

Gründen – kurz und knapp

Handel

Wenn Sie sich mit einem Handelsgeschäft selbstständig machen möchten, stehen Ihnen verschiedene Wege offen: Zunächst einmal können Sie – je nachdem, was Sie anbieten und welche Zielgruppe Sie erreichen möchten – online starten oder ein stationäres Geschäft vor Ort eröffnen – oder beides. „Online“ steht dabei sowohl für den eigenen Online-Shop, aber auch für Online-Plattformen oder Social Shopping. Dabei muss man beachten, dass die unterschiedlichen Vertriebskanäle immer stärker miteinander interagieren, sowohl in der Kommunikation als auch im Absatz. Das gilt insbesondere für den stationären Handel, denn mit einem Geschäft vor Ort müssen Sie immer auch alle digitalen Möglichkeiten ausschöpfen, die zur Steigerung Ihrer Sichtbarkeit und Ihres Absatzes beitragen können. Des Weiteren sollten Sie überlegen, ob Sie mit einer eigenen Geschäftsidee an den Start gehen. Eine Alternative bietet die Übernahme eines bestehenden Geschäfts. Oder Sie setzen als Franchisenehmerin oder Franchisenehmer ein bereits erprobtes Geschäftskonzept um.

Eigene Idee, Franchise oder Nachfolge?

Jeder der drei Wege zu einem eigenen Einzelhandelsgeschäft ist mit Vorteilen und Herausforderungen verbunden. Sollten Sie sich noch nicht sicher sein, welchen Weg Sie einschlagen möchten, lassen Sie sich von Ihrer Industrie- und Handelskammer oder Ihrem zuständigen Handelsverband vor Ort beraten, und nutzen Sie die Gründungsnetzwerke in Ihrer Region. Einen kurzen Einblick in die wichtigsten Unterschiede erhalten Sie hier:

Eigene Idee: Wenn Sie Ihr Handelsgeschäft mit einer eigenen Idee starten möchten, können Sie es frei nach Ihren Vorstellungen gestalten. Sie können Entscheidungen treffen, die Ihren Zielen und Werten entsprechen. Allerdings ist damit auch meist ein höheres Risiko verbunden, da Sie Ihr Geschäft, dessen Bekanntheitsgrad und Kundenstamm erst aufbauen müssen. Das kostet Zeit, Ressourcen und Kapital.

Franchise: Beim Franchising übernehmen Sie ein Geschäftsmodell, das sich bereits am Markt etabliert hat. Die Marke ist in der Regel bekannt; die Betriebsabläufe stehen fest. Franchisegeber bieten in der Regel Unterstützung in Bereichen wie Standortwahl, Marketing, Betriebsführung und Schulung an. Aber: Franchisegeber setzen den unternehmerischen Gestaltungsmöglichkeiten meist Grenzen und verlangen Gebühren sowie einen Investitionsbetrag.

Unternehmensnachfolge: Wenn Sie die Nachfolge in einem bestehenden Einzelhandelsgeschäft antreten, übernehmen Sie damit den Kundenkreis, das Personal, die Lieferanten sowie bewährte Betriebsabläufe. Sie erzielen vom ersten Tag an Umsätze, bauen auf einer bestehenden Grundlage auf und entwickeln das Geschäft weiter. Die Bewertung des Unternehmens und die Finanzierung des Kaufpreises können jedoch herausfordernd sein.

Gut zu wissen:

i Wer ein Handelsunternehmen gründen möchte, muss nach dem Gewerberecht in aller Regel keine besonderen Qualifikationen nachweisen. Ausnahmen sind z.B. der Handel mit Waffen, mit freiverkäuflichen Arzneimitteln oder bestimmten Tieren: Hier müssen Gründerinnen und Gründer je nachdem die persönliche Zuverlässigkeit sowie sachliche und/oder fachliche Voraussetzungen mitbringen und gegenüber der Industrie- und Handelskammer nachweisen.

Ebenso wichtig ist es, sich auch mit den rechtlichen und operativen Hürden im Handel intensiv zu beschäftigen: Dazu gehören u.a. Themen wie Arbeitsrecht, Kauf- und Gewährleistungsrecht, Datenschutz, Wettbewerbsrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht. Insbesondere im stationären Handel müssen Sie sich auch mit den lokalen ordnungsbehördlichen Bestimmungen vertraut machen, zum Beispiel, wenn es um die Fragen der Öffnungszeiten oder dem Anbringen eines Werbeschildes geht.

Weitere Informationen:

BMWK-Existenzgründungsportal

Franchising

➔ www.existenzgruendungsportal.de → So geht's → Gründungsvarianten → Franchising

<https://www.existenzgruendungsportal.de/Navigation/DE/So-gehts/Gruendungsvarianten/gruendungsvarianten.html>

BMWK/KfW

nexxt-change Unternehmensbörse

Unternehmensnachfolge planen

➔ www.nexxt-change.org → Informieren

<https://www.nexxt-change.org/DE/Service/Medien-Tools/inhalt.html>

Handelsverband Deutschland – HDE e.V. (eingetragener Verein)

Landes-, Regional-, und Bundesfachverbände

➔ www.einzelhandel.de → **Der Verband**

<https://einzelhandel.de/derverband/landes-,regional-,und-bundesfachverb%C3%A4nde>

Industrie- und Handelskammer

IHK vor Ort finden

➔ www.ihk.de

<https://www.ihk.de/>

Ob offline oder online: Darauf kommt es an

Die folgenden To Dos gelten sowohl für die Gründung eines stationären Handelsgeschäfts als auch für die Gründung eines Onlineshops:

Marktanalyse: Welcher Kundenkreis könnte sich für Ihr Angebot interessieren? Welche Ansprüche stellen Ihre Zielgruppen an Ihr Geschäft und Ihr Sortiment? Womit können Sie sich von Ihren Wettbewerbern unterscheiden? Sie müssen Ihren Markt so gut wie es nur geht kennenlernen, um Ihr Geschäftsmodell so kundenorientiert wie möglich aufzubauen. Unerlässlich dafür sind Befragungen (potenzieller) Kundinnen und Kunden. Wie Sie dabei am besten vorgehen, erfahren Sie zum Beispiel bei Ihrem Fachverband und der Industrie- und Handelskammer vor Ort.

Businessplan: Erstellen Sie einen detaillierten Businessplan, der Ihre Geschäftsziele, Zielgruppe, Wettbewerbsanalyse, Marketingstrategien, Finanzprognosen und Betriebsabläufe umfasst.

Kostengünstige und effektive Beschaffung: Handel definiert sich am einfachsten über den Kauf und Verkauf von Ware. Eine effiziente Warenbeschaffung (Einkauf), automatisierte Logistikprozesse und eine digitale Warenwirtschaft mit Schnittstellen zu allen Vertriebskanälen sind die Basis für den Erfolg.

Digitalisierung: Beschäftigen Sie sich auf alle Fälle bereits während Ihrer Gründungsvorbereitungen mit allen Prozessen, die in Ihrem Handelsgeschäft auftreten und überlegen Sie, welche Sie davon von Anfang an digitalisieren können. Das kann zum Beispiel das Abfallmanagement, die Personaleinsatzplanung oder auch die Warenwirtschaft betreffen. Für alle Bereiche sind am Markt für den Handel spezielle Tools/Systeme verfügbar – meist auch cloudbasiert und somit auch von der Kostenseite her planbarer. Auch der Einsatz von KI spielt inzwischen eine große Rolle. Dadurch können viele Prozesse noch effizienter gestaltet werden.

Nachhaltigkeit: Das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden wird immer nachhaltiger: Einerseits wird bewusst auf Konsum verzichtet, was sich auch auf Ordervolumina im Handel auswirkt, andererseits geht es um mehr Transparenz in der Lieferkette (z.B. Fairtrade), nachhaltigere Sortimente (z.B. Bio- oder Recyclingprodukte, Second Hand) und Kommunikation. Mehrwerte und Services gehören genauso dazu: Repair, Recycle und Re-use sind hier die Schlagworte.

Weitere Informationen:

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

Dialogplattform Einzelhandel

➔ www.bmwk.de → Menü → Themen → **Digitale Welt und Innovation** → **Mittelstand digitalisieren**

<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Dossier/dialogplattform-einzelhandel.html>

Mittelstand-Digital Zentrum Handel

➔ www.digitalzentrumhandel.de

<https://digitalzentrumhandel.de/>

Enterprise Europe Network

Nachhaltigkeit u.a.

➔ www.een-deutschland.de

<https://een-deutschland.de/>

Handel.digital Hessen

➔ www.handel.digital

<https://www.handel.digital/>

Handelsverband Deutschland – HDE e.V.

Klimaschutzoffensive des Handels

➔ www.hde-klimaschutzoffensive.de

<https://www.hde-klimaschutzoffensive.de/de/start>

Konsummonitor Nachhaltigkeit: „Reduce, Reuse, Repair und Recycle“

➔ www.einzelhandel.de/nachhaltigkeit-monitor

<https://einzelhandel.de/derverband/landes-,regional-,und-bundesfachverb%C3%A4nde>

Handelsverband Nordrhein-Westfalen

Digital Coach NRW

➔ www.digitalcoachnrw.de

<https://www.digitalcoachnrw.de/>

Kompetenzplattform Künstliche Intelligenz Nordrhein-Westfalen

KI NRW

➔ www.ki.nrw

<https://www.ki.nrw/>

RKW Kompetenzzentrum

Digitalisierung

➔ www.rkw-kompetenzzentrum.de → Themen → **Digitalisierung**

<https://www.rkw-kompetenzzentrum.de/themen/digitalisierung/>

To Dos für die Gründung eines stationären Handelsgeschäfts (Auswahl)

Standortwahl: Die Lage Ihres Geschäfts ist entscheidend für den Erfolg. Wählen Sie einen Standort mit ausreichendem und passendem Kundenverkehr, guter Sichtbarkeit, guter Erreichbarkeit.

Rechtliche Aspekte: Informieren Sie sich über die rechtlichen Anforderungen für den Betrieb eines stationären Handelsgeschäfts, einschließlich Gewerbeanmeldung, Steuern, Mietverträge, Versicherungen und gesetzliche Vorschriften.

Finanzierung: Überprüfen Sie Ihre finanzielle Situation und erstellen Sie einen Finanzierungsplan. Berücksichtigen Sie dabei die Kosten für Miete, Einrichtung, Personal, Marketing und laufende Betriebsausgaben.

Einrichtung und Design: Gestalten Sie Ihr Geschäft ansprechend und funktional, um eine angenehme Einkaufsumgebung zu schaffen.

Marketing: Entwerfen Sie eine Marketingstrategie, um Ihr Geschäft bekannt zu machen. Nutzen Sie lokale Werbemöglichkeiten, digitale Medien, Veranstaltungen, Sonderaktionen und Mundpropaganda, um Ihre Zielgruppe zu erreichen.

Kundenservice: Überlegen Sie, welchen Kundenservice Sie anbieten können, um Ihre Kundinnen und Kunden zu binden und positive Mundpropaganda zu fördern. Stellen Sie die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt Ihres unternehmerischen Handelns. Denkbare Serviceleistungen sind zum Beispiel Transport- und Montage, Schulungen (bei technischen Geräten), Leihgeräte usw. (und so weiter)

To Dos für die Gründung eines Onlineshops (Auswahl):

Produktauswahl: Überlegen Sie, ob bzw. welche Ihrer Produkte für den Onlinevertrieb geeignet sind.

Plattformauswahl: Erkundigen Sie sich nach einer (oder mehreren) geeigneten E-Commerce-Plattformen, auf denen Sie ihre Produkte zum Verkauf anbieten können. Die Betreiber der Plattformen bieten Softwarelösungen an, mit denen Sie Ihren Online-Shop aufbauen und betreiben können.

Attraktiv und nutzerorientiert: Gestalten Sie Ihren Onlineshop ansprechend und benutzerfreundlich. Achten Sie auf ein intuitives Design, klare Navigation, hochwertige Produktbilder und detaillierte Produktbeschreibungen.

Rechtliche Aspekte: Informieren Sie sich zum Beispiel bei Ihrer Industrie- und Handelskammer über die rechtlichen Anforderungen für den Betrieb eines Onlineshops. Dazu gehören die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), das Telemediengesetz u.a.

Zahlungsabwicklung und Sicherheit: Bieten Sie sichere Zahlungsmethoden und effektive Datenschutzmaßnahmen an, um die sensiblen Kundendaten zu schützen. Auch hierfür gelten gesetzliche Vorschriften, die Sie beachten müssen.

Versand: Bauen Sie ein Logistik- und Versandsystem auf, das Bestellungen schnell und zuverlässig bearbeitet. Achten Sie dabei auf Versandkosten, Lieferzeiten, Zuverlässigkeit der Versandpartner und Retourenabwicklung.

Marketing: Entwerfen Sie eine Marketingstrategie, um Traffic auf Ihren Onlineshop zu lenken und Kunden zu gewinnen. Nutzen Sie die Möglichkeiten der Suchmaschinenoptimierung (SEO), Social Media, Content-Marketing, E-Mail-Marketing und andere Kanäle, um die Reichweite Ihres Unternehmens zu erhöhen. Überprüfen Sie die Leistung Ihres Onlineshops mithilfe von Analysetools.



! Nutzen Sie in jedem Fall die Online-Informationen und Beratungsangebote der Industrie- und Handelskammern sowie Ihres zuständigen Fachverbandes.

Weitere Informationen:

Mittelstand-Digital Zentrum Handel

➔ www.digitalzentrumhandel.de

<https://digitalzentrumhandel.de/>

BMWK-Existenzgründungsportal

So geht's (Businessplan, Finanzierung, Versicherungen u.a.)

➔ www.existenzgruendungsportal.de → So geht's

<https://www.existenzgruendungsportal.de/Navigation/DE/Home/home.html>

Industrie- und Handelskammer

IHK vor Ort

➔ www.ihk.de

<https://www.ihk.de/>

Handelsverband Deutschland

Landes-, Regional-, und Bundesfachverbände

➔ www.einzelhandel.de → Der Verband

<https://einzelhandel.de/derverband/landes-,,-regional-,,-und-bundesfachverb%C3%A4nde>

Stets Hand in Hand: analog und digital

Nutzen Sie alle Möglichkeiten, um ihre analogen und digitalen Vertriebs- und Kommunikationskanäle zu vernetzen und entwickeln Sie eine sog. Cross-Channel-Strategie. Ihre Kundinnen und Kunden sollen dadurch in die Lage versetzt werden, nahtlos zwischen den verschiedenen sog. Touchpoints Ihres Unternehmens zu wechseln. Als Touchpoints bezeichnet man all die Gelegenheiten, Anlässe oder Dinge, bei denen Ihre Kundinnen und Kunden mit Ihrem Unternehmen in Kontakt kommen.

Beispiele dafür sind das Geschäft vor Ort, ein Messestand, Flyer, Hotlines oder auch Ihre Unternehmenswebsite, Social-Media-Auftritte, das Anzeigen Ihres Unternehmensnamens in Suchmaschinen, außerdem Videoberatungen auf Ihrer Website, Produktbewertungen usw. Überlegen Sie, welche Touchpoints für Ihr Unternehmen in Frage kommen und erarbeiten Sie ein einheitliches Unternehmensbild.

Nutzen Sie die Vorteile der Digitalisierung nicht nur für Vertrieb und Kommunikation, sondern für möglichst viele betriebliche Abläufe. Investieren Sie von Anfang an in digitale Anwendungen, um wettbewerbsfähig zu werden und zu bleiben. Digitale Tools und Systeme können zum Beispiel dazu beitragen, Prozesse im Einzelhandel zu automatisieren, den Bestandsmanagement zu optimieren, die Logistik zu verbessern und die betriebliche Effizienz zu steigern. Durch die Erfassung und Analyse von Kunden-, Produkt-, Verkaufs- und Marketingdaten erhalten Sie eine umfassende Grundlage, um immer wieder Entscheidungen zu treffen, die Ihr Unternehmen auf Kurs zu halten.

Lassen Sie sich dazu ausführlich von Ihrer Industrie- und Handelskammer und/oder Ihrem Fachverband beraten.

Weitere Informationen:

Mittelstand-Digital Zentrum Handel

➔ www.digitalzentrumhandel.de

<https://digitalzentrumhandel.de/>

Industrie- und Handelskammer

IHK vor Ort

➔ www.ihk.de

<https://www.ihk.de/>

Handelsverband Deutschland

Landes-, Regional-, und Bundesfachverbände

➔ www.einzelhandel.de → **Der Verband**

<https://einzelhandel.de/derverband/landes-,regional-,und-bundesfachverb%C3%A4nde>

Mit freundlicher Unterstützung des Handelsverbandes Hessen e.V. (eingetragener Verein)

Impressum

Copyright: Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

Diese Texte stehen unter einer Creative Commons Namensnennung | Keine Bearbeitung 3.0 Deutschland Lizenz.

Quelle: <https://www.existenzgruendungsportal.de/gruenden-kurz-und-knapp/handel> Abrufdatum: 12.08.2024