

ANTJE VOLLMER

CAMPRENEUR

**Existenzgründerwissen für
zukünftige
Campingplatz-Betreiber*innen**



KONZEPT

KNOW HOW

BUSINESSPLAN

in 11 Schritten

Campreneur

*Existenzgründerwissen für
zukünftige
Campingplatz-Betreiber*innen*

© 2021 Antje Vollmer

Autor: Antje Vollmer

Cover, Grafiken und Illustrationen: Antje Vollmer

Bildnachweis: Nutzungslizenz für Grafikdesigntool CANVA inklusive Stockfotos wurde erworben

Lektorat, Korrektorat: Heidi Vollmer

Verlag & Druck: tredition GmbH, Halenreihe 40-44, 22359 Hamburg

ISBN:

978-3-347-26269-0 (Paperback)

978-3-347-26271-3 (e-Book)

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Hinweise der Autorin

Geschlechtergerechte Formulierungen vs. Lesbarkeit

Aufgrund der besseren Lesbarkeit verzichte ich bei der Nennung von unbekanntem dritten Personen darauf, sowohl die männliche als auch die weibliche Form zu verwenden. Lediglich die Personen, die in den Ausführungen persönlich angesprochen werden oder mir persönlich bekannt sind, werden unter Berücksichtigung der Geschlechtergerechtigkeit angesprochen, benannt und beschrieben.

Wird in einem Sachverhalt die Funktion einer unbekanntem Person beschrieben, verwende ich aus Gründen der besseren Lesbarkeit und der Schreibökonomie die männliche Form. Bezeichnungen wie Gründer, Berater, Mentor, Sachverständiger, Entscheidungsträger, Manager, Prüfer, Touristiker usw. beziehen sich in meinen Darstellungen in erster Linie auf die Tätigkeiten der damit verbundenen (unbekanntem) Person. Deshalb, und aus den zuvor genannten Gründen, führe ich für diese Personen nicht die Nennung beider Geschlechter auf.

Quellen der Inhalte

Entgegen eines klassischen Sachbuches beruhen die Inhalte dieses Buches zum überwiegenden Teil nicht auf recherchierbaren und zitierfähigen Quellen wie Büchern, Publikationen oder Studien. Die hier zusammengetragenen Inhalte und Lektionen sind das Ergebnis meiner persönlichen Ausbildung und Erfahrungen, die ich entweder selbst gemacht habe oder die mir von anderen zugetragen wurden.

Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Inhalte

Die Gründung eines Campingbetriebs ist eine individuelle Angelegenheit, die sehr vom Einzelfall abhängt. Dieses Buch kann und soll keine fundierte und umfassende Beratung ersetzen. Es soll lediglich ein Grundwissen über die verschiedenen Themenbereiche vermitteln sowie Anregungen und Ideen liefern. Die Inhalte wurden von mir nach bestem Wissen und Gewissen zusammengetragen und recherchiert. Sie resultieren aus meinen Ausbildungen und meinen Erfahrungen. Es sind demnach keine wissenschaftlichen Erhebungen, die sich entsprechend belegen und zitieren lassen. Des Weiteren weise ich darauf hin, dass ich weder befugt noch berechtigt bin, Rechtsberatung oder Steuerberatung durchzuführen. Wenn ich in diesem Buch zu etwas rate oder den Leser*innen Empfehlungen ausspreche, handelt es sich dabei lediglich um meine persönliche Meinung.

Antje Vollmer

Inhaltsverzeichnis

Prolog: Warum schreibe ich dieses Buch?

1. Schritt: Du und Dein Projekt – Das Epizentrum Deines Business

- 1.1. Motivation
- 1.2. Vision und Mission
- 1.3. Positionierung
- 1.4. Elevator Pitch
- 1.5. Fazit :

2.Schritt: Deine Gäste und Zielgruppen

- 2.1. Der touristische Markt und seine Besonderheiten
- 2.2. Dauercamping, Saisoncamping und Touristikcamping
- 2.3. Feldstudie Touristikcamper
- 2.4. Unkonventionelle Touristikcamper – Deine individuelle Marktlücke
- 2.5. Visualisierung Deiner Zielgruppen durch Visionboard und Kundenavatar
- 2.6. Fazit

3.Schritt: Der Standort – das Urlaubsziel der Gäste

- 3.1. Abstimmung zwischen Standort und Angebot
- 3.2. Tourismusstrategie
- 3.3. Fazit:
- 3.4. Interview mit Christina Bauer

4.Schritt: Mit den 7 P zu Deinem Konzept für den Marktauftritt 1

- 4.1. # 1 Product (Produktpolitik) : Dein Angebot an den Markt
- 4.2. # 2 Price (Preispolitik): Dein Preis – mehr als nur ein Wert
- 4.3. # 3 Placement (Vertriebspolitik): Verfügbarkeit Deines Angebots
- 4.4. # 4 Promotion (Vermarktung): Deine Werbestrategie
- 4.5. # 5 Personell (Personalpolitik): Gutes Personal finden und binden
- 4.6. # 6 Process (Prozesspolitik): Die Glieder Deiner Dienstleistungskette
- 4.7. # 7 Physical facilities (Ausstattungspolitik): Botschaften für die Sinne
- 4.8. Abschluss des ersten Teils: Dein druckreifes Konzept!
- 4.9. Interview mit Hannes Müller

5.Schritt: Basiswissen Existenzgründung

- 5.1. Rechtsformen

5.2. Steuern

5.3. Sonstige Abgaben

5.4. Versicherungen

5.5. Persönliche Absicherung

6. Schritt: Finanzierung

6.1. Wertermittlung

6.2. Beleihungswert

6.3. Sicherheiten

6.4. Marktfolge, Rating und Bewertung Deiner Kreditwürdigkeit

6.5. Eigenkapitalanteil und Kaufnebenkosten

6.6. Laufzeiten und Lebensalter

6.7. Fördermittel

6.8. Weitere Finanzierungshilfen

6.9. Fazit:

7. Schritt: Rechnungswesen und betriebswirtschaftliche Kalkulation

7.1. Kalkulation der Einnahmen

7.2. Kalkulation der Ausgaben

7.3. Kalkulation der Wirtschaftlichkeit

7.4. Deckungsbeitragsrechnung und Preiskalkulation

7.5. Liquiditätsplanung

7.6. Fazit :

8.Schritt: Recht und Gesetz für für Campingbetriebe – ein Potpourri der Fallstricke

8.1. Konzession

8.2. Natur- und Landschaftsschutz

8.3. Wasser- und Hochwasserschutz

8.4. Brandschutz

8.5. Bau und Planungsrecht

8.6. Interview mit Imke Trebert

8.7. Weitere Stolperfallen ;

8.8. Fazit:

9.Schritt: Investitions- und Kapitalbedarfsplan

9.1. Investitionsplan

9.2. Betriebsmittel- und Liquiditätsplanung

9.3. Bürgschaften (Avale)

10.Schritt: Businessplan – Vorbereitung, Inhalte und Anlagen

10.1. Statistiken und andere Erhebungen

10.2. Finanzierungskonzept

10.3. Erfolgsrechnung

10.4. Lichtbildmappe

10.5. Weitere Unterlagen

10.6. Sicherheiten

10.7. Maßnahmen für Controlling und Liquiditätsplanung

11. Schritt: Businessplan schreiben – Vorschlag für Inhalt und Strukturierung

11.1. Einleitung, Zusammenfassung (Executive Summary)

11.2. Geschäftsmodell

11.3. Standortanalyse

11.4. Konkurrenz und Wettbewerb

11.5. Marketing und Vertrieb

11.6. Personaleinsatz

11.7. Ziele und Investitionen

11.8. Exkurs SWOT-Analyse

11.9. Finanzplanung

Schlusswort und Dank

Über die Autorin

Prolog: Warum schreibe ich dieses Buch?

Die Antwort darauf, warum ich dieses Buch schreibe, ist so einfach wie banal:

Ich habe bis jetzt kein Medium gefunden, um sich schnell, effizient und kostengünstig das Basiswissen für die Existenzgründung eines Campingplatzes in Eigenregie anzueignen. Es wurde also höchste Zeit, dass jemand solch ein Medium erstellt. Und da mir bis jetzt noch kein anderer bekannt ist, der das gemacht hat, habe ich mich daran gesetzt und es getan.

Kurzes Blitzlicht auf die Branche und die Akteure

Die Campingbranche ist aus ihrem Dornröschenschlaf erwacht und seit mehreren Jahren bereits in einem sehr dynamischen Umbruch. Mittlerweile gibt es immer mehr professionelle Unternehmensberater, die sich auf Campingplätze und Ferienparks spezialisiert haben und darüber hinaus bei der Existenzgründung behilflich sind. Jeder Gründer sollte die

Grundlagen dieser Branche kennen. Doch die scheinen mir irgendwo im Unergründlichen verborgen. Ich erlebe immer wieder engagierte Gründer, die das Gleiche erleben, was ich damals erlebt habe: Sie sehen den Wald vor lauter Bäumen nicht, wissen nicht, wo sie anfangen sollen und fallen immer wieder über die gleichen branchenspezifischen Fallstricke.

Was macht eine Gründung in dieser Branche so besonders?

Die Gründung eines Campingbetriebs ist eine sehr individuelle Angelegenheit. Dies beginnt schon mit der Betriebsstätte Campingplatz als Sonderimmobilie. Nur wenige Immobilienmakler und Unternehmensberater kennen sich mit den Eigenschaften und den damit verbundenen Rechten und Pflichten zum Betrieb einer solchen Sonderimmobilie aus. Zudem ergeben sich viele der Rechte und Pflichten aus Gesetzen der einzelnen Bundesländer und kommunalen Rechtsnormen, so dass es nahezu unmöglich ist, einheitliche Planungs- und Handlungsempfehlungen zu schaffen.

Auch wenn die eigentliche Gründung immer ein Zusammenspiel aus verschiedenen individuellen Komponenten ist, gibt es dennoch viele Dinge und Überlegungen, die bereits im Voraus getätigt werden können. Mit diesem Buch möchte ich allgemeines Existenzgründerwissen und Betriebswirtschaftslehre für das Campingbusiness zielgerecht aufbereiten sowie mein aufwendig erlangtes Wissen teilen und weiter geben.

Meine Odyssee durch den Gründungsdschungel

Ich habe mich seinerzeit 2015 entschlossen, als Quereinsteigerin mein eigenes Campingunternehmen zu gründen. Dazu habe ich viel gelesen, zahlreiche Seminare und Veranstaltungen für Existenzgründer besucht, ein Fernstudium zur Tourismusbetriebswirtin erfolgreich abgeschlossen, sowie eine Ausbildung zum Camping- und Ferienparkmanager gemacht, Unternehmensberatung in Anspruch genommen und mir ein Netzwerk in der Campingbranche aufgebaut. Ich habe aber auch viele Umwege gemacht und bin in Sackgassen gelandet. Ich habe Lehrgeld gezahlt und bin über viele der berühmt berüchtigten Fallstricke gefallen.

Vier ernsthafte Anläufe, das passende Objekt zu erwerben habe ich bis jetzt hinter mir. Bis zu den letzten Planungsschritten, bei denen das finale Bankgespräch und der Kauf des jeweiligen Objektes in Sichtweite war, war es ein sehr langer, harter und steiniger Weg. Wurde es konkret, musste alles immer ganz schnell gehen und am besten noch gestern unter Dach und Fach gebracht werden: Konzept, Businessplan, Investitionsplan, Finanzierung, die Aussicht auf Genehmigungen und Konzessionen seitens der Behörden und vieles mehr. Es war immer wieder enorm herausfordernd, das alles in der kurzen Zeit bereit zu stellen und aussagekräftig den jeweiligen Institutionen zu präsentieren.

Meine Projekte scheiterten an mindestens einer der typischen Hürden, die wohl jeder Campingplatzbetreiber zu genüge kennt:

1. Zu geringer Eigenkapitalanteil

2. Behördliche Einschränkungen zu Lasten der Ertrags- und Innovationskraft

3. Langwierigkeit von Genehmigungsverfahren

Eine etwas andere Geschichte von Vision und Mission

Das Positive an meinen vier Anläufen war, dass sich bei mir der Trainingseffekt einstellte. Die von einem Projekt gewonnenen Erkenntnisse konnte ich wieder beim Nächsten anwenden. Ich wurde immer professioneller im Auftreten und Vorstellen meines Anliegens. Ich wusste, was wichtig war, wen ich fragen musste, konnte viele Schritte abkürzen oder manche Objekte schon im Voraus für mich ausschließen. Brauchte ich für meinen ersten Businessplan und die Ausformulierung meines Konzeptes noch Monate, so brauchte ich für einen stark vereinfachten, verkürzten, aber aussagekräftigen Businessplan für das vierte Projekt nur wenige Tage.

Mein Weg durch den Gründungsdschungel hat mich sehr viel Zeit, Geld und Nerven gekostet. Ich habe viele Enttäuschungen erlebt, die ich mir hätte ersparen können, wenn ich damals das Wissen von heute gehabt hätte. Da dieses Wissen nicht für jeden so ohne Weiteres zugänglich ist, wüsste ich auch heute zum jetzigen Zeitpunkt nicht, wie man es als Quereinsteiger*in anders machen könnte. Nur durch Gespräche mit Experten, Insidern und Entscheidungsträgern kam ich an die wichtigen Informationen. Diese Personen brauchten natürlich einen Anlass, um sich

mit mir und meinem Anliegen zu beschäftigen. Diese Anlässe waren bei den vier konkreten Projekten meine ernsthaften Kaufabsichten.

In Gesprächen mit Campingplatzbetreibern und anderen interessierten Gründern stellte ich fest, dass es immer die gleichen Themen und Herausforderungen sind, die das Business so speziell und an manchen Stellen so schwierig machen. Ich stellte mir immer wieder die Frage, warum es noch kein Massenmedium, wie z.B. ein Buch oder Onlinekurs, zur Vermittlung der Grundlagen für die Gründung eines Campingbetriebes gibt. Die Antwort auf meine Frage, warum diese Marktlücke noch keiner erschlossen hat, habe ich bis heute nicht bekommen. Wahrscheinlich liegt die Antwort irgendwo zwischen Komplexität, Föderalismus und Corona-Pandemie.

Statt dessen mache ich es jetzt und sehe es als meine Mission, anderen durch mein Wissen und meine Erfahrungen dabei zu helfen, ihren vorbereitenden Gründungsprozess abzukürzen oder überhaupt einen Anfang zu finden. Ähnlich wie Columbus, der einen Weg nach Indien gesucht hat und dabei Amerika entdeckt hat, betreibe ich heute keinen eigenen Campingplatz, sondern schreibe dieses Buch.

Was steckt in diesem Buch?

Aktuell stecken zum Jahreswechsel 2020/ 2021 in diesem Buch

- ***Fünfeinhalb Jahre Selbststudium zum Thema Existenzgründung und Business***

- ***Impressionen und Lektionen aus zahlreichen Seminaren und Veranstaltungen aus Gründerszene und Campingbranche***
- ***Inhalte (m)eines abgeschlossenen Studiums Tourismusbetriebswirt***
- ***Extrahiertes Fachwissen des Zertifikatslehrgangs Camping- & Ferien parkmanager***
- ***Ansätze aus dem Zertifikatslehrgangs Nachhaltiger Tourismus***
- ***über 20 Jahre Erfahrung als Camper/ Endkunde***
- ***Didaktik und Methodik aus über 20 Jahren Erfahrung in den Bereichen Fortbildung und Training***
- ***€ für Aus-, Fort- und Weiterbildung, sowie professionelle Beratung investiert habe***

Dieses Buch hätte meiner Meinung nach am besten schon gestern geschrieben sein müssen. Die Coronakrise hat den Campingmarkt noch einmal richtig befeuert und die Arbeitswelt kräftig durchgeschüttelt. Ich hoffe, dass es mir durch mein Buch gelingt, einigen Leser*innen viele Umwege und Sackgassen im Gründungsprozess ersparen.

Zum Buch und seinen Inhalten

Dieses Buch besteht aus drei Teilen. Im ersten und interaktiven Teil geht es um die Konzeption. Hier geht es um die Arbeit, die den künftigen Gründer*innen keiner abnehmen kann, die Konzepterstellung. Der zweite Teil ist theoretischer und beinhaltet das unternehmerische Know How,

einhergehend mit betriebswirtschaftlichen Kalkulationen, Informationen zu Rechtsformen, Steuern, Finanzierung sowie einigen rechtlichen Abhandlungen einhergehend mit der Thematisierung von branchenspezifischen Fallstricken im Gründungsprozess. Der dritte Teil ist kurzweilig und beinhaltet, unter Bezug auf die vorangegangenen Abhandlungen, Anleitungen, Tipps und Tricks für den Businessplan.

Wort an die Leser*innen

Liebe Leserin, lieber Leser,

unter Campern, und oft auch unter Touristikern, in ein herzliches DU die bevorzugte Anredeform. Deshalb, und weil dieses Buch für mich ein Herzensprojekt ist, verwende ich das DU als Anrede.

Ich kenne weder Dich persönlich, noch Deinen Ausbildungsstand. Es kann sein, dass Du einige Inhalte schon oft gehört hast und Dir dafür bei anderen mehr Tiefe wünschst. Ebenso ist es möglich, dass für Dich einige Inhalte zu oberflächlich behandelt werden und andere zu sehr in die Tiefe gehen. Deshalb empfehle ich Dir, das Buch erst einmal „quer zu lesen“ und Dich dann auf die Inhalte zu konzentrieren, die für Dich und Dein Projekt wichtig sind und selbst zu entscheiden, wie weit Du zu welchem Thema in die Tiefe gehen möchtest.

Herzlichst

Antje Vollmer

Erster Teil

Konzeption

1. Schritt: Du und Dein Projekt – Das Epizentrum Deines Business

In diesem Schritt geht es um die wichtigste Person für Dein Gründungsvorhaben: Um Dich! Du bist die Person, die einen unverwechselbaren Masterplan erarbeitet (hat) und diesen umsetzen will! Du bist die Person, die andere von Dir und Deinem Vorhaben überzeugen muss! Deshalb ist es enorm wichtig, Dich, Deine Stärken und Schwächen, Deine Wünsche und Abneigungen exakt, ungeschönt und kompromisslos zu kennen!

Wenn Du Dir darüber bewusst bist, was Du wirklich kannst und wirklich willst, generierst Du einen wahrhaftigen Brennglaseffekt: Alle Deine Ideen, Visionen, Talente und Fähigkeiten, die tagtäglich ungenutzt durch den Orbit schwirren, werden gebündelt und können so zu einer hoch effizienten Schöpfungsfabrik für Dein Konzept werden.

Auch wenn die nächsten Themenblöcke und Aufgaben ein wenig wie ein Coaching zum Thema Selbstfindung oder Persönlichkeitsentwicklung anmuten können, so sind sie enorm wichtig für Deinen weiteren Gründungsprozess. Die Frage nach dem WAS und WARUM wird sich wie ein roter Faden durch den ganzen Prozess ziehen. Sinnbildlich gesehen ist dieser erste Schritt das Fundament, auf das alles andere aufgebaut wird. Also Sorge für ein Fundament, auf das man langfristig bauen kann und welchem spontane Bauplanänderungen nichts anhaben können.

Die Gründerperson: Wer bist Du, was kannst Du und was willst Du?

1.1. Motivation

Lass uns direkt mit der ersten Aufgabe beginnen.

Aufgabe:

Halte inne und schreibe auf, warum Du das Projekt Campingplatz willst. Mach ein Brainstorming und schreibe alle Gedanken (seien sie auch noch zu komisch) auf. Am Besten in einer Art „Wilde Blattsammlung“ auf kleinen Zetteln, die Du wild durcheinander in einen Karton oder in eine Schüssel legst.

Anschließend sortierst Du mit einem ruhigen, analytischen Geist Deine Notizen nach Themen, legst die Zettel vor Dir aus und versuchst, die Themen in einen Zusammenhang zu bringen. Vielleicht fällt Dir eine kleine Geschichte, eine Art Lebensweisheit oder etwas anderes ein, was in wenigen Worten oder Sätzen Deine Motivation, warum Du dieses Projekt willst, ausdrückt.

Unser menschliches Gehirn liebt Geschichten. Geschichten überzeugen und bleiben unserem Gesprächspartner besser in Erinnerung als eine Aneinanderreihung von Informationen. Die Frage „Warum wollen Sie das machen?“ ist eine Frage, die Du mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit sehr häufig gestellt bekommen wirst. Wenn Du zur Zeit

einen Job hast, der Dir ein sicheres Einkommen gewährleistet, wirst Du diese Frage garantiert überzeugend beantworten müssen, denn Du hast was zu verlieren.

2016 suchte ich das Gespräch mit der Investitionsbank, da ich mich in Sachen Fördermöglichkeiten beraten lassen wollte. Ich hatte meinem Gesprächspartner zuvor schon Informationen zu mir und meinem Konzept geschickt. In seinem Büro schaute er mich kopfschüttelnd an, schlug die Hände über der Stirn zusammen und sagte: „Wissen Sie, was ich mich gefragt habe, als ich Ihre Ausführungen gelesen habe? Weiß die eigentlich, was die da tut??? Ihren Job als Beamtin aufzugeben....Für einen CAMPINGPLATZ??? Warum???“

Mein Gesprächspartner bat mich darum, ihm zu erzählen, warum ich unbedingt einen Campingplatz betreiben wollte. Ich glaube, ich habe irgendetwas alles und nichts sagendes erzählt. Schließlich ging es bei diesem Gespräch nicht um meine Befindlichkeiten oder darum, irgendjemandem meine Lebensgeschichte zu erzählen, sondern um Business.

Während ich noch darüber nachdachte, warum ich mich statt in einem Beratungsgespräch in einer Quizsendung befand, verschwand die Strenge aus dem Gesicht meines Gesprächspartners und er begann zu schmunzeln. Er sagte mir, dass ich diese Frage in Zukunft wohl sehr oft gestellt bekommen würde und daran arbeiten sollte, sie überzeugend zu beantworten. Er sagte, ein aus der Tiefe meines Herzens stammendes „Ich will es machen, weil ich da (O-Ton) 'richtig Bock' drauf habe!“ wäre eine überzeugendere Antwort.

Er hatte Recht. Ich wurde und werde sehr oft gefragt, warum ich mir so eine Arbeit „kaufen“ möchte...

1.1.1. Persönlichkeitsprofil

Deine Eigenschaften, Fähigkeiten und Talente sind das, was Du bereits jetzt in der Planungsphase kennen und einsetzen solltest. Das, was Du kannst und gerne tust, machst Du auch gut. Für etwas, wofür Du wirklich brennst, machst Du die ungewöhnlichsten Dinge und entwickelst erstaunliche Fähigkeiten. Etwas, was Dich brennend interessiert, lernst Du schnell und einfach. Dies sind die Dinge, die Dich, Dein Konzept, Deinen Businessplan und später auch Dein Unternehmen einzigartig machen. Du solltest also unbedingt wissen, worin Du richtig gut bist, was Du besser kannst als die meisten anderen und wo Deine Begabungen liegen. Es werden wahrscheinlich nicht die Dinge sein, für die Du Schulnoten, Zertifikate oder Urkunden bekommen hast. Dazu fällt mir ein wunderbares Zitat von Steve Jobs ein:

***Der einzige Weg, großartige
Arbeit zu leisten,
ist zu lieben, was man tut.***

[Steve Jobs, Gründer Apple Inc]

Dinge, die Du nicht gerne tust, werden Dir hingegen Stress machen. Dinge, für die Du Dich nicht interessierst oder deren Sinn sich für Dich nicht sofort erschließt, lernst Du nur sehr mühsam und vergisst sie sofort wieder. Im späteren Betrieb solltest Du folglich die Tätigkeiten ausführen, die Du selbst besonders gut kannst. Tätigkeiten, die Dir große Schwierigkeiten bereiten, solltest Du einem Profi übergeben. Ein Profi wird wahrscheinlich in viel kürzerer Zeit ein viel besseres Ergebnis erzielen. Zu erkennen, was Du selbst und gut umsetzen kannst und was Du abgeben solltest, ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Unternehmerperson.

Werde Dir der Dinge bewusst, die Du besonders gut kannst und die Dir bei der Umsetzung Deines Projektes eine individuelle Erfolgsposition bieten

können. Prüfe gleichzeitig, für welche Teile des Projektes Du frühzeitig in professionelle Hilfe investieren solltest.

1.1.2. Die drei unternehmerischen Pflichtkompetenzen

Es gibt drei Kompetenzen, die Du als Unternehmer*in einfach haben musst! Diese sind:

a. Fachkompetenz

b. Führungskompetenz

c. Kaufmännische Kompetenz

Diese drei Kompetenzen sind nicht nur Voraussetzungen für Deinen Erfolg als Unternehmer*in, sondern entscheiden auch maßgeblich über Deine Kreditwürdigkeit. Wenn Du auf eine Bankfinanzierung angewiesen bist, geht kein Weg daran vorbei, diese Kompetenzen unter Beweis zu stellen. Je höher der das Kreditvolumen, umso mehr bedarf es an Expertisen und Zertifikaten.

Aufgabe:

Leg Dir etwas zum Schreiben bereit, lies die folgenden Ausführungen zu den drei Pflichtkompetenzen, schalte Dein Leben auf 'repeat' und schreibe alles auf, was Du jemals in Zusammenhang mit diesen gemacht, geleistet und erreicht hast. Krame in Deinen Ordnern nach

Urkunden oder anderen Unterlagen, die Deine Expertise belegen können.

3 Pflichtkompetenzen für Unternehmer*innen



FACH KOMPETENZ	FÜHRUNGS-KOMPETENZ	KAUFMÄNNISCHE KOMPETENZ
Expertenwissen Expertise im Fachbereich	Organisieren Überblick behalten Zeitpläne erstellen Prioritäten setzen	Kalkulation Gewinn- & Verlustrechnung Rentabilität Liquidität
Erfahrungen & Referenzen Berufliche Positionen oder Arbeitsproben	Delegieren Anweisungen geben Erklären Profis engagieren	Money Mindset Unternehmerisch denken Zukunftsfähigkeit sichern
Alleinstellungsmerkmal Expertenwissen, Talente und Fähigkeiten	Abgeben/ Auslagern AM Unternehmen statt selbst und ständig IM Unternehmen arbeiten	Investoreneigenschaft Unternehmenswert langfristig steigern

Zu a) Fachkompetenz

Wie bei allen anderen Existenzgründungen solltest Du in Deinem Business einen Expertenstatus haben. Experte in einer Sache zu sein, bedeutet, dass

man mehr über die Sache weiß und die Sache besser kann als der Durchschnitt.

Da der Betrieb eines Campingplatzes vielerlei Fachbereiche beinhaltet und Campingplatzmanager kein anerkannter Lehrberuf ist, ist es wichtig, Dir Deines Expertenwissens in den verschiedenen Fachgebieten bewusst zu werden oder Dir welches zu erarbeiten.

Überleg mal, hast Du beispielsweise....

... in der Hotellerie gelernt und hast somit Expertenwissen in der Beherbergungsbranche ?

... eine Ausbildung als Touristiker*in und bist somit Fachkraft?

... selbst Urlaube in Zelt, Caravan oder Wohnmobil gemacht und hast eine Expertise für die Bedürfnisse der Kunden?

... auf dem Bau gearbeitet und hast eine Expertise für die Platzgestaltung?

... Freunde, Familie und Bekannte, die einen Campingplatz betreiben und hast Deine Expertise durch Gespräche und Freundschaftsdienste bekommen?

... noch andere Ideen, was Expertise für die Campingbranche bedeuten könnte?

Zu b) Führungskompetenz

Als Unternehmer*in solltest Du natürlich in der Lage sein, Dich, Dein Unternehmen und Deine Mitarbeiter zu führen. Doch was bedeutet Führung überhaupt?

Führung bedeutet nicht, andere die „Drecksarbeit“ machen zu lassen, während man die Karriereleiter nach oben steigt und sich auf Seminaren bei Drinks und Häppchen mit Fremdwörtern duelliert.

Führung bedeutet...

... einen Plan zu haben und Mittel zu finden, diesen Plan umzusetzen.

... Ziele derart zu formulieren, dass eine klare Vorstellung darüber existiert, wann welcher Zustand zu welcher Zeit an welchem Ort erreicht sein soll.

... (humane) Ressourcen effizient und schonend einzusetzen.

... aus einer Ansammlung von Menschen ein Team zu machen und die richtige Person an die richtige Position zu bringen.

... einzelne Personen zu fordern und zu fördern.

... das Verhalten von Personen derart beeinflussen (nicht zu verwechseln mit manipulieren !!!), dass jeder Einzelne seinen Teil zum Großen und Ganzen beiträgt.

... jederzeit den Überblick über das große Ganze zu haben, ein Gefüge zu koordinieren und Details zu delegieren.

Wahrscheinlich kennst Du auch die Phrase „Wer führt, ist frei von Arbeit!“ . Vielleicht kommen Dir jetzt Bilder in den Sinn von adrett gekleideten Menschen, die ganz stark in der Verwendung von Anglizismen sind und ganz schwach darin, mal mit anzupacken und sich die Hände schmutzig zu machen.

Der Grundgedanke hinter dieser Philosophie ist aber der, dass die führende Person frei von operativer (also ausführender) Arbeit sein muss. Wer ständig in der ersten Reihe steht, kann keinen Überblick über die Gesamtsituation haben. Wenn Du als Unternehmer*in ständig alle ausführenden Tätigkeiten selbst verrichtest, dann arbeitest Du selbst und ständig IN Deinem Unternehmen und nicht mehr AN Deinem Unternehmen.

Unternehmensführung bedeutet also, dass es Deine Hauptaufgabe ist, AN Deinem Unternehmen zu arbeiten. Jetzt wäre noch einmal ein guter Zeitpunkt, in Dich zu gehen und noch einmal auf Dein großes WARUM zurück zu blicken. Willst Du Camping-Unternehmer*in werden, weil Du dort arbeiten möchtest, wo andere Urlaub machen? Ist es, weil Du auf dem Land wohnen möchtest und Dich mit viel Natur und „Grünzeug“ umgeben magst? Oder ist es, weil es Dir Freude bereitet, mit anderen Menschen ins Gespräch zu kommen und ihnen einen guten Service zu erweisen?

Wenn es nur die Rahmenbedingungen (wie z.B. schöne Landschaft) und die ausführenden Tätigkeiten sind, die Deine Motivation begründen, solltest Du Dich noch einmal fragen, ob Du in einem Angestelltenverhältnis oder als freie(r) Mitarbeiter*in auf Honorarbasis nicht besser aufgestellt bist.

Hast Du hingegen Ideen und Visionen und kannst Dich mit den Merkmalen von Führung identifizieren, dann hast Du das Zeug zur Unternehmerperson (Entrepreneur).

Lange Rede, kurzer Sinn: Als Unternehmer*in musst Du über die Eigenschaft verfügen, das große Ganze immer im Auge zu behalten. Dafür musst Du Aufgaben abgeben und delegieren können. Dies solltest Du von Anfang an beherzigen und unter Beweis stellen. Es ist also keine Schwäche, sondern Professionalität, nicht alles selbst auszuführen. Diese Professionalität will auch jeder von Dir sehen, der Dein Unternehmen finanziert oder anderweitig unterstützt.

So viel zur Theorie und Strategie von Führungskompetenz. Für die Praxis ist es gerade als Unternehmer*in eines touristischen Betriebes enorm wichtig, dass Du mit Menschen umgehen kannst und ihnen freundlich, aber eindrucksvoll Deine Anliegen, Werte, Regeln und Grenzen kommunizierst (Stichwort 'natürliche Autorität').

Du wirst oft Menschen klare Ansagen machen und ihnen Konsequenzen aufzeigen müssen. Deine Mitmenschen müssen wissen, worum es Dir geht, was Dir wichtig ist und was Du von ihnen willst. Ebenso wirst Du Deinen Gästen und Deinem Personal klare Grenzen und Konsequenzen beim Überschreiten der Grenzen aufzeigen müssen. Dass Du das kannst, will natürlich auch jede Bank und jede andere Institution von Dir sehen.

Überleg mal, wann und wo Du ...

- ... Menschen angeleitet und ihnen etwas vermittelt hast.
- ... Gruppen bzw. Teams geleitet hast.
- ... eine Autoritätsperson warst.
- ... vor mehreren Menschen gesprochen hast.
- ... Lektionen zum Thema Führungskompetenz bekommen hast.

Fehlen Dir derartige Referenzen, dann bleibt Dir nur die Möglichkeit, in Gesprächen und Präsentationen besonders zu überzeugen. Eine strukturierte, ansprechende, schlüssig und leicht verständliche Präsentation Deines Projektes ist schon einmal der Beleg dafür, dass Du einen Plan hast und diesen auch umsetzen und andere dafür mit einbeziehen kannst.

Tipp:

Schau auch mal in die regionale Gründerszene. Vielerorts gibt es Veranstaltungen zum Thema Referieren und Präsentieren oder Business Speed Datings, wo Du mit Gleichgesinnten üben kannst. Diese Veranstaltungen sind sehr motivierend, kosten kaum etwas oder sind sogar kostenlos, weil sie von Institutionen der Wirtschaftsförderung finanziert werden.

Zu c) Kaufmännische Kompetenz

Wenn Du über eine kaufmännische Ausbildung verfügst oder bereits seit einigen Jahren Unternehmer*in bist, kannst Du Dich jetzt entspannt zurück lehnen. Ebenso, wenn Du einen Mitgründer hast, der diese Dinge mitbringt. Ist dies nicht der Fall und bist Du auf eine Bankfinanzierung angewiesen, dann muss ich Dir leider etwas sagen, was Dich moralisch sehr weit zurück werfen könnte. Die Fähigkeit mit Geld umgehen zu können ist sehr wichtig. Solltest Du großzügiges Eigenkapital haben oder einen Campingplatz pachten, kann es sein, dass es ausreicht, wenn Du ein Seminar zum Thema Buchführung besucht hast und ein paar Bücher gelesen oder Onlinetutorials durchgearbeitet hast. Wird Dein Projekt ein Millionenprojekt, weil Du einen Platz kaufen möchtest und bist auf mehrere Hunderttausend angewiesen, so musst (!) Du höchstwahrscheinlich einen kaufmännischen Abschluss oder ein anderes anerkanntes Zertifikat haben.

Nach zwei Jahren Selbststudium, Seminaren und Veranstaltungen zum Thema Existenzgründung, nach Einblicken in die Praxis durch einen Freundschaftsdienst auf einem Campingplatz, nach einem fertig ausformulierten Businessplan samt mühsam erarbeiteten Kalkulationen für ein fiktives Objekt, fand ich, dass es Zeit für professionelle Unternehmensberatung war. Ich dachte, ein Profi könnte mir und meinem Businessplan den letzten Schliff verpassen und dann wäre ich endlich bereit, Nägel mit Köpfen zu machen.

Ich fühlte mich sehr wohl und verstanden, als wir über mein Projekt sprachen. Über mein Geschäftsmodell brauchten wir nicht mehr viel zu reden. Dies wurde als schlüssig und zukunftsfähig eingeschätzt. Dann haben wir noch über das unternehmerische Mindset gesprochen. Ich bekam ein paar Gedanken, spielte diese durch und war mir immer noch sicher, dass ich Campingunternehmerin werden will. Und dann war sie da – diese riesige Hürde: Mit meinem nur bürgerlichen Eigenkapital und einer eventuellen finanziellen Unterstützung durch Familie und meinen Partner wäre es sehr schwierig, eine Bankfinanzierung zu bekommen. Es wäre aber grundsätzlich machbar, wenn ich dafür eine Voraussetzung mitbringen würde, und zwar einen kaufmännischen Abschluss.

Plötzlich ging es mir gar nicht gut und eine Stimme in mir rief laut: „Hallo??? Ich habe zwei Jahre „Gründer-Bootcamp“ hinter mir! Wann und wie soll ich denn noch einen kaufmännischen Abschluss neben meinem sehr fordernden Vollzeitjob hinbekommen? Sollte mein Traum nur an so einem dämlichen Zertifikat scheitern?“

Ich war am Boden zerstört. Auch wenn ich diese Herausforderung annehmen wollte, es würde an der Umsetzung scheitern. Aufgrund meiner Arbeitszeiten im Dreischichtsystem, kamen Abend- und Wochenendausbildungen für mich nicht in Frage.

Mein Unternehmensberater hatte aber einen Plan, wie ich doch noch an einen solchen Abschluss kommen kann: ein Fernstudium. Er empfahl mir das IST-Studieninstitut, das sich unter anderem auf Tourismus spezialisiert hat. Nachdem ich den Schock überwunden hatte, noch einmal zur Schule gehen zu müssen, schaute ich, welcher Bildungsgang kaum Präsenzphasen beinhaltet und am schnellsten durchlaufen werden konnte. Es war der Bildungsgang Tourismusbetriebswirt. Dieser kann in 13 Monaten abgeschlossen werden.

Es folgten 13 Monate lang eiserne Disziplin und ein Wechselbad der Gefühle. Einerseits fasziniert von den Themen und andererseits