



ERSTE  SPARKASSE 

# Gründer:innen- & Startup-Guide

Gemeinsam mit der Bank  
zum Deal deines Lebens

# Unsere Spezialist:innen für Gründer- & Startup-Finanzierungen

In dieser Broschüre kommen unterschiedliche Expert:innen zu Wort.  
Hier möchten wir sie dir vorstellen:



## Birgit Polster

GründerCenter Erste Bank

birgit.polster@erstebank.at  
+43 (0)5 0100 - 11999



## Mendim Thaqi

GründerCenter  
Sparkasse Salzburg

mendim.thaqi@salzburg.sparkasse.at  
+43 (0)5 0100 - 47281



## Stefan Hagenauer

GründerCenter  
Sparkasse Niederösterreich

stefan.hagenauer@spknoe.at  
+43 (0)5 0100 - 73330



## Gerhard Narr

GründerCenter  
Tiroler Sparkasse

gerhard.narr@tirolersparkasse.at  
+43 (0)5 0100 - 70839



## Jasmine Gisinger

GründerCenter  
Dornbirner Sparkasse

jasmine.gisinger@dornbirn.sparkasse.at  
+43 (0)5 0100 - 74120



## Harald Baier

GründerCenter  
Kärntner Sparkasse

baierh@kspk.at  
+43 (0)5 0100 - 30269



## Johannes Pracher

Startrampe Sparkasse  
Oberösterreich

johannes.pracher@sparkasse-ooe.at  
+43 (0)5 0100 - 45866



## Emanuel Bröderbauer

i2b Businessplan-Initiative  
der Erste Bank Sparkassen und  
Wirtschaftskammer

contact@i2b.at  
+43 (0)699 189 737 30



## Heinrich Prokop

CEO Clever Clover

office@cleverclover.vc  
+43 (0)2236 6007338



## Philipp Weilguni

WKBG AG Bürgschaften und Beteiligungen für die WIENER WIRTSCHAFT

weilguni@wkb.g.at  
+43 (0)1 712 52 59 / 17



## Dagmar Eigner-Stengg

GründerCenter  
Steiermärkische Sparkasse

dagmar.eigner-stengg@steiermaerkische.at  
+43 (0)5 0100 - 36382

# Inhalt und Vorwort

- 02 **DAS TEAM: FOUNDERS, FAMILY & FRIENDS**
  
- 05 **DER BUSINESSPLAN: DAS FUNDAMENT DES GESCHÄFTSERFOLGS**
  
- 08 **EIGENKAPITAL: WIE INVESTOR:INNEN TICKEN**
  
- 10 **DAS BANKGESPRÄCH: OPTIMALE VORBEREITUNG AUF ENTSCHEIDENDE MEETINGS**
  
- 13 **FREMDKAPITAL: WIE GRÜNDER:INNEN EIN „JA!“ VON DER BANK BEKOMMEN**
  
- 16 **FÖRDERUNGEN: LEITFADEN DURCH ÖSTERREICHS FÖRDERPARADIES**
  
- 18 **GLOSSAR: DAS KLEINE 1X1 DES GRÜNDENS**



Den Traum vom eigenen Unternehmen verfolgen viele angehende Gründer:innen. Vorbilder wie Runtastic, Shpock oder Bitpanda haben vorgezeigt, dass es auch in Österreich möglich ist, international bekannte und anerkannte Unternehmen zu gründen.

Vor dem Erfolg steht allerdings harte Arbeit: Die ersten Schritte in Richtung eigenes Unternehmen sind meist mit zahlreichen Herausforderungen verbunden – vom Finden des richtigen Teams über das Fundraising bis hin zum Durchblick im Förderdschungel.

Die Erste Bank und Sparkassen stehen mit ihren GründerCentern und einer Reihe von Initiativen und Angeboten an der Seite der Gründer:innen. Dazu gehören unter anderem die Businessplan-Initiative von i2b, die #glaubandich CHALLENGE als größter Startup-Wettbewerb Österreichs sowie die #glaubandich STARTUP ACADEMY mit Fokus auf Handel und Landwirt:innen.

In diesem Guide finden Sie reichhaltige Informationen, Tipps und Insights in die Welt der Gründer:innen und Startups – und einen Leitfaden, wie man mit seiner Geschäftsidee erfolgreich wird.

# Das Team: Founders, Family & Friends

Die Jahre seit dem Coronaausbruch und den darauf folgenden Krisen sind der beste Beweis für eine Tatsache im Leben von Unternehmer:innen: Niemand und nichts, selbst der beste Businessplan nicht, kann vorhersagen, wie es weitergeht. So stehen auch jetzt wieder zahlreiche Startups vor dem Aus. Doch würde es für sie ein Morgen geben, wenn sie von Anfang an bestimmte Dinge berücksichtigt hätten?

Die Dinge, die gemeint sind, sind keine Marktanalysen und Produktfeatures, sondern die vielen verschiedenen Menschen, mit denen Gründer:innen auf verschiedenen (und oft sehr emotionalen) Ebenen gut zusammenarbeiten müssen, um Erfolg zu haben. Dass das Team entscheidend ist, ist eine Binsenweisheit der Startup-Szene. Nicht so bekannt: wer zum Team gehört oder gehören sollte.

„Zum Team gehören nicht nur die Gründer:innen, sondern auch die Familie, die Investor:innen, die Bank, die Mitarbeiter:innen und die Förderstellen“, sagt **Dagmar Eigner-Stengg, Spezialistin im GründerCenter der Steiermärkischen Sparkasse.**

„Das Wichtigste ist, mit allen offen und ehrlich zu reden. Es ist falsch, zu glauben, dass die Bank oder die Förderstelle nicht alles wissen darf. Nur mit einer offenen und ehrlichen Kommunikation kann man Gefahren frühzeitig erkennen und rechtzeitig gegensteuern. Das sind schwierige Gespräche, aber man muss sie führen.“

Wen muss man nun also an Bord holen, ganz fest an die Seite des Startups binden, um dann durch dick und dünn gehen zu können? Ein Leitfaden.

## Die Mitgründer:innen binden, aber richtig

Ein gutes Team ist wichtiger als die Geschäftsidee – das ist eine alte Faustregel von Investor:innen, die sich viele verschiedene Startups ansehen. Dementsprechend wichtig ist es, dass man die Mitgründer:innen, mit denen man sich auf die Unternehmung einlässt, richtig kennenlernt.

„Oft werden Startups mit Schulkolleg:innen, Freund:innen oder Kolleg:innen aus dem Studium gegründet. Aber: Nur, weil man sich gut kennt, bedeutet das nicht, dass man auch gut zusammen eine Firma aufbauen kann“, sagt **Eigner-Stengg, Spezialistin im GründerCenter der Steiermärkischen Sparkasse.** „Aus unserer Erfahrung im GründerCenter wissen wir, dass 80 % der Startups nicht

am Markt scheitern, sondern wegen interner Probleme. Die größten Schwierigkeiten entstehen im Team, etwa wenn Kernpunkte im Gründungsvertrag nicht geklärt wurden. Da kann ein Founder-Clash schnell eine ganze Firma gefährden.“

Auch wenn es ein schmerzhafter Prozess ist – ein guter Founder prüft sehr genau, wie es (vor allem finanziell) um seine künftigen Co-Founder steht. Ein Trick dabei: Man kann von den anderen jeweils eine Selbstauskunft bei einem Gläubigerschutzverband oder einer Auskunftsfirma anfordern. So kann jeder selbst offenlegen, ob er schon mal insolvent war, überschuldet oder anderweitig vorbelastet ist.

Ist diese Hürde genommen, gibt es in den Gründungsverträgen einige etablierte Mechanismen, die dafür sorgen sollen, dass Mitgründer:innen nach kurzer Zeit nicht wieder davonlaufen oder sich gar nicht an die Verpflichtungen im Unternehmen gebunden fühlen.



### TIPP: VESTING

Hier wird bei der Gründung im Gesellschaftervertrag festgehalten, nach welcher Zeitspanne den Gründer:innen ihre vollen Anteile zustehen. Oder anders gesagt: Vesting bedeutet, dass Mitgründer:innen, die das Unternehmen in der Anfangsphase vorzeitig verlassen, nicht ihre vollen Shares bekommen. So soll garantiert werden, dass Co-Founder nicht frühzeitig in der schwierigen Anfangsphase abspringen. Vesting-Perioden dauern bei Startups oft zwischen zwei und vier Jahren und werden von vielen Investor:innen als Absicherung vorausgesetzt.

**TIPP: GOOD LEAVER/BAD LEAVER**

Leaver-Klauseln regeln, was passiert, wenn Mitgründer:innen wirklich aus dem Unternehmen ausscheiden. So kann es sicher Gründe geben, dass jemand das Startup verlässt, die man ihm nicht vorhalten kann – etwa Krankheit, Todesfall, wenn die Trennung einvernehmlich ist oder wenn die anderen ihn aus der Firma haben möchten („Good Leaver“). Es kann aber auch sein, dass jemand die Firma verlassen muss, weil er ihr absichtlich oder wissentlich Schaden zugefügt hat – für solche „Bad Leaver“ müssen vorab Regeln definiert werden, um dem Unternehmen möglichst wenig zu schaden.

**Maximale Sicherheit für die eigene Familie**

Alle Gründer:innen, die es ernst meinen, wissen: Freizeit kann man sich in den ersten Jahren so gut wie abschminken – da ändern auch zahllose Blogposts und Podcasts zur „richtigen Work-Life-Balance für Founder“ nicht viel daran. Die zahlreichen Baustellen und Feuer, die es gleichzeitig zu bearbeiten und zu löschen gilt, lassen kaum Freizeit über.

Und diese lange, stressige Periode im Leben eines Founders kann vor allem für die eigene Familie zur Belastung werden – emotional wie finanziell. „Jede Gründer:in braucht die Rückendeckung aus dem privaten Bereich“, **sagt Eigner-Stengg**. „Die ersten drei Jahre haben Gründer:innen verdammt wenig Freizeit. Die Familie muss das mittragen, ohne sie geht es nicht, ohne sie ist das Startup zum Scheitern verurteilt.“

Deswegen müssen jene, die gründen wollen, das offene und ehrliche Gespräch mit der Lebenspartner:in suchen. Kinderbetreuung, geplante Schwangerschaft, Umzugspläne, gemeinsame Reisepläne, große Anschaffungen der nächsten Jahre – all das muss diskutiert werden, und zwar auch unter dem Gesichtspunkt des Ernstfalls: wenn das Startup scheitert.

„Man darf auf keinen Fall der Familie, die das Wort Startup nur aus dem Fernsehen kennt, nur die positiven Seiten des Gründens schildern“, **sagt Eigner-Stengg**. „Genauso müsse man transparent machen, dass es ein hohes finanzielles Risiko bedeutet, eine Firma zu gründen. Auch als Bank habe man die Verpflichtung, die Notbremse zu ziehen.“

„Es ist Aufgabe der Bank, die Leute vor bestimmten Vorhaben zu schützen. Wenn die Existenz einer Familie gefährdet ist, dann müssen wir warnen“, **meint Eigner-Stengg**. „Nicht nur das Geschäftsmodell muss stabil sein, sondern auch die Finanzen der Familie. Wir wollen nicht, dass die Gründer:in mit dem privaten Kapital ins volle Risiko geht.“ Die Verpfändung der bewohnten

Eigentumswohnung etwa sollte das letzte Mittel sein, auf das zurückgegriffen wird. „Das ist moralisch und ethisch nicht vertretbar“, so Eigner-Stengg.

**Die Finanzierer:innen dauerhaft an die Seite holen**

Neben der Bank sind es schließlich die Investor:innen und die Förderstellen, die ein Startup stets an seiner Seite braucht. Nur im Zusammenspiel von Fremdkapital, Eigenkapital und Fördergeldern ist es oft möglich, dass Startups das nächste Level erreichen und als Scale-up internationalisieren können sowie Richtung Profitabilität kommen.

Neben den gesetzlich und vertraglich vorgegebenen Verpflichtungen (z. B. jährliches Shareholder Meeting, monatliche Reportings, Berichte für die Förderstellen) gibt es noch weitere Möglichkeiten, die Finanzierer:innen stärker ins Unternehmen und seine Entwicklung zu involvieren. Eine besonders wichtige ist der Beirat.

**TIPP: STARTUP-BEIRAT**

Anders als der Aufsichtsrat bei Aktiengesellschaften gibt es bei GmbHs kein verpflichtendes Gremium. Ein Beirat eröffnet aber die Möglichkeit, die wichtigsten Stakeholder der Firma enger in Entscheidungsprozesse zu involvieren – etwa die Lead-Investor:innen, die oft sehr operativ aktiven Business Angels, aber auch Expert:innen aus der eigenen Branche, die eine externe Perspektive einbringen – und vielleicht später selbst mal investieren wollen.

**Auf Augenhöhe mit der Bank**

Ähnlich wie die eigene Familie und die Mitgründer:innen sollten Founder auch die Bank sehen: nicht als schwierigen Gegner, den es zu überwinden gilt, sondern als Teammitglied in gemeinsamer Sache. „Die Bank wird noch immer als etwas Konservatives gesehen. Wir aber wollen uns auf eine Ebene mit den Gründer:innen stellen. Wenn man von Haus aus per Du mit den Startups ist, sind wir nicht die böse Bank, sondern werden auf einer Wellenlänge wahrgenommen“, **sagt Eigner-Stengg**. „Wir als Bank sehen uns als Teammitglied.“

Am wichtigsten sei dabei von Anfang an, ein offenes Gespräch über die potenziellen Fehlerquellen und Gründe des Scheiterns zu führen. So würde es ihr und ihrem Team im GründerCenter gelingen, das Vertrauen der angehenden Startup-Gründer:innen zu gewinnen. „Das offene Gespräch nimmt viel von dieser Bank-Kund:in-Distanz weg“, **sagt Eigner-Stengg**.

Wenn dieses Basisvertrauen einmal geschaffen ist, lässt es sich auch ganz anders zusammenarbeiten. Die Bank ist dann nicht mehr der Ort, wo man als Bittsteller:in für einen essenziellen Kredit auftritt, sondern ein Partner, mit dem man etwa an der Finanzstrategie feilen kann, „und zwar dann, wenn es noch nicht brennt“, **sagt Eigner-Stengg**. Ihr bester Beweis, dass die Bank ein ganz wichtiger Partner des Startups ist und nicht der Gegner, der nur das Geld zurück will: „Die Bank ist die letzte, die einen Insolvenzantrag stellt, meist sind es Lieferant:innen, Kund:innen oder Behörden.“

**„Die Bank wird noch immer als etwas Konservatives gesehen. Wir aber wollen uns auf eine Ebene mit den Gründer:innen stellen. Wenn man von Haus aus per Du mit den Startups ist, sind wir nicht die böse Bank, sondern werden auf einer Wellenlänge wahrgenommen. Wir als Bank sehen uns als Teammitglied.“**

– **Eigner-Stengg**, Spezialistin im GründerCenter der Steiermärkischen Sparkasse

## Mitarbeiter:innen als Partner:innen sehen

Bei Startups erwarten sich Mitarbeiter:innen flache Hierarchien, viel Handlungsspielraum, Verantwortung und Mitbestimmung – nein, sie fordern es sogar ein. Bei börsennotierten Unternehmen ist die Beteiligung von Mitarbeiter:innen im Sinne der Bindung an die Firma längst gang und gäbe – und hat auch in der Startup-Welt Einzug gehalten.

Gründer:innen müssen heute unbedingt mitdenken, dass sie Kernfachkräfte und aufstrebende Talente langfristig ans Startup binden müssen. „Viele Investor:innen und potenzielle Teammitglieder erwarten sich heutzutage, dass es Programme für Mitarbeiterbeteiligungen gibt“, **sagt Eigner-Stengg**. „So signalisiert man dem Team,

dass man auf Augenhöhe und partnerschaftlich und nicht top down arbeiten möchte.“

Noch arbeitet die österreichische Bundesregierung daran, wie Mitarbeiterbeteiligung künftig rechtlich gestaltet sein soll. Doch bereits heute stehen Gründer:innen unterschiedliche Modelle zur Auswahl, die jeweils mit Rechtsberater:innen besprochen und umgesetzt werden sollten.



### TIPP: PHANTOM SHARES/STOCKS

Dabei handelt es sich um virtuelle Geschäftsanteile an einem Unternehmen. Damit können Mitarbeiter:innen so wie andere Gesellschafter:innen am Unternehmenserfolg beteiligt werden, allerdings ohne ihnen formal eine Stellung als Gesellschafter:innen einzuräumen. So bleibt der Cap Table simpel, die Gesellschafterstruktur „zersplittert“ nicht und bürokratische Hürden wie Beschlussfassungen in der Gesellschafterversammlung werden nicht komplizierter, als sie ohnehin schon sind.



### TIPP: ESOP

Das Kürzel steht für Employee Stock Ownership Plan und ist der Überbegriff für unterschiedliche Spielarten von Mitarbeiterbeteiligungen. Generell können Schlüsselmitarbeiter:innen in Form einer klassischen Kapitalbeteiligung am Stammkapital der GmbH beteiligt werden, entweder in Form von Optionen auf Anteile oder von Anteilen selbst. Damit sind Rechte und Pflichten verbunden.



# Der Businessplan: Das Fundament des Geschäftserfolgs

Es ist eine fragwürdige Botschaft, die in den letzten Jahren von einigen Business Angels in Umlauf gebracht wurde: „Startups brauchen keine Businesspläne, die halten sowieso nie. Wir schauen ausschließlich auf das Team und investieren in die Gründer:innen, nicht das Produkt.“ Solche Aussagen haben so manche Founder dazu verleitet, nur wenig oder gar keine Arbeit in die Ausarbeitung eines Geschäftsplans zu stecken.

Doch das ist keine gute Idee, **sagt Emanuel Bröderbauer von der i2b Businessplan-Initiative der Erste Bank und Sparkassen und der Wirtschaftskammer:** „Wir sehen, dass heute etwa sechs von zehn Gründer:innen einen Businessplan gemacht haben. Sie sind eindeutig und nachhaltig erfolgreicher unterwegs, und zwar aus zwei Gründen: Die Erstellung eines Businessplans zwingt zur Auseinandersetzung mit den eigenen Schwächen, und ein Businessplan baut Vertrauen auf.“

## Investor:innen schauen wieder genauer auf Zahlen

Gerade in den aktuellen Krisenzeiten, die von vielen Downrounds und Konkursen geprägt sind, sitzen die Gelder von Investor:innen nicht mehr so locker wie in den letzten Rekordjahren. Bedeutet auch: Business Angels, VCs und Corporate-Partner:innen schauen noch genauer als zuvor auf die Zahlen und Strategien – ergo in den Businessplan.

„In Krisenzeiten schauen Investor:innen viel genauer darauf, wie die Marktchancen eines Startups sind. Ein guter Businessplan ist gerade in Krisenzeiten Pflicht“, **sagt Bröderbauer.** Eine Startup-Flaute gebe es deswegen nicht, allerdings trenne sich die Spreu vom Weizen. Und den Unterschied zu einem Mitbewerber kann ein guter Businessplan machen. „Krisenzeiten sind natürlich immer auch Gründerzeiten, weil Startups viel flexibler und agiler an die Lösung neuer Probleme gehen können“, **sagt Bröderbauer.** „Es gibt große gesellschaftliche Herausforderungen, die auch von Startups gelöst werden.“



### TIPP: BUSINESSPLAN INITIATIVE

Bei **i2b** unterstützen mehr als 150 Expert:innen aus unterschiedlichsten Fachgebieten Jungfirmen beim Erstellen eines ordentlichen Businessplans. Finanzplan-Erstellung, Checklisten, Liquiditätsplaner, Preis-Szenarien-Rechner – im Verbund mit dem **GründerCenter** der Erste Bank und Sparkassen gibt es umfangreiche Hilfestellungen für das Erarbeiten eines Businessplans. Die besten des Jahres werden sogar regelmäßig bei Österreichs größtem **Businessplan-Wettbewerb** im Rahmen einer großen Gala prämiert.

## „Die Visitenkarte des Startups“

Egal, ob Investor:innen oder Banken, die für Fremdkapital bedeutsam sind: In immer digitaleren Zeiten wird der Businessplan zur „Visitenkarte des Startups“, **sagt Bröderbauer**. „Der Businessplan trägt dazu bei, Vertrauen aufzubauen, gegenüber Partner:innen, gegenüber Investor:innen, gegenüber der Bank. Dort sind die Menschen, die am Ende entscheiden, ob investiert wird oder nicht, und damit für Erfolg oder Misserfolg verantwortlich sind“, **sagt der Experte**.

Und weist auf einen anderen wichtigen Faktor hin: „Man schreibt den Businessplan zuerst nicht für andere, sondern für sich. Unternehmen, die anhand eines Businessplan gegründet wurden, sind nachhaltiger, weil die jungen Unternehmer:innen gezwungen werden, sich kritisch mit allen Facetten einer Unternehmensgründung auseinanderzusetzen – und zwar nicht nur mit den eigenen Stärken, sondern auch mit den Schwächen, mit der Marktsituation, mit dem Wettbewerb.“

Startups haben meist noch kein Bonitätsrating, sind in keiner Datenbank zu finden – da sind die Zahlen eines Businessplans oft die einzigen handfesten Fakten, an denen sich potenzielle Geldgeber:innen festhalten können. Auch für diese ist das wichtig, weil sie gegenüber ihren eigenen Geld- bzw. Auftraggeber:innen (z. B. den Limited Partners eines Startup-Fonds) Rechenschaft schuldig sind.

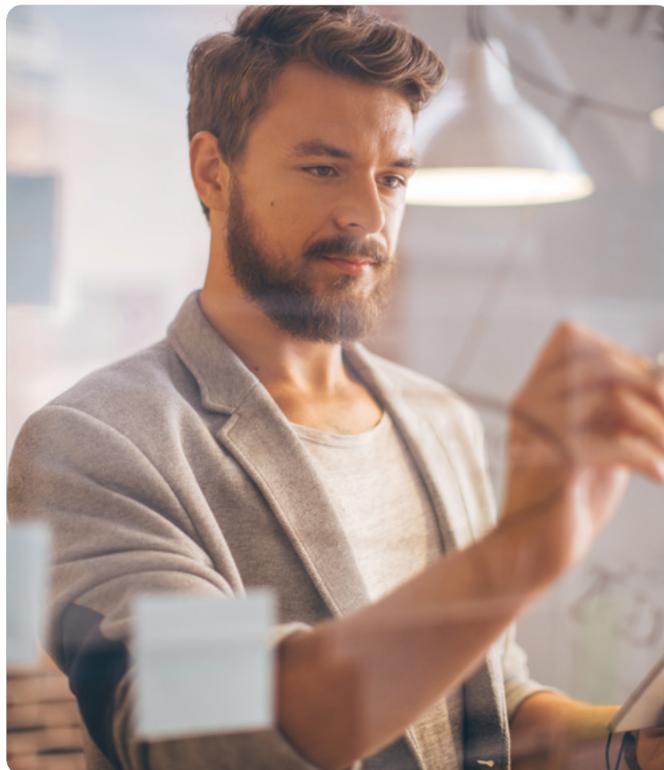
## Die wichtigsten Bausteine des Businessplans

Der Businessplan ist also wie ein Fingerabdruck, den ein Unternehmen in der Wirtschaftsszene hinterlässt. Im Gespräch mit Expert:innen der Erste Bank und Sparkassen wird klar, dass es so einiges zu beachten gibt, wenn man den großen Coup landen will.

„Von der ersten Idee bis zum Startup, das kurz vor dem Exit steht, in allen Phasen der Gründung nehmen Unternehmer:innen das Angebot der GründerCenter wahr“, **erklärt Stefan Hagenauer, GründerCenter der Sparkasse Niederösterreich** „Wir haben als erste Anlaufstelle immer

### TIPP: BEIM BUSINESSPLAN SIND DARUM DIE „4PS“ ESSENZIELL

- Product
- Price
- Place
- Promotion



einen Lösungsvorschlag, selbst wenn die Kund:innen noch nicht bankfinanzierbar sind“, **sagt Hagenauer**. „Wir vermitteln die richtige Ansprechpartner:in, bei der die Kund:innen am besten aufgehoben sind.“

Jeder Fall sei verschieden und müsse auch so untersucht werden, **sagt Stefan Hagenauer**. „Ein Businessplan sollte sich lesen wie die Rückseite eines Buchs.“ Man sollte wissen, worum es geht, und Lust bekommen, weiterzulesen.

Entscheidend ist eine Reihe von Faktoren, an die man vielleicht nicht zuerst denkt. Doch wenn man die Bank überzeugen möchte, sollte man sich mit diesen Punkten auf jeden Fall beschäftigen.

## 1. Persönlichkeit – „80 % der Startups fallen oder stehen mit den Gründer:innen“

„Ich lese mir zwar den Businessplan genau durch, trotzdem lasse ich mir ihn von der Gründer:in noch einmal vorstellen“, **sagt Hagenauer**. Denn die Persönlichkeit der Unternehmer:in spielt eine ganz entscheidende Rolle. Sie muss stressfähig sein. Es heißt nicht umsonst „selbstständig“. „Man macht es selbst und ständig“, **sagt Hagenauer**. Dabei müssen sich die Expert:innen auf ihre Instinkte verlassen. Die Menschenkenntnis komme mit der Erfahrung. Nicht nur die Fakten seien wichtige Indizien, sondern auch die Soft Skills. Die Idee könne noch so gut sein, die Persönlichkeit ist sehr entscheidend. „80 % des Erfolgs eines Startups fallen oder stehen mit der Gründer:in“, **erklärt Hagenauer**.

## 2. Team – „Gründungen in Teams sind erfolgreicher“

Alleine kommt man nicht weit, deswegen braucht man Geschäftspartner:innen zum Pferdestehlen. „Wir schauen uns das Team ganz genau an“, so **Dagmar Eigner-Stengg**. Gründungen in Teams seien erfolgreicher, weil sie ausgewogenere Kompetenzen haben. „Wenn ich selbst mehr die Erfinder:in bin, muss ich eine Verkäufer:in mit ins Boot holen“, so Eigner-Stengg weiter. Wichtig sei, dass man sich vorher einigt, wer welchen Aufgabenbereich übernimmt.

## 3. Zahlen – „Zahlen lieber konservativ ansetzen“

Die Zahlen müssen stimmen. Manchmal sei ein Investitionsvorhaben zu hoch angesetzt, öfter noch fehlt ein Puffer bei der Finanzplanung. Die Bankexpert:innen raten dazu, Kostenvoranschläge einzuholen und die Fixkosten nicht zu hoch anzusetzen. Meistens tauchen Kosten auf, die man nicht eingeplant hat. Deswegen **rät Hagenauer**, 20 % als Puffer hinzuzurechnen. Auch die private Haushaltsrechnung sollte man einplanen. Schließlich müsse man selbst von etwas leben. Gerade in diesem Bereich würden die Leute überraschend wenig Überblick haben. „Daher Zahlen lieber konservativer ansetzen“, empfiehlt Hagenauer.

## 4. Steuern – das verflixte dritte Jahr

Der Businessplan hinterlässt nicht nur den Fingerabdruck eines Unternehmens, sondern ist auch der Garant für Erfolg. Wenn der Businessplan gut ist, kann nichts Schlimmes passieren. Wenn ein Unternehmen scheitert, liegt es oft an unvorhergesehenen privaten Umständen.

„Meistens trifft es die Startups nach dem dritten Jahr, weil dann die Steuer wirksam wird“, **warnt Eigner-Stengg**. Viele würden Steuern im Businessplan einkalkulieren, legen diese aber nicht zurück.

## 5. Idee – wo liegt der USP?

Die Idee sollte marktreif sein. Sollten Layout, Branding oder App sowie Website nicht fertig sein, darf eine Bank noch nicht einsteigen. Grundsätzlich kommt es auf das Geschäft an, welches finanziert werden soll. Bei einem klassischen Geschäft wie bspw. beim Kfz-Meister kann man Maschinen und Werkzeuge schon vorfinanzieren, denn die Maschinen müssen nicht erst entwickelt werden. Die USP (Unique Selling Proposition), also das Alleinstellungsmerkmal eines Unternehmens, müsse gut herausgearbeitet werden, **sagt Johannes Pracher, Startrampe der Sparkasse Oberösterreich**.

## 6. Markt – was tut sich in der Branche?

Welches Potenzial der Markt bietet, wird ganz genau unter die Lupe genommen. „Für jedes Gründungsprojekt schauen wir uns interne Branchenanalysen an“, **sagt Pracher**. Auch Daten der Wirtschaftskammer werden herangezogen. Konkurrenz in der Branche kann einerseits ein Signal für einen interessanten Markt sein, andererseits könnte es auf eine Marktsättigung hindeuten.

## 7. Schwächen aufzeigen – „Nichts verstecken“

Klar will man sich möglichst gut präsentieren, doch mindestens genauso wichtig ist es, Schwächen aufzuzeigen. Eine klassische SWOT-Analyse hilft dabei, sich zu positionieren. Dabei werden Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken einander gegenübergestellt. Zahlen sollten absolut plausibel sein. Etwas verstecken sollte man nicht. „Damit belügt man sich nur selbst. Kund:innen verschweigen oft, dass sie noch woanders Kredite haben“, **sagt Eigner-Stengg**. Das wirft natürlich kein gutes Licht ab.

Sich selbstständig zu machen oder ein Startup zu gründen, verändert das ganze Leben. Die Erste Bank und Sparkassen unterstützen bei jedem Schritt. Selbst wenn die Zahlen noch nicht ganz stimmen, können sie beraten und weitervermitteln.



„Der erste Schritt sollte sein, sich den Finance Navigator der Erste Bank und Sparkassen anzusehen. Dort kann man sich nach den einzelnen Startup-Phasen anzeigen lassen, welche Kapitalgeber:innen man ansprechen kann.“

– Heinrich Prokop, Startup-Investor bei Clever Clover



## Eigenkapital: Wie Investor:innen ticken

Zuerst einen Business Angel an Land ziehen, dann eine Kreditlinie bei der Bank aufnehmen, daneben Crowdfunding und obendrauf noch eine Förderung? Startups und Scale-ups haben neben Team, Sales und Produkt immer ein ganz großes Thema: die Finanzierung. Dabei kommt es auf die richtige Partner:in zum richtigen Zeitpunkt an.

Im großen Doppelinterview sprechen **Birgit Polster**, Spezialistin beim GründerCenter & Förderservice der Erste Bank, und **Heinrich Prokop**, Startup-Investor bei Clever Clover, über die Vor- und Nachteile von Eigen- und Fremdkapital und was Startup-Gründer:innen am besten zu welchem Zeitpunkt an Bord holen.

### Welche Einstellung hat die Bank als Fremdkapitalgeber zum Thema Eigenkapital?

**Birgit Polster:** Als Bank ist man angewiesen darauf, dass Startups vor allem in frühen Phasen Eigenkapital von Investor:innen bekommen. Die Bank darf erst finanzieren, wenn ein Produkt Marktreife hat, also wenn der Proof of Concept da ist. Meistens ist es aber so, dass es Startups nicht schaffen, mit Eigenmitteln bis zur Marktreife zu gelangen. Diesen Gap schließen Investor:innen. Eigenkapital macht die Sache sowohl für die Gründer:innen als auch für uns leichter. Der Proof of Concept wird durch das zusätzliche Kapital schneller erreicht, deswegen sind Investor:innen für die Bank willkommene Partner:innen.

### Wie bewerten Sie als Investor Fremdkapital, Herr Prokop?

**Heinrich Prokop:** Eine Bank ist kein Investor. Die Bank hat nicht die Aufgabe, zu investieren, sondern das laufende Geschäft zu finanzieren. Es gibt noch immer viele Ventures und Startups, die ihr Working Capital mit Equity finanzieren.



#### TIPP: FUNDNOW.AT

Man kann über das Portal [fundnow.at](https://fundnow.at) einfach herausfinden, welche Kombination aus klassischer und alternativer Finanzierung (also Eigenmittel, Kredit, Leasing, Crowdfunding, Beteiligungskapital und/oder Förderungen) am besten zum eigenen Startup passt. Auch der Finance Navigator der Erste Bank und Sparkassen bietet Gründer:innen einen ersten Anhaltspunkt.



Das ist ein wirklicher Kardinalfehler. Man muss immer differenzieren, wofür die Bank da ist und welchen Teil sinnvollerweise Investor:innen übernehmen. Jede Investor:in ist happy, wenn es eine aktive, nutzbare Kreditlinie gibt. Wir arbeiten mit der Erste Bank und Sparkasse auf Augenhöhe zusammen. Die Bank ist nicht nur als Kreditgeber und Anbieter von Serviceleistungen wichtig, denn ein Ruf der Bank nach belastbaren Ziffern und Zahlen wird oft mehr gehört als der Ruf der Investor:in. Die Bank kann hier die Rolle des „Bad Cops“ übernehmen.

**„Der Proof of Concept wird durch das zusätzliche Kapital schneller erreicht, deswegen sind Investor:innen für die Bank willkommene Partner:innen.“**

– Birgit Polster, Spezialistin beim GründerCenter & Förderservice der Erste Bank

**Viele Gründer:innen sagen, dass sie lieber einen Kredit aufnehmen, weil sie dann keine Anteile an Investor:innen abtreten müssen. Ist das ein Vorteil von Fremdkapital?**

**Polster:** Jede Kapitalgeber:in hat ihre Vor- und Nachteile, so ehrlich muss man sein. Man muss immer schauen, welche Projektteile finanziert werden müssen. Es gibt ja nicht nur Banken und VCs, sondern auch Crowdfunding und andere Tools.

Der Vorteil einer Bankfinanzierung ist sicher, dass sie sehr günstig ist, weil man keine hohen Darlehenszinsen bezahlen muss, und ja, man muss auch keine Anteile hergeben. Vor allem Förderstellen, aber auch Banken bestehen gerade bei Neugründungen immer auf einer persönlichen Haftung, und gerade in den letzten eineinhalb Jahren hat sich das noch mehr in den Köpfen der Risikomanager:innen verfestigt. Das hat aber auch immer Symbolcharakter und psychologische Wirkung.

**Welche Vorteile hat Eigenkapital?**

**Prokop:** Das ist differenziert zu betrachten. Man braucht die richtigen Investor:innen zum richtigen Zeitpunkt in der Entwicklung des Unternehmens. Das ändert sich mit der Zeit und mit den Needs, die man von einer Investor:in erwartet.

Das ist wie beim Jenga-Turm. Wenn man den Turm am Anfang schief gebaut hat, dann kann man diesen nur mehr sehr schwer wieder gerade richten. Man muss den ersten Investor:innen, oft Friends und Family, zum passenden Zeitpunkt die Möglichkeit geben auszusteigen –

um die Anteile für die nächsten Investor:innen wieder frei zu haben. Der „Onkel“, der die ersten 100.000 Euro aus dem Sparstrumpf gegeben hat, soll nach einigen Jahren die Chance haben, gegebenenfalls auch 200.000 Euro zurückzubekommen.

Aber man muss immer wissen: Investor:innen sind nicht deine Freund:innen. Je professioneller sie sind, desto weniger sind sie in der „Friendzone“. Startup-Gründer:innen sind vielleicht gute Kolleg:innen und man hat gemeinsam Spaß am Projekt, am Ende jedoch arbeiten sie mit meinem Geld, das ich zurückhaben möchte. Das vergessen Startups immer wieder.

**Polster:** Viele Startups überlegen sich das nicht. Sie holen sich reine Kapitalgeber:innen, jedoch keine strategischen Investor:innen, weil sie glauben, dass sie ohnehin alles wissen. Der reiche Großonkel kann aber im operativen Geschäft meistens nicht weiterhelfen.

**Prokop:** Ja, diese Erfahrung habe ich auch gemacht. Die reichen Freund:innen können am Ende durchaus störend sein – daher ist die Investorenstruktur tatsächlich entscheidend. Aber auch die strategische Investor:in ist ein „Big Myth“. Ein Business Angel, der fünf Leute in der Branche kennt, ist keine strategische Investor:in. Die richtige strategische Investor:in kommt später, in der zweiten oder dritten Runde, wenn man Richtung Exit geht.

**Was ist die richtige Reihenfolge: zuerst Eigenkapital und dann Fremdkapital, oder umgekehrt?**

**Polster:** Der erste Schritt sollte sein, sich den [Finance Navigator](#) der Erste Bank und Sparkassen anzusehen. Dort kann man sich nach den einzelnen Startup-Phasen anzeigen lassen, welche Kapitalgeber:innen man ansprechen kann. Eine ganz junge Gründer:in nur mit einer Idee muss nicht zur Bank gehen, das ist Zeitverschwendung. Ganz am Anfang sollte man in jedem Fall einen Businessplan schreiben und diesen laufend adaptieren.

**Prokop:** Einen realistischen Businessplan zu haben, ist sehr wertvoll. Wer von Anfang an die eigenen Lügen glaubt, wird scheitern. Nur damit kann man abschätzen, wann man wie viel Geld brauchen wird, um die gesetzten Ziele zu erreichen. Was ich zu welchem Zeitpunkt brauche: Das zu wissen, ist essenziell. Viele Unternehmungen arbeiten viel zu spät am Investorentema. Man muss wissen: Bestenfalls verläuft eines von zehn Investorengesprächen positiv. Viele Startups scheitern, weil sie das Geld zu spät suchen.

*„Es geht darum, gemeinsam realistische Ziele zu definieren.“*

– **Birgit Polster**, Spezialistin beim GründerCenter & Förderservice der Erste Bank

## Das Bankgespräch: Optimale Vorbereitung auf entscheidende Meetings

Es ist einer der wichtigsten Schritte zum Deal deines Lebens: der Termin bei der Bank. Junge Gründer:innen haben oft ziemlich großen Respekt vor diesem Gespräch – immerhin geht es ja auch um die Finanzierung eines beruflichen Lebensstraums. Doch Angst ist keinesfalls angebracht, schon gar nicht, wenn man vorbereitet ist.

*„Wir wollen der Sparring-Partner der Gründer:innen sein und mit unserem Backgroundwissen zum Geschäftserfolg beitragen.“*

– **Harald Baier** Spezialist im GründerCenter der Kärntner Sparkasse

**Deswegen rät er, folgende Punkte zu berücksichtigen:**

### Das Gespräch so früh wie möglich suchen

Eine goldene Regel im Umgang mit der Bank lautet: Gründer:innen sollten sie als Partner:innen bei ihrer Unternehmung sehen. Und dazu gehört auch, das GründerCenter – genauso wie auch Mitgründer:innen, Mitarbeiter:innen und Investor:innen – so früh wie möglich ins Boot zu holen. „Egal, ob Gründer:innen oder Bestandskund:innen: Wir wünschen uns, dass sie so früh wie möglich zu uns kommen“, sagt **Harald Baier**.



### TIPP: DAS TEAM DES GRÜNDERCENTERS KONTAKTIEREN

Der Erstkontakt mit den Expert:innen für Finanzierungen, Förderungen und Businesspläne kann entweder per E-Mail oder per Telefon erfolgen, außerdem gibt es GründerCenter in den Bundesländern.

Denn zwar könne man auch als größte österreichische Bank sehr agil handeln, doch bestimmte Vorlaufzeiten gibt es immer. Erst zu kommen, wenn der Fremdkapitalbedarf akut ist, sei manchmal zu spät. Am besten ist es, wenn man sich mal telefonisch meldet. Dann kann man den Gründungsberater:innen schildern, was man vorhat, und sich anschließend gemeinsam eine Timeline ausmachen. Das schafft Klarheit auf beiden Seiten. Außerdem kann man erörtern, welche Unterlagen schon vorhanden sind und welche man noch für das Gespräch mit der Bank vor Ort benötigt.

## Der Businessplan

Auch wenn manche Angel-Investor:innen behaupten, dass es keine bräuchte – der Businessplan ist für die Umsetzung eines Startups im Allgemeinen und für die Zusammenarbeit mit der Bank im Besonderen unumgänglich. „Den Businessplan schreibt man nicht für die Bank oder die Förderstelle, sondern für die eigene Firma“, sagt Baier.

### Ein guter Businessplan gehört zum Bankgespräch fix mit dazu und beinhaltet:

- Executive Summary: Zusammenfassung der Projektbeschreibung
- Team: Vorstellung des Unternehmens, des Managements und des Gründungsteams
- Produkt bzw. Dienstleistung: Beschreibung des Angebots der Firma und ihr USP
- Branche & Markt: Beschreibung des Marktpotenzials
- Marketing & Vertrieb: Wie kommt Produkt bzw. Service zur Kund:in
- Wettbewerb: eine Wettbewerbsanalyse
- Erfolgs- und Finanzplanung
- Standort: Begründung der Wahl

## Finanzzahlen für drei Jahre

Besonders hervorzuheben für das Bankgespräch ist die Planrechnung – denn diese ist relevant für die Finanzierung durch die Bank oder durch Förderstellen. „Meistens braucht man zwei Jahre, um ein Geschäftsmodell auf Break-even zu bringen und den Kredit dann ab dem dritten Jahr zurückzahlen zu können“, sagt **Jasmine Gisinger, GründerCenter Dornbirner Sparkasse**. Daraus ergibt sich auch, wie viel Fremdkapital die Bank geben kann.

Ebenfalls wichtig: die Projektkostenaufstellung für den Start. Sie zeigt, welches Kapital man braucht, um überhaupt starten bzw. sein Geschäft aufmachen zu können, und beinhaltet alle Kosten, die anfallen, bis man die erste Kund:in gewonnen hat. Das geht von den Gründungskosten über Provisionen für Makler:innen, Warenerstausstattung bis hin zu einer genauen Einschätzung für den laufenden Liquiditätsbedarf (z. B. Strom, Gas, Waren nachkaufen).



### TIPP: TOOLBOX FÜR GRÜNDER:INNEN

In der Toolbox des GründerCenters der Erste Bank finden sich praktische Hilfsmittel wie Rechner, Vorlagen und Apps für Gründer:innen, mit denen man Kosten der Gründung, betriebliche Ausgaben oder die Liquiditätsplanung berechnen kann.



## Die eigenen Zahlen kennen

Es hört sich nach Basics an, wird aber nicht immer befolgt: Manchmal gibt es Gründer:innen, die sich die Businesspläne von Förderagenturen oder Unternehmensberater:innen schreiben lassen. Das können sie tun, aber: Sie sollten dann unbedingt sattelfest im Zahlenmaterial sein. Nur so können sie Vertrauen im Gespräch mit den Bankvertreter:innen gewinnen. „Die Gründer:innen müssen ihr Projekt im Detail kennen und dürfen nicht alles an eine Unternehmensberatung oder eine Agentur auslagern“, sagt Baier.

Ähnliches verlangen übrigens auch Investor:innen. Der Pitch von Startup-Gründer:innen muss sitzen. Auch wenn sie um 5 Uhr Früh aufgeweckt werden, müssen sie ihr Geschäftsmodell punktgenau pitchten können.

## Einschätzung zum Fremdkapitalbedarf

Zuschüsse von Förderstellen, Eigenkapital aus der eigenen Tasche und von Investor:innen sowie Fremdkapital der Bank: Neugründungen gehen oft mit einem Finanzierungsmix an den Start. Was die Bank da unbedingt wissen muss, ist, wie viel Fremdkapital, also Kredit, das Unternehmen aufnehmen möchte – und aufnehmen kann. „Meistens kommen die Kund:innen mit einer zu großen Vorstellung über die Höhe des Fremdkapital zu uns. Hier müssen wir oft nachjustieren“, **sagt Gisinger**. „Es geht darum, gemeinsam realistische Ziele zu definieren.“



### TIPP: FINANZIERUNGSMIX

Wie man den richtigen Finanzierungsmix zwischen Eigenmitteln, Kredit, Leasing, Crowd-investing, Beteiligungskapital und Förderungen findet, kann man mit dem Web-Dienst [fundnow.at](https://fundnow.at) einfach herausfinden.

Die Höhe des Fremdkapitals sollte möglichst genau an den voraussichtlichen Bedarf angepasst sein, um unnötige Finanzierungskosten zu vermeiden. Neben Fremdkapital ist vor allem die Eigenkapitalausstattung bei Unternehmensgründungen von besonderer Bedeutung. Grundsätzlich gilt die Faustregel, dass Gründer:innen 20 bis 25 % an echtem Eigenkapital mitbringen müssen, das auch belegt werden kann. „Wenn etwas verschwiegen wird, dann ist das ein No-go“, **sagt Baier**.

## Mietverträge

Wenn Gründer:innen mit ihrem eigenen Shop oder Standort an den Start gehen, ist eines essenziell: das Geschäftslokal. Und auch da kann es durch die Komplexität bei Klauseln zu Kautionen, Laufzeiten oder Kündigungsverzicht sehr hilfreich sein, die Bank an seiner Seite zu wissen. „Wenn wir die Mietverträge kennen, können wir einen Schulterchluss mit den Gründer:innen machen und häufig die Miethöhe im Sinne unserer Kund:innen positiv beeinflussen“, **sagt Gisinger**.

## Herzeigen, was man macht

Geschäftsmodelle, Planrechnungen und Pitches sind das eine, das Produkt oder das Service das andere: Wenn man zum Bankgespräch kommt, ist es meistens hilfreich, die USP (Unique Selling Proposition) vor Ort zeigen zu können, indem man seine App, seinen Web-Dienst, sein Produkt vorführt. Auch das vermittelt, dass man sattelfest im eigenen Business ist und versteht, wie man es verkaufen kann. „Im GründerCenter haben wir jahrelange Erfahrung in verschiedenen Branchen und schon sehr

viel gesehen“, **sagt Baier**. „Da hilft es natürlich auch, wenn wir Produkt oder Dienstleistung vor Ort erfahren können, um das Startup besser einschätzen zu können.“

## Private Finanzlage beleuchten

Wer gründet, muss das aus einer stabilen privaten Situation machen. Weder die Founder noch ihre Familien oder das soziale Umfeld haben etwas davon, wenn die Gründer:innen beim ersten Loop der Achterbahn in den Privatkonkurs schlittern. Deswegen rät die Bank, auch die private Finanzlage genau anzusehen – und dazu ist die private Einnahmen- und Ausgabenrechnung zum Gespräch mitzubringen.



### TIPP: PRIVATE EINNAHMEN UND AUSGABEN ERFASSEN

Dazu bietet das GründerCenter der Erste Bank ein eigenes PDF mit Rechenfunktion an, das dabei hilft, diese Zahlen schnell und einfach in den Griff zu bekommen.



## Intellectual Property

Die Erfahrung haben leider viele gemacht: Patente, Wort-Bild-Marken oder Web-Domains wurden nicht rechtzeitig angemeldet oder abgesichert – und das kann später, wenn das Unternehmen wächst und am Markt relevanter wird, so richtig teuer werden. Deswegen ist es eine gute Idee, auch beim Bankgespräch zu zeigen, dass man den Bereich der Intellectual Property, also des geistigen Eigentums, im Griff hat. Dazu bringt man, sofern relevant, unter anderem mit:

- Markenrechte
- Wort-Bild-Marke
- Patente bzw. Patentanmeldungen
- Lizenzen
- Franchising-Verträge

Gerade bei Franchising-Verträgen hat die Bank große Expertise und kann einen prüfenden Blick auf sie werfen. **Polster**: „Es gibt Franchise-Geber:innen, die ungewöhnliche Forderungen haben, die nicht sein müssen.“



*„Es geht darum, gemeinsam realistische Ziele zu definieren.“*

– Birgit Polster, Spezialistin beim GründerCenter & Förderservice der Erste Bank

## Fremdkapital: Wie Gründer:innen ein „Ja!“ von der Bank bekommen

Eigentlich steht alles – Businessplan, Mitgründer:innen, Business Angel, sogar die Bürofläche ist schon angemietet. Jetzt braucht es noch einen wichtigen Baustein: den Kredit von der Bank, um die eigene Produktrevolution auf den Markt bringen zu können. Und da wird es manchmal für Jungunternehmer:innen knifflig, weil sie einige wichtige Punkte nicht berücksichtigt haben.

„Es stimmt, dass die Bank manchmal zu Gründer:innen Nein sagen muss. Das tun wir aber nicht leichtfertig, sondern weil wir auf 20 Jahre Erfahrung mit Gründer:innen zurückgreifen können“, sagt **Gerhard Narr, Spezialist im GründerCenter der Tiroler Sparkasse**. Er hat in seiner jahrelangen Tätigkeit als Gründungsspezialist viele Finanzierungen mit Startups gemacht. „Wir haben enorm viele Daten und Zahlen gesehen und darauf basierend sehr gute Erfahrungswerte darüber, welche Branchen wie funktionieren.“

Und das bedeutet dann auch manchmal, dass Gründer:innen ein „Nein“ bekommen können. „Unser Ziel ist es, möglichst viele Gründer:innen bei der Umsetzung ihrer Geschäftsideen und Entwicklung hin zu einem nachhaltig erfolgreichen Unternehmen zu unterstützen. Das bedeutet aber auch manchmal, dass man Gründer:innen vor sich und ihrem Vorhaben schützen muss und es kein Fremdkapital der Bank gibt. Diese Entscheidung wird immer mit dem Gründerteam besprochen und begründet“, sagt der **Experte**. Deswegen gibt er Tipps, wie Startups sich das „Ja!“ der Bank holen können.

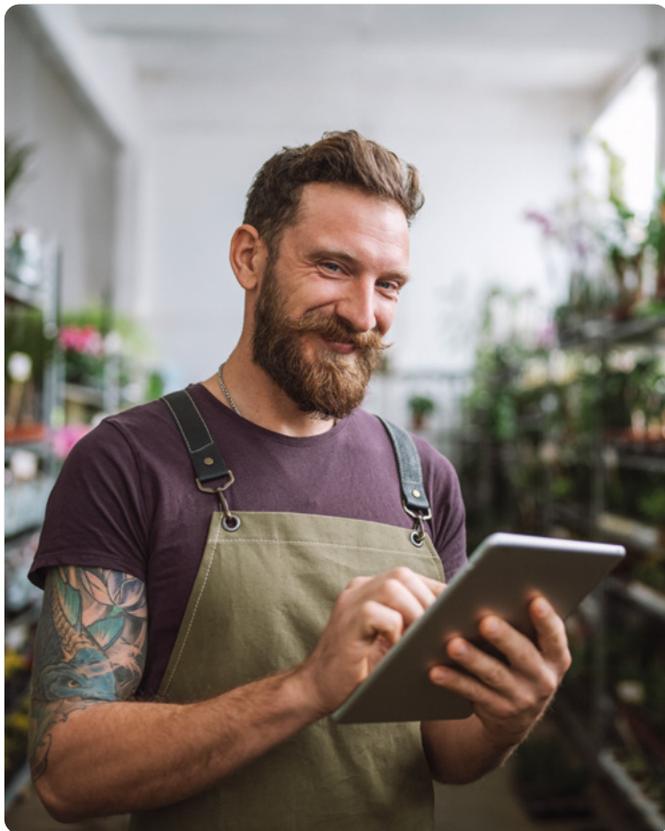
### Genug Eigenkapital mitbringen

Unternehmen werden fast immer auf Basis eines Finanzfundaments gebaut, das auf mehreren Säulen steht. Die wichtigste Unterscheidung ist Eigenkapital und Fremdkapital. Während die Bank – meist in Form von Krediten – für das Fremdkapital zuständig ist, liegt es an den Gründer:innen, genug Eigenkapital mitzubringen – denn das hebt wiederum das Fremdkapital. Bei Startups kommt das Eigenkapital oft aus den Taschen der Gründer:innen, aber auch von Business Angels oder VCs, die sich an dem jungen Unternehmen beteiligen wollen.



Für die Bank gilt: „Abhängig von der Branche ist ein gewisser Prozentsatz an Eigenkapital wichtig, schließlich soll nicht der gesamte Gewinn für die Rückzahlung der Finanzierung benötigt werden. Auch für das Unternehmen und natürlich die Gründer:in selbst müssen noch ausreichende Mittel übrig bleiben“, sagt **Gerhard Narr**. Eine Grundregel: Je niedriger die Margen eines Unternehmens sind, desto höher sind die notwendigen Eigenmittel, da man von hohem Preisdruck der Konkurrenz und somit größerem Risiko ausgeht. Eine Faustregel ist, dass Förderstellen meist 20 bis 25 % an Eigenkapital verlangen.

Dass man das Eigenkapital hat, kann man beim Bankgespräch per Kontoauszug belegen; man muss jedenfalls zeigen, dass es auf einem Geschäftskonto liegt und damit liquide ist. „Als Bank überprüfen wir auch für die Förderstelle, welche Gelder verwendet werden“, sagt **Narr**. „Wenn wir sehen, dass es kein echtes Eigenkapital ist, dann ist das ein Grund für die Bank, Nein zu sagen.“



## Persönliche Haftung übernehmen

Was viele, vor allem junge Menschen, oft vom Gründen abschreckt: Es wird verlangt, dass man bei Verträgen persönliche Haftungen eingeht. War es früher so, dass Finanzierungen viel lockerer vergeben wurden, so ist es spätestens mit der Coronakrise zum Standard geworden, dass persönlich gehaftet werden muss.

„Wenn die Gründer:in nicht an die eigene Firma glaubt, dann glaubt die Bank auch nicht dran“, sagt **Narr**. „Die persönliche Haftung ist ein Standard. Gründer:innen sind



für die wirtschaftliche Gebarung verantwortlich. Weil die Bank nicht in der Geschäftsführung sitzt, müssen wir uns darauf verlassen, dass die Kund:in ordentlich wirtschaftet und keine unnötigen Risiken eingeht.“

Vor der persönlichen Haftung sollte man deswegen keine Angst haben – sofern man an den Geschäftserfolg fest glaubt. „Der Gewinn gehört der Gründer:in, deswegen muss sie auch den Verlust tragen können“, sagt **Narr**. Als Bank sei man ohnehin nie daran interessiert, dass eine Firma in den Konkurs schlittert – schließlich will das Finanzinstitut natürlich, dass die Gründer:innen das Fremdkapital zurückzahlen können. **Narr**: „Uns bringt eine Insolvenz nichts. Wir wollen langfristige Kundenbeziehungen und versuchen, eine Lösung zu finden, wie man aus einer Schiefelage wieder glimpflich herauskommt – etwa mit längeren Laufzeiten für die Kredite.“



### TIPP: HAUSHALTSRECHNUNG

Was Gründer:innen auf jeden Fall hilft, zu verstehen, ob man sich Kredite und persönliche Haftungen im Ernstfall leisten kann, ist eine private Haushaltsrechnung. Damit errechnet man, ob man sich Steuern, Kreditraten, Fixkosten und Ausgaben auf Dauer leisten kann. Unterm Strich weiß man damit, was man wirklich verdienen muss, um seinen bisherigen Lebensstil weiterführen zu können.

## Eine Vertrauensbasis schaffen

Manchmal nehmen Gründer:innen die Bank als eine Art Endgegner wahr, den es zu bezwingen gilt. Das ist falsch gedacht. Denn vielmehr sollte man die Bank als Partner sehen. „Wir als Bank sehen uns als Teammitglied“, betont **Mendim Thaqi, Spezialist im GründerCenter der Sparkasse Salzburg**, und das beruhe letzten Endes auf Gegenseitigkeit. Deswegen ist es für Gründer:innen umso wichtiger, auch von ihrer Seite aus eine Vertrauensbasis zu schaffen.

Wer mit falschen Informationen in den Unterlagen oder im Gespräch ankommt, tut sich selbst mittel- und langfristig keinen Gefallen. Stattdessen ist es immens wichtig, transparent und ehrlich mit den Fakten zu sein – auch wenn sie mal nicht zum polierten Marketing-Pitchdeck eines Startups passen. Wenn man etwa – um beim obigen Beispiel des Eigenkapitals zu bleiben – unrichtige Angaben zum Eigenkapital macht und sich dieses als Darlehen von Freund:innen entpuppt, dann verspielt man Vertrauen und verzögert selbst den Ablauf der Fremdkapitalfinanzierung, da der Punkt Eigenkapital nochmals aufgerollt und besprochen werden muss. Man gefährdet dadurch den Aufbau einer Geschäftsbeziehung mit der Bank und schlussendlich den Zugang zu Fremdkapital.

Die Praxis zeigt: „Wir sagen selten Nein und finden meistens eine Lösung“, so Thaqi. „Uns ist es wichtig, auf Basis von transparenten Daten und Fakten gemeinsam mit den Gründer:innen die besten Möglichkeiten zu erarbeiten.“ Das könnte ein Standortwechsel sein oder ein kleinerer Kreditrahmen als geplant.



### TIPP: STEUERBERATUNG

Um die richtigen Daten immer bei der Hand zu haben, ist eine gute und vertrauensvolle Steuerberatung eine große Hilfe. Sie ist etwa dann zur Stelle, wenn man aktuelle Saldenlisten, den letzten Jahresabschluss etc. zur Hand haben muss.

## Auf Nachhaltigkeit setzen

Die Sustainable Development Goals (SDGs) sind keine Kür mehr, sie werden für Unternehmen zur Pflicht. Heute kann es sich kaum eine Firma – und Startups schon gar nicht – erlauben, nicht in irgendeiner Art und Weise zu einer nachhaltigeren Wirtschaft beizutragen. Umgekehrt bedeutet das, dass Projekte, die nicht im Sinne der Klimaziele agieren, kaum mehr eine Chance auf Finanzierung haben.

Zwar gibt es im KMU- und Startup-Bereich derzeit noch keine scharfen Richtlinien wie im Groß- oder Retail-Kundenbereich, doch auch das ist nur eine Frage der Zeit,

da die EU-Taxonomie immer mehr Regeln zu „grünen“ Investments in die Wirtschaftswelt bringt.

„Wir weisen daher Gründer:innen eindringlich darauf hin, den eigenen Beitrag zur Erreichung der Klimaziele im Geschäftsmodell zu berücksichtigen“, sagt Thaqi. Auch ohne das zu tun, könne man heute noch eine Finanzierung bekommen, doch nachhaltig wäre das nicht. Unternehmen sollen viele Jahre lang bestehen – Neugründungen sollten deswegen bereits heute auf Nachhaltigkeit setzen.



### TIPP: NACHHALTIGKEITSKRITERIEN

Die SDGs gehen mittlerweile oft vor ESG-Kriterien. Denn die Sustainable Development Goals werden gerade von Investor:innen im Nachhaltigkeitsbereich höher gewertet als Kriterien zu „Environment, Social & Governance“. Diese sind zuletzt immer mehr in Verruf geraten. Noch strenger sind die sogenannten SRI-Kriterien (Socially Responsible Investment).

# Förderungen: Leitfaden durch Österreichs Förderparadies

Auch wenn es in anderen Bereichen Aufholbedarf gibt, in einer Sache ist das Gründerland Österreich Weltklasse: bei seinem Fördersystem. Mit einer F&E-Quote (Anteil der Bruttoinlandsausgaben für F&E gemessen am BIP) von voraussichtlich 3,26 % für 2022 liegt Österreich weltweit in den Top 5, europaweit sogar in den Top 3.

Dieses Förderparadies müssen Gründer:innen unbedingt anzapfen, denn Förderungen gehören zu den wichtigsten Finanzierungsmitteln für Startups und Jungunternehmen – besonders in der Frühphase. Die Schattenseite: Das Förderparadies entpuppt sich schnell als Förderdschungel, durch den man sich am besten mit einer erfahrenen Partner:in kämpft – der Bank.

„Wir raten Gründer:innen immer, für eine Förderung zuerst zur Bank zu kommen“, sagt **Birgit Polster**, Spezialistin beim GründerCenter der Erste Bank. „Unser Team hat sehr große Erfahrung mit dem Fördersystem und unterstützt dabei, den Förderantrag zu erstellen und den Antrag auch gleich bei der richtigen Stelle einzureichen.“

## Die goldenen Grundregeln

Österreichs Fördersystem für Unternehmen ist gut ausgebaut und echte Weltklasse, hat dadurch aber auch eine gewisse Komplexität bekommen, die für Neulinge im Wirtschaftsleben nicht immer gleich durchschaubar ist. Grundsätzlich muss man beachten: „Förderungsanträge müssen immer vor dem Beginn des Projekts bei der Förderungsstelle eingereicht werden“, sagt Polster.

Hat ein Jungunternehmen oder Startup das Projekt, für das es Fördermittel sucht, bereits gestartet, wird es schwer bis unmöglich, dafür eine öffentliche Finanzie-

rung zu bekommen. Einzige Ausnahme ist die Wiener Kreditbürgschafts- und Beteiligungsbank AG (WKBG), die in solchen Fällen noch eine Haftung übernehmen kann. „Deswegen sollte man sich so früh wie möglich bei uns melden“, so die Gründungsexpertin weiter.

Bundesweit tätige Förderstellen wie das Austria Wirtschaftsservice (aws), die Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) oder die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) werden auf Landesebene von weiteren Förderstellen ergänzt – zu diesen zählt etwa die WKBG, die dezidiert Wiener Unternehmen mit Bürgschaften, Beteiligungen und Finanzierungsberatung unterstützt.

Die Grundregel „Bund vor Land“ besagt, dass eine vom Bund geförderte Investition in der Regel nicht zusätzlich noch vom Land gefördert wird – auch Doppelförderungen sind nicht möglich.

## Die Zuschüsse, die alle haben wollen

Manche sagen dazu augenzwinkernd „geschenktes Geld“. Und tatsächlich: Wenn Förderstellen Zuschüsse vergeben, dann steht oft „nicht rückzahlbar“ dabei. Bedeutet: Anders als bei einem Kredit oder Darlehen muss die Summe nicht an die Förderstelle zurückbezahlt werden, solange sie für die vorgesehenen Zwecke eingesetzt wird – und das wird von den Förderstellen streng kontrolliert.

Bei manchen Förderungen kann es aber sein, dass der Zuschuss unter bestimmten Voraussetzungen zurückgezahlt werden muss. Das bekannteste Beispiel dafür ist der COVID-Startup-Hilfsfonds aus dem Jahr 2020. Da gab es unter anderem die Bedingung, dass der Zuschuss bei gänzlicher oder mehrheitlicher Unternehmensveränderung zurückzubezahlen ist – sprich: wenn das Startup einen Exit macht.

„Zuschüsse sind die Butter aufs Brot“, sagt Philipp Weilguni, Projektleiter bei der WKBG. „Im Startup-Bereich kommen Zuschüsse oft vor Marktreife zum Tragen und sollen helfen, das Jungunternehmen beim Go-to-Market zu unterstützen.“ Und indirekt haben sie ebenfalls einen Effekt, **so Weilguni**. „Zuschüsse sind ein Qualitätssiegel. Wenn ein Unternehmen bereits eine Förderung bekommen hat, dann ist das ein sehr positives Signal für die Bank, wenn es um eine weitere Finanzierung geht.“

### TIPP: FÖRDERUNGEN

Einen Überblick über die wichtigsten Förderungen auf Bundes- wie auf Landesebene kann man sich auf der Webseite des GründerCenters verschaffen.



Wer übrigens glaubt, dass schlaue Startup-Gründer:innen ewig von Fördermitteln leben können, der irrt. Die EU hat der Überförderung von Unternehmen mit der sogenannten De-minimis-Regel einen Riegel vorgeschoben. Beihilfen nach der De-minimis-Verordnung müssen bis zu einer bestimmten Grenze nicht bei der EU gemeldet werden, allerdings handelt es sich da um eher kleine Beträge pro Jahr.



#### TIPP: EU-REGEL

Die De-minimis-Regel der EU besagt, dass Unternehmen unabhängig von ihrer Größe und Ort der Projektrealisierung innerhalb von 3 Jahren De-minimis-Förderungen bis maximal 200.000 Euro pro Mitgliedstaat erhalten dürfen.

## Haftungen für Kredite

Neben Zuschüssen geht es bei Förderungen meist um Haftungen für Kredite – und da kommt natürlich die Bank ins Spiel. Kurz gesagt funktioniert es so: „Die Bank macht die Finanzierung, die Förderstelle übernimmt die Haftung“, erklärt Weilguni. Und da wird die bereits erwähnte Reihenfolge wichtig: Gründer:innen sollten zuerst zum GründerCenter der Erste Bank und Sparkassen gehen. „Die Förderstelle braucht eine positive Grundsatzentscheidung der Bank. Sie muss erkennen, dass die Bank prinzipiell unterstützen will“, sagt Polster.

„Deswegen begleiten Banken bei der überwiegenden Mehrheit der Finanzierungsanfragen an die Förderstellen die Antragssteller:innen.“ Neben der Übernahme von Haftungen für Kredite gibt es auch Beteiligungen mit Eigenkapitalcharakter.

Während es bei manchen Zuschüssen von Förderstellen um sehr junge Projekte und Startups geht, gibt es für Haftungen für Kredite mehr Voraussetzungen. „Nur eine Vision reicht nicht, wir brauchen Zahlen, Daten, Fakten“, sagt Weilguni. Der Experte weist auf folgende Punkte

hin, die ein Unternehmen vorweisen können sollte, wenn es einen entsprechenden Antrag stellen möchte:

- Businessplan inkl. Planrechnung, Kostenaufstellungen, Voranschläge etc.
- 20 bis 25 % Eigenmittel (auch Surrogat wie Wertpapier-Depot möglich)
- Kostenaufstellungen, -voranschläge
- Rückführbarkeit des Kredits
- Proof of Concept (PoC)
- Gegebenenfalls Betriebsanlagengenehmigung

## Förderstelle & Bank als Sparring-Partner:innen sehen

Schließlich sollte man die Förderstelle, genauso wie die Bank, als Partner:in der eigenen Unternehmung ansehen. „Nach der Einreichung der Unterlagen bekommt man bei uns sehr schnelles Feedback“, sagt Weilguni von der WKBG. „Wenn uns etwas auffällt, positiv wie negativ, dann kommunizieren wir das.“ Die Förderbank hätte 50 Jahre Erfahrung über viele Branchen hinweg und ein tiefes Verständnis dafür, welche Geschäftsmodelle wie funktionieren.

Auch den Blick fürs Detail haben die Förderberater:innen – etwa, wenn es darum geht, Mietverträge zu checken, ob diese auch im Interesse der Antragsteller:innen sind. Wenn die Erstprüfung durch die Förderstelle positiv absolviert ist, geht es zu einem persönlichen Termin, bei dem auch das Geschäftslokal gemeinsam besichtigt wird.

**Polster:** „Unser Ziel ist immer, ein Projekt von Haus aus auf stabile Beine zu stellen. Die Gründer:innen sollen sich auf Gründung und Projekt konzentrieren und gut arbeiten können.“



#### TIPP: KREDITE

Welche Bankkredite für Unternehmensgründungen es gibt, darüber informiert die Gründerseite der Ersten Bank. Die Möglichkeiten reichen vom Investitionskredit über Betriebsmittelkredite und Leasing bis hin zu alternativen Finanzierungsformen.

# Glossar: Das kleine 1×1 des Gründens

## Accelerator

Bei Accelerators handelt es sich um zeitlich begrenzte Programme, in denen junge Unternehmen Mentoring erhalten. Üblicherweise enden diese Programme in öffentlichen Pitch-Events oder Demo-Days. Sie dienen dazu, ein junges Startup in der Entwicklung zu beschleunigen.

## Break Even

Der Break-Even-Point, auch Gewinnschwelle genannt, ist der Moment, an dem die Kosten eines Unternehmens durch die Erlöse gedeckt werden.

## Business Angel

Ein Business Angel ist eine vermögende, unternehmerisch erfahrene Privatinvestor:in. Neben Kapital bringen Business Angels auch Know-how und Netzwerkkontakte in Jungfirmen ein.

## Cap Table

Der Capitalization Table oder kurz Cap Table, ist eine Tabelle, die eine Analyse der Eigentumsanteile eines Unternehmens, der Eigenkapitalverwässerung und des Eigenkapitalwerts in jeder Investitionsrunde durch Gründer:innen, Investor:innen und andere Eigentümer:innen bietet.

## Company Builder

Company Builder sind Teile oder Abteilungen von Investmentunternehmen, die bei der Gründung neuer Unternehmen eine aktive Rolle einnehmen. Company Builder gründen Startups entweder selbst oder beteiligen sich frühzeitig an Geschäftsideen, um diese mit erfahrener Management sowie finanziellen Mitteln auszustatten.

## Due Dilligence

Unter Due Diligence versteht man die sorgfältige, systematische und detaillierte Erhebung, Prüfung und Analyse von Daten einer Investitions-, Übernahme- oder Fusionskandidat:in bzw. die Offenlegung der Daten durch das Zielobjekt.

## Eigenkapital

Hierbei handelt es sich um finanzielle Mittel, die von den Teilhaber:innen bzw. Unternehmensgründer:innen in ein Unternehmen eingebracht werden, oder erwirtschaftete Gewinne, die im Unternehmen belassen werden. Finanzierungsrunden durch Business Angels oder VCs bringen Eigenkapital in die Firma.

## Exit

Der Exit bezeichnet mehrere Dinge. Es kann der Verkauf einer einzelnen Investor:in an einen neuen Shareholder genauso sein wie der Verkauf der gesamten Firma an ein anderes Unternehmen – oder sogar der Börsengang (IPO). Exits sind die Events, in denen meist viel Geld fließt und auf die viele Investor:innen wie Gründer:innen hinarbeiten.

## Franchising

Franchising bedeutet ein Vertriebssystem, durch das Waren und/oder Dienstleistungen und/oder Technologien vermarktet werden. Es gründet sich auf eine Zusammenarbeit rechtlich selbstständiger und unabhängiger Unternehmen, den Franchise-Geber:innen und den Franchise-Nehmer:innen. Die Franchise-Geber:in gewährt ihren Franchise-Nehmer:innen das Recht und legt ihnen gleichzeitig die Verpflichtung auf, ein Geschäft entsprechend ihrem Konzept zu betreiben.

## Fremdkapital

Das Fremdkapital dient, wie auch das Eigenkapital, der Finanzierung des Unternehmens. Es wird auf der Passivseite der Bilanz ausgewiesen. Fremdkapital setzt sich aus Rückstellungen und Verbindlichkeiten zusammen. Die Fremdkapitalgeber:in ist Gläubiger:in des Unternehmens, hat also im Gegensatz zu den Eigentümer:innen keine Mitspracherechte. Kredite wie etwa Betriebsmittelkredit sind klassisches Fremdkapital.

## Inkubator

Programme oder Einrichtungen, die Unternehmer:innen von der ersten Idee auf dem Weg zur Existenzgründung begleiten. Der berühmteste Inkubator der Welt ist wohl Y Combinator aus dem Silicon Valley, der etwa Dropbox, Airbnb, Coinbase, Reddit, Stripe oder Twitch hervorgebracht hat.

## Liquiditätsplan

Dieser Plan gibt Auskunft über die Zahlungsfähigkeit in den kommenden Wochen und Monaten und fungiert als Frühwarnsystem, um etwaige Liquiditätsengpässe in der Zukunft aufzuzeigen.

## Minimal Viable Product (MVP)

Eine minimal brauchbare Version eines Produkts, die gerade gut genug ist, um sie auf den Markt zu bringen. Diese Methode hilft Startups, schnell starten und von dort weg das Produkt immer weiter verfeinern und ausbauen zu können.

## Pre-Seed-Phase

Unternehmen, die sich in der Vorgründungsphase befinden. In dieser Phase erarbeiten sie ihr Proof of Concept (PoC) und bereiten Produkt oder Service auf den Marktstart vor.

## Proof of Concept (PoC)

Im Prinzip eine Machbarkeitsstudie, die beweist, dass eine Idee in der Praxis funktioniert. Das kann ein Prototyp genauso wie eine Alphaversion einer App sein. Ein PoC steht oft am Ende von Inkubator- oder Accelerator-Programmen.

## Seed-Phase

Der Prototyp ist fertig; nun geht es darum, den sogenannten Product Market Fit zu erreichen und seine Marktnische zu finden. Das Startup gewinnt erste Kund:innen, holt Feedback vom Markt ein und verbessert das Produkt so, dass es immer größere Käuferschichten anspricht.

## Series A/B/C

So werden die Finanzierungsrunden in der Wachstumsphase eines Unternehmens genannt. Series-A-Finanzierungsrunden sind meistens mindestens mehrere Millionen Euro schwer. Bei Series B, C oder höher können es auch Hunderte Millionen Euro werden.

## Unique Selling Proposition (USP)

Dabei handelt es sich um das herausragende Leistungsmerkmal eines Unternehmens, mit dem es sich deutlich vom Wettbewerb unterscheiden kann. Das Marketing einer Firma baut stark auf der USP auf.

## Valuation

Die Unternehmensbewertung eines Unternehmens. Sie wird unterschiedlich berechnet, unter anderem nach Umsatz- oder Gewinn-Multiples. Im Startup-Bereich ist es üblich, dass Investor:innen eine künftige Bewertung bei optimaler Entwicklung annehmen, zu der eine Firma in mehreren Jahren verkauft werden kann.

## Venture Capital (VC)

Das berühmte Risikokapital. In der Regel sammeln Venture Capitalists Geld bei Limited Partners (LPs; oft wohlhabende Familien, Großunternehmen, Pensionskassen usw.) ein und investieren es über einen bestimmten Zeitraum in Startups und Scale-ups.

**ERSTE  SPARKASSE **

Stand: November 2023

Impressum: Medieninhaberin, Herstellerin,  
Herausgeberin und Redaktion: Erste Bank der  
oesterreichischen Sparkassen AG  
Postanschrift: Am Belvedere 1, 1100 Wien