Förderung von Markterschließungskosten

Eine Aktion des **Wabeco Subventionslotsen®** in Kooperation mit dem **Unternehmermagazin impulse**

Dipl.-Kffr.
Christina Parr

Dipl.-Wirtsch.-Ing.
Michael D. G. Wandt

Gießen, 19. Jan. 2011

Inhaltsverzeichnis

Förderung von Markterschließungskosten 2
Beschreibung der Aktivitäten in einer Markterschliessung 2
Von der Schwierigkeit die richtige Bemessungsgrundlage zu ermitteln. 4
Kapitalbedarfsermittlung 5
Korrespondierende Arten von Kapitalbedarf: 5

Darstellung der Förderarten von Markterschließungskosten 6
Zuschuss 6
Eigenkapitalersatz 6
Nachrangdarlehen 7
Öffentliche Beteiligung 7
Darlehen mit Haftungsfreistellung 8
Zinsgünstige Darlehen 9
Öffentliche Bürgschaften 9

Zusammenfassung 10

Weitere Informationen und Hilfen zu Fördermitteln 11

Förderung von Markterschließungskosten

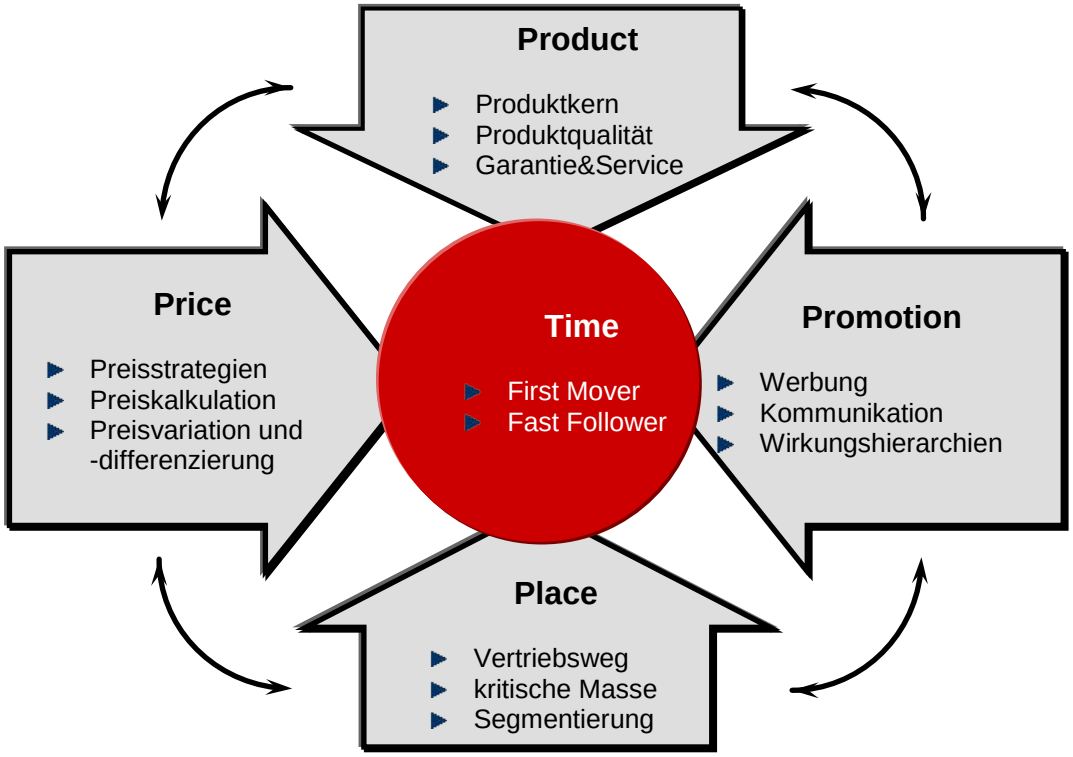
Kosten als Investitionen gefördert

„Weiche Investitionen“ werden unter den Markterschliessungskosten wie Investitionen gefördert!

Als Markterschliessung gelten alle Maßnahmen, die im direkten Kontakt zum Markt wirken. Somit sind alle Vorbereitungen auf den Markt einbezogen, also auch alle Layout und CI Kosten, wie auch die Schulung und Vorbereitung des Personals bzw. des Aussendienstes, der auch aus Handelsvertretern bestehen kann. Dazu kommen alle Kosten, die in direktem Kontakt mit dem Kunden entstehen. Dazu zählen Messen und Präsentationen, wie auch die Kundenbesuche im ersten halben Jahr und ggf. auch die Forderungen des ersten halben Jahres.

Markteinführungsstrategien

Die Entwicklung einer Markteinführungs-strategie wird bezuschusst.



Die Entwicklung der Markteinführungsstrategie wird als Markteinführung gesehen. Dabei kann die professionelle Hilfe als Unternehmensberatung bezuschusst werden. Die Restkosten (nach Zuschuss) können als Investition finanziert werden.

Beschreibung der Aktivitäten in einer Markterschliessung

Entwickeln und verkaufen. Zwei Paar Schuhe?

Produkte herstellen oder Dienstleistungen anbieten ist das eine - Produkte und Dienstleistungen verkaufen das andere. Als Unternehmerin bzw. Unternehmer müssen Sie immer wieder neue Kunden gewinnen und dafür sorgen, dass Sie bei Ihnen bleiben.

Viele Wege führen zum Kunden. Je nach Branche gibt es hier unterschiedliche Schwerpunkte. Zu den wichtigsten gehören:

- Akquisitionen
- Ausschreibungen
- Netzwerke

- Kooperationen
- Internet und E-Business
- Export

Kundenakquise

Eine der wichtigsten Aufgaben für junge Unternehmen ist es, Kunden zu gewinnen. Je nach Branche und Kundengruppe gibt es teilweise unterschiedliche Instrumente, die aufeinander abgestimmt sein sollten.

Öffentliche und private Ausschreibungen

In der Ausschreibung können Neuentwickler bevorteilt werden.

Mit Ausschreibungen wenden sich öffentliche wie private Auftraggeber an die Anbieter von Produkten und Leistungen, um eine bestimmte Ware oder eine bestimmte Leistung günstig einzukaufen. Ausschreibungen können ein wichtiges Instrument sein, um neue Kunden zu gewinnen. Ausschreibungen findet man in Bekanntmachungsblättern, Fachzeitschriften und im Internet. Selbst wenn Sie den Auftrag nicht erhalten, lernen Sie dabei, Ihr Unternehmen zu präsentieren und Ihre Angebote zu formulieren. Beachten Sie dabei in jedem Fall die in der Ausschreibung geforderte Angebotsform, denn nur dann wird Ihr Angebot überhaupt berücksichtigt.

Gemeinsame Angebote

Bisweilen wird es Ihnen unmöglich sein, an einer Ausschreibung teilzunehmen, weil Sie zwar eine der geforderten Leistungen, aber nicht die Gesamtleistung erbringen können. In einem solchen Fall lohnt es sich, Kooperationen mit anderen Unternehmen einzugehen. In Bietergemeinschaften können Sie mitbieten, obwohl Sie selbst nur eine Teilleistung erbringen können.

Ausschreibungsportale:

- Ausschreibungen des Bundes
- Ausschreibungen der EU
- Öffentliche Ausschreibungen
- Vergabe-Report
- Deutscher Auftragsdienst
- Infodienst Ausschreibungen
- Submission.de

Netzwerke

Auf die Kontakte kommt es an.

Nutzen Sie das Wissen, die Erfahrung und das Know-how von Kolleginnen und Kollegen aus Ihrer Branche sowie von Unternehmen oder Institutionen, die Sie bei Ihrer Arbeit unterstützen können. An vielen Standorten gibt es bereits Netzwerke wichtiger Akteure, die als Ansprechpartner zur Verfügung stehen.

Schaffen Sie sich Ihr persönliches Netzwerk. Besuchen Sie beispielsweise Unternehmerstammtische und Veranstaltungen, die von den Kammern oder den kommunalen Wirtschaftsfördereinrichtungen angeboten werden.

Weitere Informationen über Netzwerke

- XING
- Business Angels Deutschland
- Arbeitsgemeinschaft selbständiger Unternehmer e.V.

- Wirtschaftsjunioren
- Bundesverband junger Unternehmer der ASU e.V.
- Verband deutscher Unternehmerinnen e.V.

Kooperationen

Bei Kooperationen handelt es sich entweder um eine Zusammenarbeit von kleinen und mittleren Unternehmen untereinander, von KMU mit Großunternehmen oder von KMU mit anderen Organisationen, wie z. B. Forschungseinrichtungen.

Durch Kooperationen können Sie für Ihr Unternehmen Kosten für Einkauf, Produktion und Vertrieb reduzieren, neue Märke „erobern“, wichtiges Know-how austauschen und vieles mehr. Insgesamt stärken Kooperationen die Wettbewerbsfähigkeit der beteiligten Partner.

Kooperationspartner finden Sie u.a. über die Firmen-Informationssysteme der örtlichen Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern. Darüber hinaus bietet der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) eine Reihe von Online-Börsen an: eine Kooperationsbörse, in der Sie europaweit nach Sparten und Regionen suchen können.

Internet/E-Business

Das Internet ist ein weltumspannender Informationspool, gerade auch für Unternehmen.

Das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) geförderte Netzwerk "Elektronischer Geschäftsverkehr" mit seinen regionalen Kompetenzzentren unterstützt kleine und mittlere Unternehmen bei der Einführung und Nutzung von E-Business-Maßnahmen.

Export

Entwicklungen wie die Globalisierung der Wirtschaft oder die Osterweiterung der EU bringen neue Chancen zur Erschließung von Märkten im Ausland. Schon heute gehören neben der Europäischen Union Länder wie die USA oder Polen zu den wichtigsten Exportmärkten der brandenburgischen Wirtschaft.

Als direkte Ansprechpartner in wichtigen Wirtschaftsregionen weltweit stehen die Auslandplattform des Landes Brandenburg in Detroit, Dubai, Moskau und Singapur sowie das Brandenburgisch-Baltische Wirtschaftsbüro in Riga (eine Gemeinschaftsinitiative des Landes Brandenburg und der Handwerkskammer Frankfurt (Oder)) in der Regel kostenlos zur Verfügung.

Von der Schwierigkeit die richtige Bemessungsgrundlage zu ermitteln.

Was wird gefördert und was nicht?!

Um in aller Tiefe in die tatsächliche Berechnung der Bemessungsgrundlagen einzusteigen, benötigen Sie die entsprechenden Hintergrundinformationen, die sich auf der Richtlinie, den Antragsformularen, der Durchführungsverordnung und den Handbüchern der Förderleitstellen ergeben.

Ein Buch mit sieben Siegeln? Vielleicht, wenn man um die Gesamtheit der benötigten Informationen nicht weiß.

Zur Hilfe für diejenigen, die sich eine erste Übersicht verschaffen wollen, hier die Liste der Werbekosten, die wie Investitionen in verschiedenen Förderprogrammen gefördert werden können. (Die Förderung unterscheidet sich

je nach Ausgangssituation des Unternehmens und des Ortes der Investition (Sitz der Unternehmung)):

- Einführungs- und Eröffnungswerbung (inkl. Medienwerbung und Veranstaltungen)
- Kosten für die Beratung und Erstellung eines ersten Werbekonzeptes
- Maßnahmen für die Anknüpfung von Geschäftskontakten
- Aktivitäten, die die einmaligen Informationserfordernisse sicherstellen, welche bei der Erschließung neuer Märkte auftreten (bspw. Marktanalysen einschl. Marktforschung und -information)
- Ausbildungsmaßnahmen für Handelsvertreter
- Aufwendungen für die Teilnahme an oder Besuch von Messen und Ausstellungen (i. d. ersten 6 Monaten ab Gründung/Markteinführung)
- Katalogkosten (sofern sie eine Unternehmensgrundlage darstellen)
- Listungsgebühren
- Schulungskosten für Mitarbeiter
- Weitere Fördermöglichkeiten, wie z. B. die Messeförderung, stehen zusätzlich zur Verfügung.

[Zurück]

Kapitalbedarfsermittlung

Der Kapitalbedarf ermittelt sich aus den folgenden Einzelpositionen:

- Einführungswerbung
- Eröffnungswerbung
- Beratung des Werbekonzepts
- Erstellung des Werbekonzepts
- Anknüpfen von Geschäftskontakten
- Marktanalysen
- Marktforschung
- Handelsvertreterschulung
- Katalogkosten
- Listungsgebühren
- Schulung der Mitarbeiter

Die Markterschließung ist von der Werbung und den Markteinführungskosten (Forschung und Entwicklung – Markteinführungsphase) zu trennen.

[Zurück]

Korrespondierende Arten von Kapitalbedarf:

- Forschung und Entwicklung - Markteinführungskosten
- Werbung
- Zusätzliche liquide Mittel

[Zurück]

© WABECO Subventionslotse® der Valea Unternehmensberatung BDU
Reiskirchen ☎ 0800-0-922326 - Internet: http://www.wabeco.de

Darstellung der Förderarten von Markterschließungskosten

Übersicht der Förderarten

Zuschuss

Zuschuss ist unter bestimmten Bedingungen möglich.

Ein Zuschuss ist eine nicht rückzahlbare Zuwendung ohne direkte Gegenleistung. Es gibt vier Arten von Zuschüssen:

- den Gründungszuschuss im Zuge der Eröffnung des ersten Betriebes,
- den Lohnkostenzuschuss im Zuge der Einstellung neuer Mitarbeiter,
- den Regionalzuschuss bei Investitionen an besonders geförderten Standorten und
- den Projektzuschuss für Vorhaben, die besonders gefördert werden.

Finanzierung von Markterschließungskosten unter der Verwendung eines Zuschusses

Die Finanzierung von Markteinführungskosten mit einem Zuschuss ist nur eingeschränkt möglich.

Der Gründungs-, Lohnkosten- und Regionalzuschuss ist nicht möglich.

Ein Projektzuschuss kann für die Markteinführung verwendet werden, wenn diese im Zuge der Entwicklung einer neuen Leistung erfolgt.

[Zurück]

Eigenkapitalersatz

Eigenkapitalersatz ist unter bestimmten Bedingungen möglich.

Der Eigenkapitalersatz ist als Ergänzung des verfügbaren Eigenkapitals von tätigen Gesellschaftern gedacht. Dabei wird er an den tätigen Gesellschafter innerhalb der ersten drei Jahre vergeben. Antragsteller ist der Gesellschafter. Der Vertrag kommt direkt zwischen dem Förderinstitut und dem tätigen Gesellschafter zustande. Es handelt sich somit um ein Privatdarlehen, das frei von Rechten Dritter in das Eigenkapital (Stamm- bzw. Grundkapital) einer Gesellschaft eingezahlt werden kann. Auch die Verwendung als Gesellschafterdarlehen ist möglich.

Finanzierung von Markterschließungskosten unter der Verwendung von Eigenkapitalersatz

Die Markteinführung kann nur im Zuge einer Existenzgründung mit Eigenkapitalersatz finanziert werden.

Als Markteinführung gilt der direkte Kontakt zu neuen Kunden. Dies unterscheidet die Markteinführungskosten von den Werbekosten, die nur einen indirekten Kontakt zum Kunden schaffen.

Weiterhin wird die Schulung von Handelsvertretern und dem Personal, wie auch die Teilnahme an Messen der Markteinführung zugerechnet.

Außerhalb der Existenzgründungsphase sind Markteinführungskosten in der Regel nicht aktivierungsfähig und fallen damit aus der Bemessungsgrundlage heraus.

Die Kosten der Markterschließung werden mit Eigenkapitalersatz gefördert. Der Anteil der Förderung ist auf maximal 40 Prozent begrenzt. Die Grundförderung ist 30 Prozent.

© WABECO Subventionslotse® der Valea Unternehmensberatung BDU
Reiskirchen ☎ 0800-0-922326 - Internet: http://www.wabeco.de

Eigenkapitalersatz für Markterschließungskosten wird nur gewährt, wenn ausreichend Eigenmittel einbezogen werden. Das Eigenkapital muss mindestens fünf Prozent des Kaufpreises betragen. Bei Kaufpreisen bis 500.000 EUR ist der Mindestanteil für die Eigenmittel 15 Prozent (neue Bundesländer 10%).

Die Eigenmittel können auch mittels Privatfinanzierung aufgebracht werden.

[Zurück]

Nachrangdarlehen

Nachrangdarlehen sind immer möglich.

Das Nachrangdarlehen ist der typischen stillen Beteiligung nicht unähnlich. Zuerst ist es ein Darlehen, wie jedes Bankdarlehen auch. Dadurch gelten die Regeln des KWG. Dann erklärt der Kapitalgeber den Rangrücktritt (Nachrang) hinter alle anderen Verpflichtungen der Unternehmen. Somit wird das Nachrangdarlehen erst vor dem Eigenkapital zurückgezahlt. Das Nachrangdarlehen, auch Mezzaninkapital (mezzo = ital. zwischen, da es zwischen dem Eigen- und dem Fremdkapital liegt) genannt, wird in besonderen Fällen bei größeren Krediten vergeben, um Unternehmen in die Lage zu versetzen mehr Kapital aufzunehmen. Es ist auch ein immer stärker werdender Teil der öffentlichen Darlehen.

Finanzierung von Markterschließungskosten unter der Verwendung eines Nachrangdarlehens

Markterschließungskosten können mit Nachrangdarlehen finanziert werden.

Der Finanzierungsanteil liegt zwischen 20 und 50 Prozent der Bemessungsgrundlage. Die Grundvoraussetzungen für die Förderung sind sehr unterschiedlich.

Es wird entweder ein Mindestbetrag an Eigenmitteln verlangt oder eine Bank muss einen Anteil an der Finanzierung übernehmen, der dem des Nachrangdarlehens entspricht.

[Zurück]

Öffentliche Beteiligung

Öffentliche Beteiligungen sind immer möglich.

Die öffentlichen Beteiligungsgesellschaften sind Privatorganisationen der Wirtschaft und deren Organisationen. Die Gesellschafter sind Banken, Versicherungen, Verbände und Kammern. Die Gesellschafter stellen das Eigenkapital und meist sichert die öffentliche Hand die Kapitalanlage durch Bürgschaften und besondere Refinanzierungen ab.

Im Gegensatz zu privaten Beteiligungsgesellschaften liegt die Obergrenze der Rendite bei öffentlichen Beteiligungsgesellschaften, oft auch Mittelständische Beteiligungsgesellschaften (MBG) genannt, bei max. zwölf Prozent pro Jahr.

Die direkte Beteiligung ist derzeit noch die Ausnahme. Die typische stille Beteiligung ist die Regel. Die Höhe der Beteiligung beginnt bei 50.000 EUR (Wunschhöhe ab 125.000 EUR) und endet bei 5 Mio. EUR. Eine weitere Grenze liegt in der Höhe des vorhandenen Eigenkapitals im Unternehmen.

© WABECO Subventionslotse® der Valea Unternehmensberatung BDU
Reiskirchen ☎ 0800-0-922326 - Internet: http://www.wabeco.de

Die öffentliche Beteiligung wird regelmäßig in so genannter Eigenkapitalparität vergeben. Dabei darf die öffentliche Beteiligung nicht höher sein als das vorhandene Eigenkapital. Die Laufzeit beträgt regelmäßig zehn Jahre. Die laufende Verzinsung wird jährlich bezahlt und am Ende der Laufzeit erfolgt die Rückzahlung in einem Betrag oder durch eine Tilgungsvereinbarung über max. fünf weitere Jahre. Es gilt das Nominalwertprinzip.

Finanzierung von Markterschließungskosten unter der Verwendung einer öffentlichen Beteiligung

Die Finanzierung der Markteinführung fällt in den Bereich einer öffentlichen Beteiligung. Die Kapitalbindung sollte nachhaltig das Wachstum des Unternehmens unterstützen.

[Zurück]

Darlehen mit Haftungsfreistellung

Darlehen mit Haftungsfreistellung sind unter bestimmten Bedingungen möglich.

Ein Förderdarlehen ist ein zinsgünstiges Darlehen mit Konditionen, die z. T. erheblich unter den Marktkonditionen liegen. Die Förderdarlehen mit Haftungsfreistellung haben eine integrierte Ausfallbürgschaft für die abwickelnde Bank. Förderdarlehen müssen nach dem KWG vergeben werden und werden über eine so genannte „Hausbank“ beantragt. Diese Hausbank wird der Vertragspartner der Unternehmen. Die Förderbank refinanziert die Hausbank und bestimmt damit die Kondition der Finanzierung. Die Haftungsfreistellung entlastet das Obligo der Hausbank mit einer vorher festgelegten Quote. Diese Quote beläuft sich auf 40 bis 90 Prozent der verbleibenden Kreditsumme. Eine Haftungsfreistellung reduziert das Risiko der Hausbank und erhöht die Kosten der Finanzierung. Haftungsfreigestellte Darlehen sind auf maximal 2 Mio. EUR pro Antrag bzw. Förderinstitut begrenzt.

Finanzierung von Markterschließungskosten unter der Verwendung eines Darlehens mit Haftungsfreistellung

Die Finanzierung von Markteinführungskosten kann nur im Zuge der Umlaufmittelfinanzierung mit Darlehen mit Haftungsfreistellung vorgenommen werden.

Es werden meist zehn Jahre Laufzeit bei Darlehen mit Haftungsfreistellung vereinbart. Auf die Frage der Höhe einer Haftungsfreistellung hat dies nur indirekt Einfluss, da dies dem einzelnen Programm zugeordnet wird.

Die Haftungsfreistellung wird regelmäßig für die gesamte Finanzierung beantragt. Die Verwertung der Investition (hier Markterschließungskosten) liegt immer seltener im Interesse einer Bank. Somit sieht eine Bank die Finanzierung von Markterschließungskosten als Finanzierung mit vollständiger Blankohaftung für die Bank an. Der Blankoanteil wird durch die Haftungsfreistellung für den Kapitalgeber auf den „Selbstbehalt“ reduziert.

[Zurück]

© WABECO Subventionslotse® der Valea Unternehmensberatung BDU
Reiskirchen ☎ 0800-0-922326 - Internet: http://www.wabeco.de

Zinsgünstige Darlehen

Zinsgünstige Darlehen sind unter bestimmten Bedingungen möglich.

Billig, aber zu besichern! Ein Förderdarlehen ist ein billiges Bankdarlehen. Die Förderdarlehen müssen genauso besichert werden, wie jedes andere Bankdarlehen. In manchen Fällen und manchen Regionen gibt es zusätzlich zum Förderdarlehen einen Zinszuschuss, der die Konditionen für einen bestimmten Zeitraum zusätzlich reduziert. Förderdarlehen sind auf max. 10 Mio. EUR pro Antrag begrenzt.

Finanzierung von Markterschließungskosten unter der Verwendung eines zinsgünstigen Darlehens

Das zinsgünstige Darlehen kann zur Finanzierung der Markteinführungskosten nur mit der Umlaufmittelfinanzierung vorgenommen werden. Die Finanzierung ist nur im Rahmen der bestehenden Sicherheiten sinnvoll. So kann das zinsgünstige Darlehen seinen wesentlichen Vorteil, die billigen Zinsen, ausspielen.

Zinsgünstige Darlehen können innerhalb der Obergrenzen der Finanzierung einbezogen werden. Diese sind bei 50 bis 100 % der Gesamtinvestition (Kaufpreis zzgl. Nebenkosten, die aktiviert werden).

[Zurück]

Öffentliche Bürgschaften

Öffentliche Beteiligungen sind unter bestimmten Bedingungen möglich.

Die Ersatzsicherheiten stellen keine Finanzierungsart dar, sondern sind eine Sicherheit, welche das Unternehmen einbezieht, wenn dem Kapitalgeber die Sicherheiten nicht ausreichen. Solche Ersatzsicherheiten sind möglich, wenn es einen akzeptierten Sicherungsgeber gibt, bspw. eine Versicherung, der aufgrund eines Informations- und Managementvorteils Sicherheiten besser (höher) bewerten kann als der Kapitalgeber. Weiterhin werden solche Ersatzsicherheiten auch von staatlich unterstützten Bürgschaftsbanken oder dem Staat selbst vergeben. Hierbei mischen sich die Betrachtungen der Förderung hinsichtlich der positiven Effekte, bspw. durch Beschäftigung in einer Region mit geringerem Beschäftigungsanteil, und der „Aufwertung“ der Sicherheiten für einen Kapitalgeber.

Finanzierung von Markterschließungskosten unter der Verwendung einer öffentlichen Bürgschaft

Die öffentlichen Bürgschaften können für die Finanzierung von Markteinführungskosten nur im Rahmen der Umlaufmittelfinanzierung eingesetzt werden. Eine einzelne Förderung von Markteinführungskosten ist nicht vorgesehen. Die Höhe der öffentlichen Bürgschaft liegt bei 33 bis 60 Prozent der Gesamtkosten im Umlaufvermögen. Die öffentliche Bürgschaft wird gegenüber einer Bank erklärt.

[Zurück]

© WABECO Subventionslotse® der Valea Unternehmensberatung BDU
Reiskirchen ☎ 0800-0-922326 - Internet: http://www.wabeco.de

Zusammenfassung

- Die Förderung der Markterschliessungskosten erfolgt als Investition im Rahmen von Gründungen und bei neu entwickelten Produkten.
- Zu den Markteinführungskosten gehören alle mittelbar und unmittelbar mit einem direkten Kundenkontakt verbundene Kosten der Markteinführung.
- Eine Bezuschussung ist im Rahmen der Beratungsförderung möglich.
- Reichen Eigenkapital und die zusätzlich verfügbaren Sicherheiten nicht aus, kann die Finanzierung durch Nachrangdarlehen und/oder Sicherheitenersatz ergänzt werden. Dadurch wird die Finanzierung teurer, aber oftmals erst möglich. (Nachrangdarlehen bis 60 % und Sicherheitenersatz bis 80 % der Markterschliessungskosten.)
- Sollen das Eigenkapital oder insgesamt die selbsthaftenden Mittel in der Bilanz des Unternehmens ausgeweitet werden, ist eine öffentliche Beteiligungen möglich. Zur Nutzung dieser Förderungen sind Bedingungen zu erfüllen. (Öffentliche Beteiligungen bis 100 % der Investitionssumme bei gleich hohem bilanziellem Eigenkapital)

Diese Übersicht soll Ihnen helfen die Möglichkeiten der Förderung schnell zu erfassen. Die farbliche Unterlegung erfolgt nach Ampelfarben.

Übersicht Förderung von Markterschließungskosten						
Wer-tung	**Förderart**	**Fördervolumen i.B.z. Investvol.**	**Sicher-heiten**	**Kosten**	**KD5**	**KD10**
0	Zuschuss	0 %	Keine	Keine	Keiner	Keiner
0	Eigenkapitalersatz	30 bis 40 %	Keine	Mittel	Keiner	Gering
+	Nachrangdarlehen	40 bis 50 %	Keine	Mittel	Keiner	Hoch
+	Öffentliche Beteiligung	100 % (wenn EK mind. so groß)	Keine	Hoch	Mittel	Mittel Endfällig
0	Förderdarlehen mit Haftungsfreistellung	40 bis 100 % bei 40 bis 90 % Hf	Teilweise	Gering	Hoch	Hoch
0	Zinsgünstige Darlehen	Bis 100 %	Voll	Gering	Hoch	Hoch
0	Sicherheitenersatz	50 bis 80 %	Keine	Mittel	Gering	Gering

(Legende:
(+) = Einfach mögliche Förderung, (0) = Förderung unter Bedingungen möglich, (-) = Keine Förderung möglich
EK = Eigenkapital, Hf = Haftungsfreistellung, i.B.z. Investvol. = in Bezug zum Investitionsvolumen, KD5 = Kapitaldienst in den ersten fünf Jahren; KD10 = Kapitaldienst in den ersten zehn Jahren)

[Zurück]

© WABECO Subventionslotse® der Valea Unternehmensberatung BDU
Reiskirchen ☎ 0800-0-922326 - Internet: http://www.wabeco.de

Weitere Informationen und Hilfen zu Fördermitteln

Kostenlose Fördermittelprüfung:
http://www.wabeco.de/kostenloseFoerdermittelpruefung.aspx

Auf der Basis von Unterlagen, die Sie am Bildschirm oder mit der Hand ausfüllen können, wird binnen drei Werktagen ermittelt, wie hoch welche Förderung sein kann. Die Antwort ist so genau, wie Ihre Angaben zu Ihrem Unternehmen und dem Vorhaben.

Fördermittel-Informations-Zentrum (FIZ):
http://www.foemiz.de

Im FIZ können Sie sich kostenlos anmelden und danach Einstellungen vornehmen, die Ihnen automatisch aktuelle Informationen zu den von Ihnen gewünschten Themen bereit stellt. Sie können auch individuelle Anfragen starten. Daneben gibt es zahlreiche Hilfsmittel, mit denen Sie online die Förderbarkeit prüfen können.

Online Finanzierungsprüfung:
http://www.impulse.de/gruenderzeit/finanzen/foerdermittel/:Finanzierungs-Finder--So-finden-Sie-geeignete-Foerdermittel/1004171.html

Mit der Beantwortung von 19 Fragen (Sie wählen aus jeweils vier Kategorien aus) werden die im Mittelstand üblichen 17 Finanzierungsarten auf ihre Machbarkeit überprüft. Das Ergebnis ist direkt online ablesbar und nach Ampelfarben sortiert. Die grünen gehen immer. Für die gelben müssen Sie Bedingungen erfüllen und die roten gehen nicht. Diese Aussage ist empirisch richtig, die individuelle Prüfung ersetzt sie nicht. Sie wissen in jedem Fall, wo Sie stehen.

[Zurück]

Verantwortlich für diesen Artikel:

Redaktion DER Subventionslotse (http://www.subventionslotse.de)
Jahrgang 2011, 17. Jg. , ISSN 1610-8108

Herr Dipl.-Wirtsch.-Ing. Michael D. G. Wandt

VALEA Unternehmensberatung BDU
Dipl.-Kffr. Christina Parr CMC/BDU

Am Biengarten 7 in 35447 Reiskirchen

Telefon +49-6401-22310-71
Telefax +49-6401-22310-77
Email info@wabeco.de

© WABECO Subventionslotse® der Valea Unternehmensberatung BDU
Reiskirchen ☎ 0800-0-922326 - Internet: http://www.wabeco.de