit offenen Karten spielen! Also frühere Insolvenzen ausführlich darlegen und die Probleme analysieren. Bei schwerwiegenden, eigenen Managementfehlern wird es schwierig. Hier sollte auf jeden Fall das notwendige Know-how, eventuell in Form eines kaufmännischen Geschäftsführers, eingebunden werden. Besser sieht es da schon aus, wenn kein direktes, eigenes Verschulden vorliegt. Wenn zum Beispiel das Unternehmen in einer Expansionsphase von einem plötzlichen Kundenausfall betroffen war und

aufgrund kurzfristiger Liquiditätsprobleme in die Insolvenz schitterte. Wer seiner Bank offen über die Vergangenheit Auskunft gibt, hat in der Tat Chancen auf neue Gelder. Schließlich existieren aus der ersten Gründung noch Netzwerke zu Kunden, Mitarbeitern oder auch – bedingt – Lieferanten. Es ist Know-how vorhanden. Diese Vorteile müssen herausgearbeitet werden. Auch im Hinblick auf das künftige Geschäft. „Entwickeln Sie Best- und Worst-Case-Szenarien und wie Sie damit umgehen“, rät Gernod Kraft als Strategie. Vorsicht ist bei Tricks geraten: Keine Bank sieht es gerne, wenn man ihr ein unbeteiligtes Familienmitglied als neuen Gründer präsentiert. Aber man darf sich keine Illusionen machen. „Die Ablehnungsquote liegt deutlich über der der Zusagen“, erklärt Gernod Kraft. Das alleine weist schon darauf hin, wie wichtig die Vorbereitung sein muss, um wieviel intensiver

und abwandern. Also: Beschwerdeführer nicht als Querulanten abtun! Um das Verbesserungspotenzial von Beschwerden zu nutzen, bedarf es eines Beschwerdemanagements. Darin wird festgelegt, was eine Beschwerde überhaupt ist, wer verantwortlich ist, wie sie geregelt wird und wie die Auswertung intern erfolgt. Was also ist eine Beschwerde? Produktions- oder Dienstleistungsfehler gehören in erster Linie dazu, aber auch Terminreklamationen oder Rechnungsfehler sowie Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiter. Nun müssen die Abläufe festgelegt werden. Wichtig ist, es dem Beschwerdeführer leicht zu machen. Er muss telefonisch umgehend zu seinem Verantwortlichen weitergeleitet werden oder auf der Website ein gut zugängliches Formular finden. Der vorher festgelegte Verant-

wortliche kann entweder sein direkter Sachbearbeiter sein, oder es gibt eine Anlaufstelle mit einem Ansprechpartner, wo zentral die Beschwerden gebündelt sind. So oder so: Die Befugnisse des Verantwortlichen müssen definiert sein, um kleinere Reklamationen schnell und unbürokratisch erledigen zu können. Falls eine Beschwerde nicht ad hoc gelöst werden kann, muss der Kunde ständig über den Zwischenstand informiert werden. Eine Frage steht immer im Vordergrund: Was ist für den Kunden wichtig? Kann ich ihm unbürokratisch aus der entstandenen Patsche helfen, unabhängig davon, wer die Schuld trägt? „Mit Beschwerdeführern diskutiert man sowieso nie über die Schuldfrage“, betont Christian Herlan. Es kommt im ersten Schritt darauf an, die Luft rauszunehmen, freundlich und zuvor-

### Checkliste – Die Besonderheiten beim zweiten Anlauf:

#### Altlasten aufräumen

- ▶ Ein mögliches Insolvenzverfahren muss abgeschlossen sein
- ▶ Eine Vereinbarung zur Schuldenregulierung (auch außergerichtlich) muss getroffen sein
- ▶ Negative Schufa-Einträge müssen gelöscht sein

#### Misserfolg erklären können

- ▶ Erstes Scheitern schonungslos analysieren: Was waren die Gründe? Wie erkenne ich künftig äußere Einflüsse früher und wie kann ich rechtzeitig gegensteuern?
- ▶ Was habe ich aus meinen eigenen Fehlern gelernt und wie stelle ich sie in Zukunft ab?
- ▶ Wie kann ich fehlendes Know-how oder Erfahrung personell ausgleichen?

#### Haben Sie Fragen?

**Brauchen Sie Unterstützung?  
Rufen Sie uns an!**

ein Neustart im Vergleich zu einer „normalen“ Unternehmensgründung sein muss. Denn: „Die zweite Chance ist die letzte Chance“, so Gernod Kraft.

*Weitere Informationen bei  
Gernod Kraft  
Tel.: 07 11 / 2 29 98 - 39  
E-Mail: kraft@rkw-bw.de*

## Vertrieb

### Her mit den Beschwerden!

**Keine Beschwerden – zufriedene Kunden? „Falsch“, sagt RKW-Berater Christian Herlan, der Beschwerden als Chance zur Verbesserung sieht.**

Beschwerden sind lästig, aber nur auf den ersten Blick. In ihnen liegt die Chance zur Verbesserung der eigenen Produkte oder Dienstleistung, und sie können sogar die Kundenzufriedenheit steigern. Wer sich beschwert, sagt zwar, dass er jetzt unzufrieden ist, dem Unternehmen aber zutraut, besser zu werden. Diese Chance muss man ergreifen, denn der unzufriedene Kunde könnte auch einfach nichts sagen

komment zu reagieren – sonst eskaliert eine Beschwerde schnell. „Das ist gar nicht so einfach“, erklärt Christian Herlan. „Deshalb sollten diejenigen, die mit Beschwerden umgehen, regelmäßig geschult werden.“

Damit das Unternehmen aus seinen Fehlern lernen kann, muss die Beschwerde schließlich dokumentiert und regelmäßig Verbesserungen erarbeitet werden. Dann gelingt es, Probleme nachhaltig abzustellen. „Wenn eine Beschwerde gut gemanagt wird, ist der Kunde oftmals zufriedener als ohne Beschwerde“, weiß Christian Herlan aus Erfahrung. So ist das Beschwerdemanagement eine Chance, die Kundenbeziehung zu verbessern.

*Weitere Informationen bei  
Christian Herlan  
Tel.: 07 11 / 2 29 98 - 31  
E-Mail: herlan@rkw-bw.de*

## Best Practice

## Direct-Push: „Intelligente“ Bodenuntersuchung



Gemeinsam planen die beiden Unternehmer Klaus Faiß (links) und Andreas Berndsen neue Projekte und Messsysteme für geologische Untersuchungen.

**Deiche auf ihren Zustand überprüfen, die Kontaminierung von Böden oder deren elektrische und hydraulische Leitfähigkeit messen – Andreas Berndsen und Klaus Faiß sind Spezialisten für die Entwicklung intelligenter Messtechnik rund um das Thema Bodenuntersuchung.**

Zwei Schulfreunde, eine gute Idee und etwas zielgerichtete Unterstützung – und schon war sie gegründet, die Mess- und Probenahmetechnik Berndsen und Faiß GbR (MPBF). Die Idee der beiden Haigerlocher entstand beim gemeinsamen Kaffeetrinken. Klaus Faiß war am Zentrum für Angewandte Geowissenschaften der Universität Tübingen für die Messgerätetechnik verantwortlich, Kollege Andreas Berndsen zu der Zeit in einem kunststoffverarbeitenden Unternehmen beschäftigt. Bei ihren regelmäßigen Treffen und Gesprächen reifte bei den beiden der Entschluss, sich mit der Entwicklung und Produktion von Messgeräten für Bodenuntersuchungen selbstständig zu machen. Der Clou ihrer Geschäftsidee: Bereits während der Probenentnahme können diese Geräte mithilfe der so genannten Direct-Push-Technologie erste relevante Messdaten liefern.

So weit, so gut, doch woher das notwendige Kapital bekommen und wie sollte sich das junge Unternehmen am Markt positionieren? Dazu Andreas Berndsen: „Als bodenständige Schwaben wollten wir für die Geschäftsgründung 2005 keine Kredite aufnehmen – stattdessen haben wir zunächst selber

Aufträge für geologische Messungen angenommen und durchgeführt.“ Dabei wurden Dämme überprüft, Böden auf Verschmutzung und hydraulische sowie elektrische Leitfähigkeit untersucht und sogar ein LKW-ähnliches Messfahrzeug mit dem passenden Equipment ausgerüstet. Den Gewinn investierten sie dann in die Entwicklung ihrer innovativen Messgeräte und die Gründung ihres Unternehmens. Dafür gab es Hilfe vom RKW Baden-Württemberg: Nach einer ersten Orientierungsberatung durch RKW-Berater Ralph Sieger entschlossen sich die beiden Gründer für eine gründliche Marktanalyse durch das RKW. Denn nachdem ein Prototyp des Messgerätes produziert war, galt es nun, die Kunden auf sich aufmerksam zu machen. Gemeinsam arbeitete man die Verkaufsargumente heraus, analysierte die Zielgruppe und legte somit den Grundstein für eine systematische und kontinuierliche Vertriebsarbeit.

„Das war ein elementarer Bestandteil unseres Businessplans“, erklärt Andreas Berndsen, und Klaus Faiß ergänzt: „Alleine hätten wir das so nicht schaffen können.“ Aber gemeinsam gelang es den Unternehmern und ihrem Berater, ihr Produkt zu vermarkten. Mittlerweile konzentrieren sich die findigen Tüftler nur noch auf das Entwickeln – denn ihre Produkte verkaufen sich gut. Nicht zuletzt, weil die MPBF als erstes Unternehmen in der Branche mit einem Umweltmanagementsystem zertifiziert ist – in Zeiten steigenden ökologischen Bewusstseins ein klarer Wettbewerbsvorteil.



Die MPBF ist als Vorreiter in der Branche mit dem Umweltmanagementsystem nach DIN EN ISO 14001:2005 zertifiziert.



Auch im Winter sind die beiden Jungunternehmer voll im Einsatz: hier bei einer Bodenuntersuchung.



Eine von vielen MPBF-Entwicklungen: Injection-Logging-System zur Ermittlung von Durchlässigkeiten im Erdreich.

Mehrere neue Projekte sind in der Pipeline. Ob es um die Entwicklung eines Gerätes zur Schadstoffdetektion oder die Miniaturisierung von Probenahmesystemen geht – man kann sicher sein, dass die erfindungsreichen Jungunternehmer ihren Kunden bald wieder ein erfolgreiches Produkt präsentieren können.

*Haben Sie noch Fragen?  
Brauchen auch Sie Unterstützung?  
Dann wenden Sie sich an:  
Ralph Sieger  
Tel.: 07 11 / 2 29 98 - 33  
E-Mail: [sieger@rkw-bw.de](mailto:sieger@rkw-bw.de)*


**RKW-Seminar**
**Key Account Management**

Ein immer größerer Umsatzanteil entfällt auf immer weniger Kunden, die individuell betreut werden müssen. In diesem Seminar werden die Teilnehmer für die Besonderheiten eines Schlüsselkunden-Managements sensibilisiert.

Termin:

Mittwoch, 26. November 2008  
in Sindelfingen

Informationen und Anmeldung  
bei Nicole Jung  
Tel.: 07 11 / 2 29 98 - 23  
E-Mail: [jung@rkw-bw.de](mailto:jung@rkw-bw.de)


**RKW-Sprechtage**
**Unterstützung für Gründer**

Möchten Sie mit RKW-Experten über Ihre Gründungsvorhaben sprechen? Haben Sie Fragen zur Finanzierung oder zum Vertrieb? Brauchen Sie Unterstützung bei der Ausarbeitung Ihres Business-Plans? Existenzgründer und -gründerinnen können sich bei den regelmäßig stattfindenden RKW-Sprechtagen beraten lassen, die in Industrie- und Handelskammern und bei kommunalen und regionalen Wirtschaftsförderern angeboten werden. Die Termine und Ansprechpartner finden Sie auf der Homepage des RKW-Baden-Württemberg: [www.rkw-bw.de](http://www.rkw-bw.de)


**RKW  
BW**

Das RKW Baden-Württemberg ist der Partner mittelständischer Unternehmen im Land, wenn es um Beratung, Weiterbildung und Information geht. Seit nunmehr 50 Jahren steht das RKW BW baden-württembergischen Unternehmen zur Seite – zielführend, umsetzungsorientiert und effizient. Rund 1.700 Unternehmen werden pro Jahr vom RKW BW beraten.

RKW Baden-Württemberg  
Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft  
Königsstraße 49  
70173 Stuttgart  
Telefon +49-(0)7 11-2 29 98-0  
Telefax +49-(0)7 11-2 29 98-10  
E-Mail [info@rkw-bw.de](mailto:info@rkw-bw.de)  
Internet [www.rkw-bw.de](http://www.rkw-bw.de)

Redaktion RATIO START-UP:  
Dr. Albrecht Fridrich, Ralph Sieger,  
Andreas Werum  
Produktion: IHRE-ZEITUNG.de

**RKW Baden-Württemberg – der Lotse für Ihr Unternehmen**

- Gründen. Aufbauen. Wachsen.
  - Rationalisieren. Reserven mobilisieren. Den Erfolg planen.
  - Berater, die passen – Beratung, die passt
- Nehmen Sie Kontakt mit uns auf!



**RKW  
BW**  
[www.RKW-BW.de](http://www.RKW-BW.de)