

AC²

GRÜNDUNG
WACHSTUM
INNOVATION

Mit
Maßnahmen-
plan, Jahres-
übersicht und
Beispielen

STABIL WACHSEN.

Der Leitfaden

ac-quadrat.de

Mit AC² – die Wachstumsinitiative
zu mehr Unternehmenserfolg!



„Morgen kümmere ich mich um meine Nachfolge. Oder übermorgen...“



Zukunft macht man heute. Sonst holt sie einen ein.
#nomoremanjana

Liebe Unternehmerinnen und Unternehmer,



Die GründerRegion Aachen, Düren, Euskirchen, Heinsberg geht mit „AC² – die Wachstumsinitiative“ in die 20. Runde. Unter dem Motto „Stabil wachsen“ unterstützen wir etablierte Unternehmen, die ihr Wachstum vorantreiben wollen und Unternehmensnachfolgeprojekte.

Wie kann Ihr Unternehmen unter steigendem Innovations- und Kostendruck bestehen und weiterwachsen? Was macht Sie leistungsfähiger als Ihre Wettbewerber? Welche Möglichkeiten bieten sich, Ihre Ideen in einen Plan umzusetzen? Und wie können Sie Ihr Unternehmen ideal auf eine Nachfolge vorbereiten oder nach einer Übernahme positionieren?

Mit der Wachstumsinitiative bieten wir Ihnen eine Plattform, Ihren Unternehmenserfolg wesentlich zu bestimmen. Lassen Sie sich im Rahmen unserer Netzwerkveranstaltungen bei Gesprächen mit Unternehmerkollegen und Fachleuten informieren, inspirieren und animieren! Beleuchten Sie mit kompetenten Partnern unseres ehrenamtlichen AC²-Beraternetzwerks Ihre Wachstumschancen und -risiken. An drei Beratertagen analysieren Sie mit Ihrem AC²-Wachstumsberater den Status quo Ihres Unternehmens, wägen Chancen und Risiken ab und entwerfen eine Wachstumsskizze.

Auf die Gewinner warten zudem attraktive Geld- und Sachpreise.

Entwickeln Sie mit uns aus Ihrer Wachstumsidee eine tragfähige Wachstumsskizze!

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Christian Laudenberg
Geschäftsführer GründerRegion Aachen, Düren, Euskirchen, Heinsberg

AC² – DIE WACHSTUMSINITIATIVE 2022/23

Sie sind ein mittelständisches Unternehmen aus der GründerRegion Aachen, Düren, Euskirchen, Heinsberg?

Ihr Unternehmen hat Potenzial zum Wachstum?

Sie stehen vor einem größeren Vorhaben und wollen es planen?

Sie wollen Ihr Unternehmen für eine Übergabe vorbereiten oder Ihre Übernahme strukturiert angehen?

Ihr Unternehmen ist mindestens ein Jahr wirtschaftlich tätig?

Dann sind Sie bei der Wachstumsinitiative richtig. Die Wachstumsinitiative ist ein Wettbewerb, der Unternehmerinnen und Unternehmern hilft, größere Unternehmensvorhaben zu planen.

Unsere Teilnehmerinnen und Teilnehmer profitieren von:

- Einer kostenfreien Teilnahme und kostenfreiem Zugang zu Expertenwissen
- Einer vertrauensvollen, und durch Schweigepflicht gestützten, Zusammenarbeit mit dem AC²-Beraternetzwerk
- Von einer Evaluierung des Unternehmensvorhabens durch die AC²-Jury
- Einem externen, kritischen Blick auf Unternehmensvorhaben, der Fehler vermeidet
- Hilfestellungen moderner Management-Tools zur Planung des eigenen Vorhabens
- Kontakten zu Unternehmen, Beratern, der lokalen Politik und Geldgebern
- Unseren Netzwerktreffen: Kommunikative Abendveranstaltungen mit hochwertigen Fachvorträgen, beispielsweise aus den Bereichen Marketing, Sales oder Finance und anschließendem Netzwerktreffen zum Austauschen interessanter Geschäftskontakte in legerer und kontaktfreudiger Atmosphäre
- Geld- und Sachpreisen

Eine Abmeldung von AC² – die Wachstumsinitiative ist jederzeit kostenfrei möglich. Die erstellten Dokumente bleiben Ihr Eigentum zur freien Nutzung.

Inhalt

AC² – die Wachstumsinitiative 2022/23

Alle Termine auf einen Blick	Seite	6
Wie läuft AC ² – die Wachstumsinitiative ab?	Seite	7
Was sind die verschiedenen Elemente der Wachstumsinitiative?	Seite	9
Wer ist am AC ² -Beraternetzwerk beteiligt?	Seite	10
Die Jury	Seite	11
Innovation als Wachstumsmotor für Ihr Unternehmen!	Seite	12
AC ² – die Wachstumsskizze	Seite	14
IST-Analyse	Seite	17
Ist-Analyse Cluster 1: Interne Sicht	Seite	18
Ist-Analyse Cluster 2: Externe Sicht	Seite	19
Ist-Analyse Cluster 3: Vermarktung	Seite	20
Die Herleitung und Konkretisierung der Wachstumsidee	Seite	22
Wachstumsskizze	Seite	23
Soll-Zustand Cluster 1: Interne Sicht	Seite	25
Soll-Zustand Cluster 2: Externe Sicht	Seite	27
Soll-Zustand Cluster 3: Vermarktung	Seite	28
Maßnahmenplan	Seite	30
Wachstumsprognose	Seite	31
Bewertung	Seite	32
Teilnahmebedingungen	Seite	34
Kontakt	Seite	36



Alle Termine auf einen Blick

Bei AC² – die Wachstumsinitiative können alle kleinen und mittleren Unternehmen, die ihren Sitz in der Wirtschaftsregion Aachen, Düren, Euskirchen, Heinsberg haben, teilnehmen. Die AC²- Abende und die Innovationsveranstaltungen stehen allen interessierten Unternehmen offen. Eine Anmeldung über unsere Website www.gruenderregion.de zur jeweiligen Veranstaltung genügt.

Datum	AC ² -Event	Thema
25.10.2022	Kick-off in Düren	Kick-off
10.11.2022	Digitaler Kick-off	Kick-off
22.11.2022	1. AC ² -Abend	Beratervorstellung
23.11.2022	AC ² -Workshop	Geschäftsmodell und Businessplan
29.11.2022	2. AC ² -Abend	USP und Wettbewerb
06.12.2022	3. AC ² -Abend	Digitalisierung und Daten
08.12.2022	AC ² -Innovationstag	Innovation und Patente
13.12.2022	4. AC ² -Abend	Online-Marketing
17.01.2023	5. AC ² -Abend	Finanzierung und Förderung
19.01.2023	AC ² -Innovationsabend	Innovation und Patente
07.03.2023	6. AC ² -Abend	Unternehmen und Personal
20.03.2023	Abgabe Wachstumsskizze	
01.06.2023	AC ² -Prämierungsfeier	

Einige Abende werden wir als digitale Veranstaltungen durchführen. Bitte beachten Sie, dass die Daten i.d.R. bereits feststehen, sich aber durchaus ändern können.

Alle aktuellen Zeiten und Orte finden Sie unter: www.ac-quadrat.de.

Stabil wachsen.

Wie läuft AC² – die Wachstumsinitiative ab?

Der Startschuss zu allen drei Wettbewerben von AC² – GRÜNDUNG, WACHSTUM, INNOVATION fällt auf zwei Auftaktveranstaltungen, dem Kick-off in Düren und dem digitalen Kick-off.

Sie bieten interessierten Unternehmen, Beratern und Gründern die Gelegenheit, sich über das Angebot von AC² zu informieren, miteinander in Kontakt zu treten und das Netzwerk kennenzulernen.

Der Kern der Wachstumsinitiative ist es, Ihre Wachstumsidee mithilfe von Experten auszuarbeiten und realisierbar zu planen.

Hierfür erstellen Sie im Rahmen von AC² – die Wachstumsinitiative eine Wachstumsskizze. Für Ihr Unternehmensvorhaben haben Sie die Möglichkeit, im Rahmen der Wachstumsinitiative kostenfrei an drei Tagen mit einem AC²-Berater zusammenarbeiten. Eine Zusammenarbeit ist oft sinnvoll, da der externe Blick auf das Wachstumsvorhaben hilfreich ist. Eine Zusammenarbeit mit einem Berater ist nicht obligatorisch, sondern eine Option.

Teilnehmerinnen und Teilnehmer können:

- drei kostenfreie Beratertage nutzen, an denen sie mit ihrem Berater ihren Plan besprechen und an diesem arbeiten,
- auf den AC²-Abenden spannende und aktuelle Vorträge zu Managementthemen hören,
- Netzwerken und Kontakte knüpfen.

Wenn Sie Ihre Wachstumsskizze angefertigt haben reichen Sie diese zur Bewertung durch das AC²-Beraternetzwerk ein. **Der späteste Termin hierzu ist der 20. März 2023.**

Den Abschluss der Wettbewerbsphase bildet die Prämierungsfeier voraussichtlich am 1. Juni 2023 im Krönungssaal des Rathauses der Stadt Aachen, auf der sowohl die Wachstumspreise als auch die Gründungspreise und der Innovationspreis verliehen werden.

Die Teilnehmer erhalten die schriftliche Rückmeldung der Gutachter als Hilfestellung zur Umsetzung ihres Wachstumsvorhabens. Regelmäßig treffen sich ehemalige Teilnehmer zur Kontaktpflege und zum Erfahrungsaustausch beim Alumni-Treffen von AC².

Wer kann teilnehmen?

Grundsätzlich gilt: Teilnehmen können alle Unternehmen, die ihren Sitz in der Wirtschaftsregion Aachen, d.h. in der Stadt Aachen, der StädteRegion Aachen, den Kreisen Düren, Euskirchen oder Heinsberg haben und seit mindestens einem Jahr am Markt sind.

Teilnehmer, die erneut die gleiche Wachstums-idee im Wettbewerb eingereicht oder mit ihrer Idee einen der drei Wachstumspreise bereits gewonnen haben, sind mit dieser Idee vom Wettbewerb ausgeschlossen.

Die Wachstumsabende und Innovationsveranstaltungen stehen allen interessierten Unternehmen offen. Eine einfache Anmeldung zum jeweiligen Termin genügt.

(s. a. Teilnahmebedingungen Seite 34)

Wie melde ich mich an?

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Website www.gruenderregion.de. Nutzen Sie hier das Anmeldeformular zur Wachstumsinitiative im Menüpunkt „AC² und Visionplus“.

Anmeldeschluss ist der **22.02.2023**, eine frühe Anmeldung wird jedoch empfohlen, um eine passende Beraterzuordnung sicherstellen zu können.

KÖNIG | NAEVEN | SCHMETZ
PATENT- & RECHTSANWÄLTE

Gute Ideen müssen umgesetzt werden, um darauf geschäftlichen Erfolg gründen zu können. Hierzu tragen geeignete Schutzrechte wie Patente, Marken oder Designrechte bei, indem sie Ihnen zu einer Alleinstellung und damit zu einem schärferen Profil im Markt verhelfen.

Wir beraten Sie in allen rechtlichen Fragestellungen im Zusammenhang mit

- Patenten, Gebrauchsmustern und Know-how
- Arbeitnehmerfinderrecht
- Marken und Kennzeichen
- Designs (Geschmacksmustern)
- Unlauterem Wettbewerb
- Urheberrecht und Schutz von Computerprogrammen

Büro Kackerstraße 10
D-52072 Aachen
Tel.: +49(0)2 41 / 70 52 80
Fax: +49(0)2 41 / 70 52 828
Christian König LL.M. (London)
Rechtsanwalt
c.koenig@pat-aachen.de
Dipl.-Phys. Dr. rer. nat. Ralf Naeven
Patentanwalt
r.naeven@pat-aachen.de

Büro Augustastraße 14-16
D-52070 Aachen
Tel.: +49(0)2 41 / 50 80 51
Fax: +49(0) 241 / 50 62 69
Dipl.-Ing. Walter Schmetz
Patentanwalt
w.schmetz@pat-aachen.de

www.pat-aachen.de

Was sind die verschiedenen Elemente der Wachstumsinitiative?

Die Erstellung einer Wachstumsskizze:

Bei Erstellung der Wachstumsskizze gehen Sie in drei Schritten vor und wenden moderne Management-Tools auf Ihr Vorhaben an: Sie führen eine Ist-Analyse Ihres Unternehmens durch. Mithilfe der Ergebnisse der Ist-Analyse nutzen Sie eine SWOT Analyse, um die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmers festzustellen. Basierend auf Ihren Ergebnissen legen Sie sich dann auf eine Wachstums-idee fest und formulieren eine Wachstumsskizze. Die Wachstumsskizzen werden von AC²-Gutachtern bewertet und die zehn Besten anschließend an die Jury weitergeleitet.

Die AC²-Abende:

Aufwändige Unternehmensvorhaben stellen Unternehmerinnen und Unternehmer vor vielfältige Herausforderungen, beispielsweise:

- Wie finde und halte ich hochqualifizierte Mitarbeiter?
- Woher bekomme ich Kapital für meine Investitionsvorhaben?
- Was ist bei der Erschließung von neuen Märkten zu beachten?
- Was ist die richtige Digitalstrategie für mein Unternehmen?

Auf den AC²-Abenden erhalten Sie Anregungen und Tipps zur Lösung dieser Herausforderungen. Jeder Abend widmet sich einem bestimmten Thema, z. B. Marketing, Vertrieb, Finanzierung, Digitalisierung, IT-Sicherheit oder Unternehmensnachfolge. Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft vermitteln in Fachvorträgen Lösungsansätze, die speziell auf kleine und mittlere Unternehmen zugeschnitten sind. Im Anschluss können Sie im informellen Teil der Veranstaltung Ihr Netzwerk

ausbauen und sich mit interessanten Partnern treffen. Die Themen der AC²-Abende sind sowohl für Teilnehmer des AC²-Gründungswettbewerbs als auch für die Teilnehmer der Wachstumsinitiative interessant und bieten spannende Einblicke in aktuelle Themen der Unternehmensführung. Zwei der AC²-Abende richten sich speziell an bereits tätige Unternehmen.

Zu den AC²-Abenden sind alle interessierten Unternehmen eingeladen – nutzen Sie die Gelegenheit!

Die Innovationsveranstaltungen

Innovationsveranstaltungen richten sich an Unternehmen, die eine Innovation umsetzen und zur Marktreife bringen möchten. Innovation ist dabei mehr als F&E und Technologie. Der Begriff ist eine Sammelbezeichnung für schutzrechtsfähige Ideen und ihre Umsetzung in Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren. Ausrichter der Veranstaltungsreihe ist die AGIT mbH. Die Innovationsveranstaltungen sind offen für Gründer und Unternehmer.

Die Beratertage

Im Rahmen von AC² – die Wachstumsinitiative können Sie bis zu drei kostenlose Beratertage in Anspruch nehmen, an denen Sie mit einem erfahrenen Berater aus dem AC²-Beraternetzwerk zusammenarbeiten. Mit Ihrem AC²-Berater führen Sie die Ist-Analyse für Ihr Unternehmen durch und erarbeiten anschließend eine Wachstumsskizze für Ihr Vorhaben.

Wer ist am AC²-Beraternetzwerk beteiligt?

AC² – die Wachstumsinitiative bietet verschiedene Aufgabenbereiche für die Mitglieder des Netzwerkes: Berater, Experten und Gutachter. Neben Ihrem persönlichen Berater oder Beraterin stehen Ihnen als Teilnehmer noch weitere Experten aus dem derzeit 200 Personen umfassenden AC²-Beraternetzwerk zur Verfügung.

Berater ... sind hauptberuflich als Dienstleister und Unternehmensberater tätig. Sie verfügen über grundlegendes Wissen zu den Themen Mittelstand und Unternehmensentwicklung. Während der Beratertage unterstützen sie ein Unternehmen von der Analyse der Ausgangssituation bis hin zur Erarbeitung der Wachstumsskizze. Die Berater sind die ersten Ansprechpartner der Teilnehmer und sorgen auf Wunsch auch dafür, dass weitere Experten, z. B. Rechtsanwälte oder Marketingexperten als Ergänzung hinzugezogen werden.

Experten ... sind Profis aus Wirtschaft oder Wissenschaft mit hoher Fachkompetenz, die bei Spezialfragen hinzugezogen werden können. Sie unterstützen Wachstumsunternehmen mit ihrem technischen, betriebswirtschaftlichen, rechtlichen oder fachspezifischen Wissen. Experten begleiten die Teilnehmer der Wachstumsinitiative nicht über die gesamte Dauer, sondern werden punktuell in die Arbeit einbezogen.

Gutachter ... sind qualifizierte Personen, die das Potenzial der eingereichten Wachstumsskizzen auf Basis festgelegter Kriterien beurteilen. Sie unterstützen die Unternehmen durch ihre konstruktive Kritik. Zum Abschluss des Wettbewerbs erhalten die Teilnehmer zwei unabhängige Feedbacks und können so ihre Wachstumsstrategie überprüfen und gegebenenfalls korrigieren.

Wie finde ich einen Berater?

Gute Möglichkeiten, einen Berater zu finden, bieten die Auftaktveranstaltungen und der 1. AC²-Abend, bei dem sich die Berater und Experten aus dem AC²-Beraternetzwerk vorstellen. Auch bei den anderen Veranstaltungen können Sie während des Netzwerkers mit Beratern in Kontakt treten und diese kennenlernen. Es ist sinnvoll, dass die Unternehmen aktiv einen für ihre Wachstumsidee passenden Berater suchen. Sofern Sie bei den Veranstaltungen keinen Berater gefunden haben, treten Sie mit uns in Kontakt und wir unterstützen Sie bei der Suche. Sollten sich während der Zusammenarbeit Probleme zwischen den Partnern ergeben, kann auf Wunsch ein Beraterwechsel erfolgen.

Wenn Sie mithilfe unserer AC²-Berater eine Wachstumsskizze ausarbeiten möchten, melden Sie sich **bis zum 22. Februar 2023** zum Wettbewerb an.

→ Vertraulichkeit

Alle Mitglieder des AC²-Beraternetzwerks und die Mitarbeiter der GründerRegion haben eine Vertraulichkeitserklärung unterzeichnet. Diese verpflichtet sie, alle Informationen, die sie im Rahmen der Wachstumsinitiative über teilnehmende Unternehmen gewinnen, streng geheim zu halten und nicht an Dritte weiterzugeben.

Die Jury



Andreas Bauer
Bauer + Kirch GmbH



Anne Mandt
Rouette Eßer GmbH



Alexander Kalawrytinos
PALLAS Oberflächen-
technik GmbH & Co. KG



Humberto Duarte
S-UBG AG Unterneh-
mensbeteiligungsgesell-
schaft für die Regionen
Aachen, Krefeld und
Mönchengladbach



Susanne Meyer
Rechtsanwälte
SINA-MAASSEN



Gabriele Neumann
Apothekerin



Michael Nobis
Nobis Printen e.K.



Erich B. Peterhoff
gepe Sicherheitsdienst-
eGmbH, Peterhoff
GmbH, gepe Gebäude-
dienste Peterhoff GmbH



Thomas Roth
Gözl GmbH



Julia Füßer
AS Tech Industrie- und
Spannhydraulik GmbH



Peter Martin Schroer
ENE'T GmbH



Christoph Werner
ID Ingenieure u. Dienst-
leistungen Gesellschaft
mit beschränkter Haftung

Die 10 Teilnehmer mit den besten Wachstumsskizzen werden nominiert und dürfen vor unserer Jury ihre Wachstumsidee pitchten. Die Jury bestimmt dann die **Top drei des Wettbewerbs** und legt die Prämiierten fest. Das Ergebnis wird auf unserer Prämierungsfeier im Juni bekannt gegeben.

Die GründerRegion Aachen, Düren, Euskirchen, Heinsberg:



Innovation als Wachstumsmotor für Ihr Unternehmen!

- Wer liefert Ideen?
- Welche Methoden gibt es zur Ideenfindung?
- Bestehen bereits Schutzrechte?
- Was bringt meinem Unternehmen die Umsetzung?
- Ist die zu entwickelnde Innovation finanzierbar?

Auf diese Fragen erhalten Sie Antworten auf zwei Informationsveranstaltungen mit Themen rund um den Innovationsprozess.

Innovation als Strategie

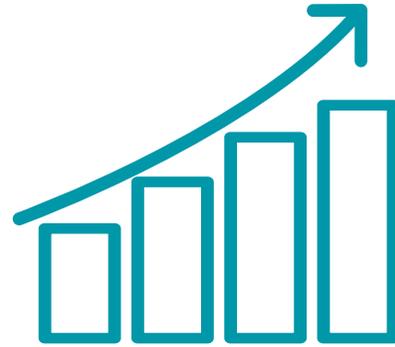
Neue Produkte, Verfahren und Dienstleistungen bieten sehr gute Wachstumspotenziale. Innovation bedeutet nicht nur eine neue Idee/Erfindung/Entwicklung, sondern auch deren wirtschaftliche Umsetzung. Auch die Digitalisierung von Produktions- und/oder Geschäftsprozessen, von Märkten und Marketingaktivitäten bieten hohe Innovationspotenziale. Ideen müssen in neue Produkte oder Verfahren umgesetzt werden, die am Markt zu einem guten Kosten-/Umsatz-Verhältnis verkauft werden können, sprich rentabel sind. Außerdem müssen sie in die Unternehmensstrategie integrierbar sein. Für die Unternehmensstrategie insgesamt sollte man im Vorfeld der Entwicklung einer Innovation auch die Produktlebenszyklen und das Zusammenspiel des neuen Produktes mit den bereits bestehenden Produkten/Märkten in Einklang bringen. Kooperationen mit Hochschulen und Forschungseinrichtungen können in der Phase der technischen Realisierung die Machbarkeit erleichtern. Für KMU gibt es für solche Kooperationen viele Fördermöglichkeiten in Form von Zuschüssen. Dass die Finanzierungsinstrumente und die Finanzstrategie ggf. angepasst werden müssen, ist logisch und unabdingbar.

Innovationen generieren

In jeder Branche, in vielen Prozessen und in allen Unternehmen gibt es Innovationspotenziale. Auch bereits bestehende Lösungen können schneller, besser, kostengünstiger oder attraktiver gemacht werden. Wer nicht bereits aufgrund eines Forschungs- und/oder Entwicklungsergebnisses eine Innovation generiert hat, kann mit Hilfe von verschiedenen Methoden die Kreativitätspotenziale im Unternehmen steigern und sogar neue Produktideen entwickeln. Neben den klassischen Methoden wie Brainstorming, Konfrontationstechniken, Morphologischer Kasten u. a. können mit Methoden wie TRIZ (= Theorie des erfinderischen Problemlösens nach Altschuller) oder nach „Grammatik des Erfindens“ nach Prof. Spies, (auf der Basis der Annahme, dass ein bekanntes Problem nach Sichtung einer großen Anzahl von Patentschriften und Zeichnungen oft durch einen dadurch ausgelösten AHA-Effekt zur gesuchten Lösung verhilft) technische Verbesserungen oder neue Produkte/Verfahren generiert werden. Auch die Patentdatenbanken, das Vorschlagswesen für Mitarbeiter sowie das regelmäßige Monitoring der Märkte insbesondere im Ausland sind gute Inspirationsquellen für Innovationen. Neue Geschäftsmodelle, die sich durch die Möglichkeiten der Digitalisierung ergeben, können ebenfalls sehr rentable Innovationen sein.

Gründungsberatung bei uns:
1 Ansprechpartner,
15 Träger





AC² – die Wachstumsskizze

Einführung

AC² – die Wachstumsinitiative ist ein Wettbewerb, der das Wachstumspotenzial eines Unternehmens auszeichnet. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer arbeiten während des Wettbewerbs an der eigenen Wachstumsidee und untersuchen, ob die Wachstumsidee zu ihrem Unternehmen passt und wie sich diese am besten realisieren lässt. Das Ziel der Wachstumsinitiative ist es, Ihnen die Entscheidung und die Planung für eine realisierbare Wachstumsidee zu erleichtern.

Dies geschieht, indem Sie zunächst den aktuellen Stand des Unternehmens analysieren (Schritt 1), anschließend die Wachstumsidee mit der IST-Analyse vergleichen und konkretisieren (Schritt 2) und sich zuletzt vorstellen, wie die Wachstumsidee das Unternehmen zukünftig verändern wird (Schritt 3). Abschließend überlegen Sie, wie die Umsetzung erfolgen kann (Schritt 4) und analysieren die Planzahlen (Schritt 5). Diese fünf Schritte bilden den Wettbewerbsbeitrag, den Sie zur Bewertung bei uns einreichen.

Der Wettbewerbsbeitrag besteht also aus:

1. der Analyse des Unternehmens und des Unternehmensumfeldes im Ist-Zustand, kurz: **IST-Analyse** (4 Seiten)
2. der Überlegung, ob die **Wachstumsidee** zum IST Zustand passt und die anschließende Konkretisierung der Wachstumsidee (3 Seiten)
3. dem Blick in die Zukunft: Wie wirkt sich die Wachstumsidee auf das Unternehmen in der Zukunft aus, kurz: die **Wachstums-Skizze** (4 Seiten)
4. einem **Maßnahmenplan** (1/2 Seite + Tabelle)
5. einer finanziellen **Wachstumsprognose** „Fünf-Jahres-Übersicht“ (1/2 Seite + Tabelle)

Für alle fünf Bausteine erhalten Teilnehmerinnen und Teilnehmer einheitliche Bearbeitungsvorlagen. Es werden ausschließlich die Dokumente als Wettbewerbsbeitrag akzeptiert, die auf Basis der AC²-Vorlage erstellt worden sind. Insgesamt sollte der Wettbewerbsbeitrag in etwa zwölf Textseiten umfassen. Bitte nutzen Sie die Schriftart Arial 11 und einen Zeilenabstand von 1,15. Beides ist in der Vorlage vorgegeben. Ansonsten sind Sie in der Gestaltung der Text- und Bildform frei. **Als Textseite gilt eine Normseite mit 1.800 Zeichen (inkl. Leerzeichen) Umfang.** Leichte Abweichungen von der Textmenge sind kein Nachteil, wesentliche Abweichungen hingegen schon.

Arbeitsblatt Phase 1
 Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer analysieren den Ist-Zustand des Unternehmens und des Unternehmensumfeldes.
 Ziel: Die Wachstumsidee zu konkretisieren.

IST-Analyse
 Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer analysieren den Ist-Zustand des Unternehmens und des Unternehmensumfeldes.
 Ziel: Die Wachstumsidee zu konkretisieren.

CLUSTER 1 → INTERNE SICHT **CLUSTER 2 → EXTERNE SICHT** **CLUSTER 3 → VERMARKTUNG**

Persönliche Motivation 	USP/Alleinstellungsmerkmal 	Relevanter Markt 	Marketing-Mix 	→ RAUM FÜR IHRE WACHSTUMSIDEEN Wachstumsidee konkretisieren und umsetzen. Berücksichtigen Sie alle Optionen. Berücksichtigen Sie alle Optionen.
Personal 	Aufbauorganisation 	Kundengruppen 	Vertriebsstrategie 	
Abläufe und Prozesse 	Wirtschaftlichkeit 	Strategische Partner 	Bekanntheitsgrad 	

ac-quadrat.de

IST-Analyse

Arbeitsblatt Phase 2
 Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer entwickeln die Wachstumsidee konkretisiert.
 Ziel: Die Wachstumsidee zu konkretisieren.

Wachstumsskizze
 Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer entwickeln die Wachstumsidee konkretisiert.
 Ziel: Die Wachstumsidee zu konkretisieren.

CLUSTER 1 → INTERNE SICHT **CLUSTER 2 → EXTERNE SICHT** **CLUSTER 3 → VERMARKTUNG**

→ DIE WACHTUMSIDEE	Persönliche Motivation 	USP/Alleinstellungsmerkmal 	Relevanter Markt 	Marketing-Mix
	Personal 	Aufbauorganisation 	Kundengruppen 	Vertriebsstrategie
	Abläufe und Prozesse 	Wirtschaftlichkeit 	Strategische Partner 	Bekanntheitsgrad

ac-quadrat.de

Wachstumsskizze



IST-Analyse

IST-Analyse durchführen und mit Wachstumsidee vergleichen.
Stimmt die Wachstumsidee? Oder ergeben sich aus ihr Wachstumsoptionen?

Mit der **IST-Analyse** starten Sie die Entwicklung Ihrer Wachstumsidee und analysieren die gegenwärtige Situation Ihres Unternehmens. Die Analyse erfolgt anhand von zwölf verschiedenen Feldern, innerhalb derer Sie jeweils die gegenwärtigen Stärken und Schwächen des Unternehmens aufführen. Die IST-Analyse liefert Ihnen, Ihrem Berater, den Gutachtern und Juroren, die zur Beurteilung der Ausgangssituation Ihres Wachstumsvorhabens benötigten Hintergrundinformationen.

Im zweiten Schritt vergleichen Sie die Ergebnisse der IST-Analyse mit Ihrer **Wachstumsidee**, oder Ihren Wachstumsideen. Dabei zeigt die IST-Analyse mögliche Chancen und Risiken für deren Umsetzung. Falls Sie mit mehreren Wachstumsideen in den Wettbewerb gestartet sind, legen Sie sich nun auf die Idee fest, die am besten zu den Ergebnissen der IST-Analyse passt. Hatten Sie bereits eine Wachstumsidee, überprüfen Sie die Idee mit den Ergebnissen der IST-Analyse und entscheiden, ob Idee und Ergebnisse zueinander passen. Ist dies nicht der Fall, verändern Sie die Wachstumsidee. Wenn Sie sich für eine Wachstumsidee entschieden haben, arbeiten Sie die Idee aus und konkretisieren diese anschließend.



Wachstumsskizze

Im dritten Schritt analysieren Sie die Auswirkungen der Wachstumsidee auf das Unternehmen. Hierzu erstellen Sie eine **Wachstumsskizze**, die den Soll-Zustand des Unternehmens, nach Umsetzung der Wachstumsidee beschreibt. Zur Erstellung der Wachstumsskizze bearbeiten Sie die bekannten zwölf Felder aus der IST-Analyse erneut, binden aber nun die Auswirkungen Ihrer Wachstumsidee in die Analyse des jeweiligen Feldes mit ein. Die Wachstumsskizze liefert einen kompakten Überblick über das zukünftige Geschäftsmodell des Unternehmens und zeigt die Auswirkungen der Wachstumsidee auf einzelne Unternehmensbereiche auf. Ergänzt wird die Wachstumsskizze durch einen tabellarischen **Maßnahmenplan** sowie eine **finanzielle Jahresübersicht** für die kommenden fünf Jahre.

Es wird empfohlen, dass Sie die einzelnen Bausteine mit Ihrem AC²-Berater erarbeiten, der Sie gerne dabei unterstützt, Ihre Wachstumsidee mit den verbundenen Maßnahmen nachvollziehbar und präzise zu Papier zu bringen.



IST-Analyse

Als Einstieg in die Entwicklung Ihrer Wachstumsidee kommt es darauf an, den **IST-Zustand des Unternehmens und des Unternehmensumfeldes nachvollziehbar und präzise darzustellen. Die IST-Analyse beschreibt die momentane Gesamtsituation Ihres Unternehmens anhand von zwölf Einzelfeldern.**

Zur besseren Übersicht unterteilen wir die zwölf Felder in drei Cluster:

Im weiteren Verlauf stellen wir die zwölf Einzelfelder detailliert vor und erläutern genauer die einzelnen Bausteine des Wettbewerbsbeitrags.

Der Wettbewerbsbeitrag ist eine kurze und prägnante textliche Ausarbeitung zum IST-Zustand des Unternehmens, in dem auf die zwölf Cluster Bezug genommen wird. Jedes der zwölf Felder beschreibt einen wichtigen Teil eines Unternehmens. Allerdings ist nicht für alle Unternehmen oder Wachstumsideen jedes der zwölf Felder gleich relevant. In Ihrer schriftlichen Ausführung sollten Sie nach Möglichkeit jedes der zwölf Felder bearbeiten und bei Feldern, die für ihr Unternehmen wenig oder gar nicht relevant sind, kurz ausführen, warum dies der Fall ist.

Cluster 3: Vermarktung

Feld 10: Werbestrategie

Feld 11: Vertriebsstrategie

Feld 12: Bekanntheitsgrad

Für die Ist-Analyse ist im Wettbewerbsbeitrag ein Textrahmen von **bis zu vier Seiten** vorgesehen. Wie viel Platz Sie jedem der zwölf Felder in Ihrer Ausarbeitung einräumen, ist Ihnen überlassen. Wichtig ist aber, dass in der Bewertung alle zwölf Felder gleich bewertet werden (mehr zur Bewertung auf S.32). Falls Ihre IST-Analyse etwas kürzer oder etwas länger ausfällt, ist dies noch kein Wettbewerbsnachteil. Weicht der Umfang aber wesentlich von der vorgegebenen Seitenzahl ab, werden die Gutachterinnen und Gutachter diesen Umstand mit Punktabzug bewerten. Als eine Seite gilt die Textmenge einer Normseite, sie umfasst 1.800 Zeichen inklusive Leerzeichen.

Zur einfachen Erarbeitung der IST-Analyse stellen wir Ihnen ein AC²-Arbeitsblatt als Printprodukt und digitale Version zur Verfügung. Das Arbeitsblatt können Sie nutzen, müssen es aber nicht. Es ist kein bewertungsrelevanter Wettbewerbsbeitrag und soll nicht eingereicht werden. Es dient als Hilfestellung: Arbeiten Sie mit ihm, beschriften Sie die Felder, streichen Sie falsche Gedanken, kleben Sie Post-ITs an die richtigen Stellen und ziehen Sie diese von falschen wieder ab. Kurzum, das Arbeitsblatt vereinfacht die Arbeiten an der IST-Analyse und wir stellen es Ihnen völlig frei, es zu nutzen.

Im Folgenden werden die Cluster mit ihren einzelnen Feldern und Leitfragen vorgestellt.

Cluster 1: Interne Sicht

Feld 1: Persönliche Motivation

Feld 2: USP/Alleinstellungsmerkmal

Feld 3: Personal

Feld 4: Aufbauorganisation

Feld 5: Abläufe und Prozesse

Feld 6: Wirtschaftlichkeit

Cluster 2: Externe Sicht

Feld 7: Relevanter Markt

Feld 8: Käufergruppen

Feld 9: Strategische Partner

**IST-ANALYSE CLUSTER 1:
► INTERNE SICHT**

Cluster 1: Interne Sicht
F1: Persönliche Motivation
F2: USP/Alleinstellungsmerkmal
F3: Personal
F4: Aufbauorganisation
F5: Abläufe und Prozesse
F6: Wirtschaftlichkeit

Das erste Cluster fokussiert sich auf die interne Sicht des Unternehmens und die Analyse startet mit dem Feld **persönliche Motivation (F1)** als Unternehmer. Beschreiben Sie, was Sie antreibt und inwiefern Sie einen persönlichen Bezug zu den Geschäftsfeldern, in denen Ihr Unternehmen tätig ist, aufweisen. Geben Sie an, ob Ihre persönliche Motivation für die Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens im Ist-Zustand einen geringfügigen, mittleren oder großen Einfluss hat. Wenn Ihr Unternehmen von mehreren Personen geleitet wird, stellen Sie die persönliche Motivation aller geschäftsführenden Personen analog dar.

Fahren Sie fort mit der Erläuterung der **Alleinstellungsmerkmale/USP (F2)**. Beschreiben Sie welche Art von Produkten oder Dienstleistungen hergestellt oder angeboten werden. Worin besteht aus Kundensicht der einzigartige Nutzen der Produkte/Dienstleistungen und was hebt Sie eindeutig vom Wettbewerb ab? Wie würden Sie Ihren USP auf einer Skala von „sehr leicht angreifbar“ bis „sehr schwer angreifbar“ einordnen? Begründen Sie Ihre Einstufung.

Im Feld **Personal (F3)** erläutern Sie die Personalsituation, stellen Sie Ihren Personalstand dar und beschreiben Sie die im Unternehmen durchgeführten Personalentwicklungsmaßnahmen. Auch die Anzahl der Fachkräfte ist hier relevant und die Frage, inwiefern eine hohe oder niedrige Abhängigkeit von Fachkräften besteht.

Unter **Aufbauorganisation (F4)** werden die einzelnen Geschäftsbereiche dargestellt. Sind die Leitungsebenen im Unternehmen eher flach oder ist die Hierarchie stark ausgeprägt? Wie läuft der Informations- und Entscheidungsfluss im Unternehmen ab?

Im Feld **Abläufe und Prozesse (F5)** erläutern Sie klassische Geschäftsabläufe, die zur Erbringung des Unternehmensangebots nötig sind. Wenn Sie ein Gut herstellen, können Sie beispielsweise einen Fertigungsprozess beschreiben. Zur Erbringung einer Dienstleistung erläutern Sie kurz einen typischen Ablauf. Geben Sie weiterhin eine Einschätzung zur Komplexität Ihrer Prozesslandkarte. Sind die Geschäftsabläufe eher einfach oder komplex? Beschreiben Sie diese Vorgänge.

Schließen Sie das Cluster 1 mit der Darstellung der **Wirtschaftlichkeit (F6)** ab. Wie hoch ist die erzielbare Marge Ihrer Angebote durchschnittlich? Haben Sie beim Materialeinkauf kleine, mittlere oder große Einsparpotenziale, und welche Bedeutung haben Materialeinsatz und Lohnkosten für Ihre Verkaufspreise? Beschreiben Sie mögliche Skalierungseffekte, die Sie mit Ihren Angeboten aktuell realisieren können.

**IST-ANALYSE CLUSTER 2:
► EXTERNE SICHT**

Cluster 2: Externe Sicht
F7: Relevanter Markt
F8: Käufergruppen
F9: Strategische Partner

Das zweite Cluster fokussiert sich auf das Unternehmensumfeld. Beginnen Sie die Analyse mit der Beschreibung des **relevanten Marktes (F7)**. Benennen Sie wesentliche Wettbewerber Ihrer Branche und treffen Sie eine Aussage, ob der Wettbewerbsdruck eher gering, mittel oder hoch ist. Inwieweit sind Ihre Verkaufspreise abhängig oder unabhängig von gängigen Marktpreisen? Nehmen Sie eine räumliche Segmentierung des Marktes vor und geben Sie an, ob Sie ausschließlich national oder auch international tätig sind.

Benennen Sie die **Käufergruppen (F8)** Ihres Unternehmens. Wie lässt sich die Kundschaft beschreiben und was sind typische Merkmale Ihrer Kunden? Setzen Sie eher auf einzelne Stammkunden oder auf eine große Menge (weitgehend anonymer) Kunden? Beschreiben Sie auch die Art Ihrer Kundenbetreuung von individueller Einzelfallbetreuung bis hin zu einem allgemeinen Support. Liegt der Schwerpunkt Ihrer Kundenansprache im analogen oder digitalen Bereich?

Stellen Sie anschließend dar, welche Bedeutung die Zusammenarbeit mit Ihren aktuellen **Strategischen Partnern (F9)** hat. Konzentrieren Sie sich hierbei auf die für Ihre Geschäftstätigkeit wesentlichen Partner. Haben Sie im Bereich des Einkaufs eine schwache, ausgeglichene oder starke Einkaufsposition? Wie groß ist Ihre Abhängigkeit von den strategischen Partnern insgesamt: Gering, mittel oder hoch? Kooperieren Sie in bestimmten Bereichen mit Mitbewerbern Ihrer Branche oder verzichten Sie darauf?

**IST-ANALYSE CLUSTER 3:
► VERMARKTUNG**

Cluster 3: Vermarktung

Feld 10: Werbestrategie

Feld 11: Vertriebsstrategie

Feld 12: Bekanntheitsgrad

Im dritten Cluster „Vermarktung“ analysieren Sie die aktuelle Werbe- und Vertriebsstrategie. Beschreiben Sie zunächst die **Werbestrategie (F10)**. Setzen Sie eher auf klassische Werbung (Print) oder eher auf digitale? Welche Aktivitäten verfolgen Sie im Bereich Social Media? Nutzen Sie Vorträge oder Empfehlungsmarketing für Ihre Werbezwecke und inwiefern spielt massenmediale Werbung wie Radio, TV oder Plakatwerbung eine Rolle innerhalb der Werbestrategie?

Im nächsten Schritt beschreiben Sie die aktuelle **Vertriebsstrategie (F11)**. Geben Sie an, ob Sie Ihre Erzeugnisse über den Groß- oder Einzelhandel vertreiben oder direkt an den Kunden. Welche Bedeutung hat der Online-Verkauf in Ihrem Vertriebsmodell? Sind Sie im Business-to-Business (B2B) oder Business-to-Consumer (B2C) Bereich aktiv? Welche Rolle spielen Messebesuche, Vorträge/Tagungen und Vertreter-Akquise innerhalb der verfolgten Vertriebsstrategie?

Abschließend treffen Sie eine Aussage zum aktuellen **Bekanntheitsgrad (F12)** des Unternehmens. Wie schätzen Sie analoge und digitale Sichtbarkeit des Unternehmens, d. h. am Standort und im Online-Bereich ein? Ist die Sichtbarkeit eher niedrig, mittel oder hoch? Wie bekannt sind Ihr Unternehmen und die angebotenen Produkte/Dienstleistungen bei Ihrer Käufergruppe, Ihren Lieferanten und Ihren Mitbewerbern?

Wir sind digitale Teamplayer!

app

Wirtschaftsprüfer
Steuerberater

Wirtschaftsprüfung

Steuerberatung

Consulting



Dipl.-Kfm. Dirk Peters^{1,2}
Wirtschaftsprüfer | Steuerberater

Dipl.-Kfm. Michael Christen¹
Steuerberater

Thomas Müller⁴
Rechtsanwalt | Vorsitzender Richter
Finanzgericht Köln a.D.

Dipl.-Kffr. Sandra Fourné
Steuerberaterin

Dipl.-Betw. Karin Georg
Steuerberaterin

Claudia Kreutz³
Steuerberaterin

Dipl.-Kffr. Ruth Paa
Steuerberaterin

Marion Werry
Steuerberaterin

Dipl.-Kfm. Marc Zander^{1,2}
Wirtschaftsprüfer | Steuerberater

Franz-Georg Pinhammer
vereidigter Buchprüfer | Steuerberater

Wolfgang Peschkin
Dipl.-Finanzwirt | Steuerberater

Dipl.-oec. Dieter Johnen
Steuerberater

Tanja Hellig B.A.
Steuerberaterin

Marion Lothmann
Steuerberaterin

Laura Kinny LL.M.
Steuerberaterin

Thomas Schleiter¹ LL.M.
Steuerberater

Dipl.-Betw. Hartmut Olbertz
Wirtschaftsprüfer | Steuerberater

Dipl.-Kfm. Sybilla Vondenbusch
Steuerberaterin

Margot Gasper
Steuerberaterin

Dipl.-Kffr. Elke Klatt
Steuerberaterin

Florian Oebel B.A.
Steuerberater

Jessica Blaschky B.A.
Steuerberaterin

¹ Partner im Sinne des PartG. | ² Fachberater ambulantes Gesundheitswesen (IHK)
³ Fachberaterin für den Heilberufbereich | ⁴ Of Counsel

AACHEN

AACHEN

STOLBERG

WÜRSELEN

Kackertstraße 20, 52072 Aachen

Trierer Straße 821, 52078 Aachen

Schellerweg 81 a, 52223 Stolberg

Langau 5, 52146 Würselen

www.app-steuerberater.de

Tel. (0241) 608320-0

Tel. (0241) 92835-0

Tel. (02402) 9580-0

Tel. (02406) 9560-0

info@app-steuerberater.de

Fax (0241) 608320-21

Fax (0241) 92835-50

Fax (02402) 9580-30

Fax (02406) 9560-24/-25



Die Herleitung und Konkretisierung der Wachstumsidee

Mithilfe der ausgearbeiteten IST-Analyse sollen Sie sich nun für eine Wachstumsidee entscheiden und diese anschließend konkretisieren und ausformulieren. Hierfür haben Sie bis zu drei Seiten zur Verfügung.

Im ersten Schritt sollten Sie sich für eine klare Wachstumsidee entscheiden. Nutzen Sie hierzu den Vergleich mit der von Ihnen ausgearbeiteten IST-Analyse. Gehen Sie mit Ihrem Berater noch einmal die zwölf Felder der IST-Analyse durch und nehmen Sie eine Bewertung der Felder vor. Markieren Sie für sich die Punkte, in denen Ihr Unternehmen stark ist und Sie Chancen sehen beispielsweise mit einem „+“ und die Punkte, wo Sie und der Berater Schwächen und Risiken feststellen mit einem „-“. Dieser Prozess hilft Ihnen im nächsten Schritt.

Fassen Sie nun Ihre vorgenommene Bewertung in Worte.

Beschreiben Sie nun sowohl die Stärken und Schwächen als auch die Chancen und Risiken Ihres Unternehmens. Nutzen Sie hierfür die von Ihnen zuvor durchgeführte Auswertung. Die von Ihnen als positiv bewerteten Felder gehören in dem Fall zu Stärken und Chancen während die negativen bei Schwächen und Risiken einzuordnen sind.

Mithilfe dieser Ausarbeitung können Sie nun eine zum Unternehmen passende Wachstumsidee herleiten oder sich für eine Ihrer bestehenden Wachstumsoptionen entscheiden und diese im Anschluss konkretisieren und ausformulieren. Stellen Sie nun die Idee als Ganzes vor.

Für die Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken und Ausformulierung Ihrer Wachstumsidee haben Sie bis zu drei Seiten zur Verfügung.

Folgende Leitfragen können Ihnen bei der textlichen Ausarbeitung helfen:

- Wie passt die Idee zum Unternehmen
- Welche Stärken des bisherigen Unternehmens helfen bei der Umsetzung der Wachstumsidee
- Welche Schwächen gleichen Sie mit der Idee aus?
- Was für Hürden und Risiken haben Sie festgestellt?
- Was genau ist Ihre Wachstumsidee?
- Welche Vorteile erhoffen Sie sich durch die Umsetzung?
- Was ist das potenzielle Langzeitziel?

Wachstumsskizze

Der dritte Schritt des Wettbewerbsbeitrags ist die Erstellung einer **Wachstumsskizze**.

Die Wachstumsskizze zeigt die Auswirkungen der Wachstumsidee auf das Unternehmen in der Zukunft. Bei der Erstellung der Wachstumsskizze gehen Sie analog zur Erstellung der IST-Analyse aus Schritt 1 des Wettbewerbs vor und betrachten erneut die drei Cluster externe Sicht, interne Sicht und Vermarktung.

Der entscheidende Unterschied zur IST-Analyse ist aber, dass die bereits bekannten zwölf Felder **nun inklusive umgesetzter Wachstumsidee** analysiert werden.

Folgen Sie bei der Analyse dieser Leitfrage: Welche Veränderungen im Unternehmen ergeben sich durch die Implementierung der Wachstumsidee? Sie beantworten die Frage, indem Sie die zwölf Felder erneut bearbeiten und zuerst überlegen, auf welche Bereiche sich die Wachstumsidee auswirkt und anschließend beschreiben, wie stark ausgeprägt die Auswirkungen sind. Auf diese Weise wechseln Sie die Perspektive: Sie analysieren nicht das gegenwärtige Unternehmen, sondern beschreiben die Zukunft – den SOLL-Zustand Ihres Unternehmens.

Bitte beschreiben Sie mit der Wachstumsskizze **nicht die Wachstumsidee** an sich!

Das bedeutet: Erklären Sie uns nicht die Vorteile der neu anzuschaffenden Maschine oder die Vorteile des neu aufzusetzenden Online-Shops inklusive der Probleme, die es bis zur Inbetriebnahme zu lösen gilt. In der Wachstumsskizze steht die Maschine bereits in der Halle und der Online-Shop funktioniert einwandfrei. In der Wachstumsskizze sollen die Auswirkungen der neuen Maschine oder des neuen Online-Shops auf die vorgestellten zwölf Felder des Unternehmens beschrieben werden.

Die Bewertung des SOLL-Zustandes erfolgt analog zur Bewertung der IST-Analyse. Bewertet wird Ihre kurze und prägnante schriftliche Ausarbeitung: Erstellen Sie möglichst eine Aussage zu jedem der zwölf Felder und analysieren Sie, wie die Wachstumsidee das jeweilige Feld beeinflusst.

Starten Sie die zu beschreibende Veränderung durch die implementierte Wachstumsidee an der IST-Analyse. Falls die Wachstumsidee keine Veränderung in einem Feld bewirkt beschreiben Sie kurz, warum. Insgesamt stehen auch hier wieder, wie bei der IST-Analyse, bis zu vier Textseiten zur Verfügung.

Neben dem SOLL-Zustand gehören auch ein Maßnahmenplan und eine Wachstumsprognose zur Wachstumsskizze. Beide sollen bis zu einer halben Textseite umfassen und werden im weiteren Verlauf (S. 30/31) näher erläutert. Insgesamt umfasst die Wachstumsskizze somit fünf Textseiten. Auch hier gilt: Fällt die Wachstumsskizze etwas kürzer oder etwas länger aus, ist dies kein Wettbewerbsnachteil. Weicht der Umfang aber wesentlich von der vorgegebenen Seitenzahl ab, werden die Gutachter und Gutachterinnen diesen Umstand mit Punktabzug bewerten. Als eine Seite gilt die Textmenge einer Normseite, sie umfasst 1.800 Zeichen inklusive Leerzeichen.

Zur einfachen Erarbeitung der Wachstumsskizze können Sie erneut das aus der IST-Analyse bekannte, digitale AC²-Arbeitsblatt verwenden: Die zweite Seite des AC²-Arbeitsblatt ist für die Analyse des SOLL-Zustandes vorgesehen. Auch hier gilt wieder: Sie können das Arbeitsblatt nutzen, müssen es aber nicht, denn es ist auch an dieser Stelle kein bewertungsrelevanter Wettbewerbsbeitrag und soll nicht eingereicht werden.

Nutzen Sie für die schriftliche Ausarbeitung bitte ausschließlich die digitale Vorlage „Wettbewerbsbeitrag“.

WachstumsSKIZZE

Im letzten Schritt formulieren Sie Ihre Wachstumsidee als Skizze für den SOLL-Zustand auf DIN-A4-Seiten aus. Am Anfang der Skizze steht die Zusammenfassung der präferierten Idee. Beschreiben Sie die Wirkungen auf die Cluster #1 bis #3 und schließen Sie den Baustein mit Maßnahmenplan und Wachstumsprognose ab.

Wirkung Cluster #1

Beschreiben Sie die Auswirkungen der Wachstumsidee auf das Cluster #1: Interne Sicht

Maßnahmenplan

Erstellen Sie einen detaillierten Maßnahmenplan zu Ihrer Wachstumsidee und erläutern Sie den Plan

Wirkung Cluster #2

Beschreiben Sie die Auswirkungen der Wachstumsidee auf das Cluster #2: Externe Sicht

Wachstumsprognose

Erstellen Sie eine detaillierte Wachstumsprognose zu Ihrer Wachstumsidee und erläutern Sie die Prognose

Wirkung Cluster #3

Beschreiben Sie die Auswirkungen der Wachstumsidee auf das Cluster #3: Vermarktung

Einige wichtige Vorüberlegungen zur Erstellung der Wachstumsskizze und dem Soll-Zustand

- Bearbeiten Sie die zwölf Felder indem Sie sich die Zukunft vorstellen. Beschreiben Sie den finalen SOLL-Zustand: Die Wachstumsidee ist fertig umgesetzt, das Unternehmen hat sich in den SOLL-Zustand gewandelt.
- Beschreiben Sie also nicht (!), wie die Umsetzung der Wachstumsidee erfolgt. Es soll nicht untersucht werden, welche Kosten, Maßnahmen und Arbeiten erfolgen müssen, um sie umzusetzen.
- Gehen Sie vom wirklichen IST-Zustand des Unternehmens aus. Entwickeln Sie den SOLL-Zustand auf dieser Basis.
- Betrachten Sie abschließend Ihren erarbeiteten SOLL-Zustand. Wird die angedachte Wachstumsidee das Unternehmen in den erwünschten SOLL-Zustand versetzen?

Falls ja, haben Sie die passende Wachstumsidee und den passenden SOLL-Zustand gefunden.

Falls nein: Überarbeiten Sie die Wachstumsidee, denn der wirkliche IST-Zustand ist fix gegeben, und der erarbeitete SOLL-Zustand eine Folge der Wachstumsidee!

SOLL-ZUSTAND CLUSTER 1:

► INTERNE SICHT

Cluster 1: Interne Sicht

F1: Persönliche Motivation

F2: USP/Alleinstellungsmerkmal

F3: Personal

F4: Aufbauorganisation

F5: Abläufe und Prozesse

F6: Wirtschaftlichkeit

Im ersten Feld **persönliche Motivation (F1)** beschreiben Sie den persönlichen Ansporn bei der Implementierung der Wachstumsidee. Legen Sie dar, ob Ihr eigener Antrieb einen geringfügigen, mittleren oder großen Einfluss auf die zukünftigen Änderungen im Unternehmen hat. Folgen Sie der Leitfrage, ob ein persönlicher Bezug zu den neuen Ansätzen im Unternehmen besteht? Wenn das Unternehmen von mehreren Personen geleitet wird, stellen Sie die persönliche Motivation aller geschäftsführenden Personen dar.

Es folgt das Feld: **Alleinstellungsmerkmale/ USP (F2)**. Beschreiben Sie nun, wie die Wachstumsidee die Produkte/Dienstleistungen des Unternehmens verändert oder ob neue hinzukommen. Versetzen Sie sich bei der Analyse erneut in Ihre Kundschaft: Welche Veränderungen entstehen beim Kundennutzen Ihrer Produkte/Dienstleistungen? Verändert die Wachstumsidee den Kundennutzen in positiver Weise? Wenn ja, warum?

Im Feld **Personal (F3)** erläutern Sie mögliche Veränderungen der Personalsituation durch die Wachstumsidee. Sehen Sie einen steigenden Personalbedarf oder einen fallenden? Treffen Sie auch Annahmen zur qualitativen Entwicklung des Personals indem Sie auf die Abhängigkeit von Fachkräften eingehen. Bleibt sie gleich? Verlangt die Umsetzung der Wachstumsidee neues, qualifiziertes Personal? Oder funktioniert das Unternehmen der Zukunft, indem Personalentwicklungsmaßnahmen umgesetzt wurden?

Im Feld **Aufbauorganisation (F4)** beschreiben Sie Anpassungen innerhalb einzelner Geschäftsbereiche, die durch die Wachstumsidee notwendig werden. Nehmen Sie Änderungen an den Leitungsebenen vor? Verbessert oder verändert sich der Informations- und Entscheidungsfluss im Unternehmen?

Im Feld **Abläufe und Prozesse (F5)** beschreiben Sie nun die Veränderungen der Geschäftsabläufe. Wenn Sie ein Gut produzieren beschreiben Sie, wie die Wachstumsidee den Produktionsprozess verändern wird. Bei Erbringung einer Dienstleistung beschreiben Sie die Veränderung des typischen Ablaufs durch die Wachstumsidee. Geben Sie an, wie sich die Prozesslandkarte des Unternehmens verändern wird.

Das Cluster 1 endet mit der Analyse der zukünftigen **Wirtschaftlichkeit (F6)** des Unternehmens. Wie verändert die Wachstumsidee die erzielbare Marge Ihrer Angebote im Durchschnitt? Haben sich beim Materialeinkauf kleine, mittlere oder große Einsparpotenziale ergeben und welche Bedeutung haben Materialeinsatz und Lohnkosten zukünftig für Ihre Verkaufspreise? Treten nach Implementierung der Wachstumsidee Skalierungseffekte ein? Wenn ja, beschreiben Sie diese.

von STARTUP bis NACHFOLGE



Krefelder Straße 123 · 52070 Aachen

Wir beraten Menschen.

wotax
DER BERATER

SOLL-ZUSTAND CLUSTER 2: ▶ EXTERNE SICHT

Cluster 2: Externe Sicht

F7: Relevanter Markt

F8: Käufergruppen

F9: Strategische Partner

Das zweite Cluster fokussiert sich auf das zukünftige Unternehmensumfeld. Beschreiben Sie zunächst, wie die Wachstumsidee den **relevanten Markt (F7)** des Unternehmens verändern wird. Schätzen Sie ab, wie wesentliche Wettbewerber Ihrer Branche auf Ihr verändertes Unternehmen reagieren werden. Wenden Sie sich Ihren Verkaufspreisen zu und erläutern Sie, ob die Wachstumsidee die Abhängigkeit von gängigen Marktpreisen beeinflusst. Nehmen Sie eine räumliche Segmentierung des Marktes vor und geben Sie an, ob Sie ausschließlich national oder auch international tätig sind.

Im folgenden Feld beantworten Sie die Frage, inwieweit die Wachstumsidee Auswirkungen auf die **Käufergruppen (F8)** des Unternehmens hat. Orientieren Sie sich an diesen Leitfragen: Wie sieht die Kundschaft nach Implementierung der Wachstumsidee aus? Haben sich Eigenschaften der Kundengruppen verändert? Zielt die Wachstumsidee auf Stammkunden, oder hat sie einen Nutzen für alle Kunden? Verändert die Wachstumsidee die Kommunikation mit Ihren Kunden? Verändert sich die Art der Kundenbetreuung oder die Kundenansprache? Liegt eine Neuorientierung in der Schwerpunktsetzung im digitalen oder analogen Bereich vor und gibt es Verbesserungen in der jeweiligen Kundenkommunikation?

Das zweite Cluster wird mit dem Blick auf die veränderten Beziehungen zu den **Strategischen Partnern (F9)** des Unternehmens beendet. Wurden bestehende Kooperationen ausgebaut oder beendet, sind neue Partnerschaften entstanden? Gibt es Veränderungen in der Stärke Ihrer Einkaufsposition? Betrachten Sie auch mögliche Dynamiken in den Abhängigkeiten von den bereits bestehenden strategischen Partnern.

SOLL-ZUSTAND CLUSTER 3: ► VERMARKTUNG

Cluster 3: Vermarktung

F10: Werbestrategie

F11: Vertriebsstrategie

F12: Bekanntheitsgrad

Erläutern Sie nun, inwieweit die Wachstums-
idee die **Werbestrategie (F10)** beeinflusst. Hier
sind die folgenden Leitfragen hilfreich:

Verlangt die Wachstumsidee nach einem ver-
änderten Marketing-Mix, oder hat sie keinen
Einfluss auf die bisherige Werbestrategie?
Werden Sie in Zukunft Werbemaßnahmen ver-
ringern, sie ausbauen? Erfolgt eine Spezialisie-
rung? Wenn ja, inwiefern?

Betrachten Sie im nächsten Schritt die **Ver-
triebsstrategie (F11)** und beschreiben Sie
ob, und wenn ja welche, Auswirkungen die
Wachstumsidee auf sie hat. Verlangt die
Wachstumsidee nach einer vollkommen neu-
en Vertriebsstrategie, muss die bestehende an-
gepasst werden, oder sind keine Änderungen
nötig? Verlangt die Wachstumsidee, dass der
Vertrieb insgesamt ausgebaut werden muss?

Schließen Sie die Wachstumsskizze mit der
Analyse des zukünftigen **Bekanntheitsgrads
(F12)** ab. Verändert die Wachstumsidee die
analoge und/oder digitale Sichtbarkeit des
Unternehmens? Werden das Unternehmen
und die angebotenen Produkte/Dienstleis-
tungen bei Ihren Käufergruppen, Lieferanten
und Mitbewerber tendenziell bekannter oder
bleibt der Bekanntheitsgrad unverändert?



Sina - Maassen

Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB

Die Partner für Ihr Unternehmen

Ihr Team:

Prof. Dr. Kurt Vogel
Honorarprofessor für Baurecht
an der Fachhochschule Aachen

Pia Baumanns
Fachanwältin für Familienrecht

Manfred Heitmeier
Fachanwalt für Versicherungsrecht

Dr. Thorsten Wellens
Rechtsanwalt

Dr. Otfried Guillaume
Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz

Susanne Meyer
Fachanwältin für Arbeitsrecht

Dr. Lars Lennartz
Fachanwalt für Verkehrsrecht

Katharina Veithen
Rechtsanwältin

Aachener-und-Münchener-Allee 1, 52074 Aachen
Telefon 0241 70587-0 Fax 0241 70587-87
ac@sina-maassen.de www.sina-maassen.de

Maßnahmenplan

Stellen Sie einen Maßnahmenplan für Ihre Vorhaben zur Umsetzung der Wachstumsidee zusammen. Geben Sie in der Spalte „Maßnahme“ an worum es sich handelt und fügen Sie unter „Zeitplan“ eine Zeitschiene ein, bis wann die geplante Maßnahme umgesetzt werden sollte. Ermitteln Sie die Maßnahmenkosten aus den Unterpunkten und die Gesamtsummen an Kosten und Fremdkapitalbedarf. Erstellen Sie mit den ermittelten Kosten eine Übersicht in der Rubrik „Kosten“.

Neben der Tabelle soll auch eine kurze prägnante Erläuterung zu dem Maßnahmenplan erfolgen. Hier haben Sie die Möglichkeit, komplexere Kosten oder Zeitschienen noch einmal zu erläutern. Hierfür steht Ihnen eine halbe Seite zur Verfügung.

Maßnahme	Zeitplan	Kosten

*Maßnahmenplan
Erstellen Sie einen
detaillierten Maß-
nahmenplan für Ihre
Wachstumsidee*

Wachstumsprognose

Füllen Sie die tabellarische Übersicht aus. Gehen Sie dabei in der Prognose von Ihrem zuvor erarbeitet SOLL-Zustand aus und legen Sie dar, wie sich das Unternehmen in den nächsten Jahren entwickeln wird.

Fügen Sie die Zahlen der letzten zwei Jahre und Ihre Prognose der nächsten drei Jahre für das gesamte Unternehmen inklusive der Wachstumsidee hinzu. Bitte geben Sie absolute Zahlen an, um eine möglichst objektive Beurteilung der Wirtschaftlichkeit und Vergleichbarkeit der Ideen zu erzielen.

Auch hier sollen Sie kurz und prägnant auf einer halben Seite erläutern, wie zukünftige Zahlen zustande kommen. Nutzen Sie hier auch die Möglichkeit, Zahlen, welche aus verschiedenen Gründen unter Umständen nicht genau definierbar sind, zu erläutern.

*Wachstumsprognose
Erstellen Sie eine
Wachstumsprognose
für Ihre Wachstumsidee*

Alle Angaben in T Euro	2022	2023	2024	2025	2026
Umsatz					
Wareneinsatz					
Rohgewinn					
Personalkosten					
Raumkosten					
Sonstige Kosten					
Abschreibungen					
Gewinn vor Steuern					
Mitarbeiter					

Bewertung

Um eine objektive Beurteilung durch die Gutachterinnen und Gutachter zu erzielen, wurden einheitliche Bewertungskriterien aufgestellt. Die Kriterien resultieren aus den zuvor benannten Bausteinen IST-Analyse, Wachstumsoptionen und Wachstumsskizze. Wenn Sie die AC²-Vorlagen verwenden und die Punkte beachten, die zur Beurteilung Ihrer Idee wichtig sind, zeigen Sie den Gutachtern damit, welches Potenzial in Ihrer Wachstumsidee steckt!

Die Bewertungskriterien

Bewertungskriterien für die Gutachterbeurteilung sind

1. die Beschreibung der Ausgangssituation Ihres Unternehmens und des Unternehmensumfeldes, dargestellt durch die IST-Analyse. (4 Seiten)
 - Bewertungsgrundlage sind die Darstellungen der zwölf Feldern der IST-Analyse. Jedes der Felder wird einzeln bewertet und alle haben dieselbe Wertigkeit. Sollte der seltene Fall eintreten, dass ein Feld für Ihr Unternehmen oder Ihre Wachstumsidee keine Relevanz hat, stellen Sie dar, warum dies der Fall ist. Die Gutachter geben dann die volle Punktzahl für das betroffene Feld.
2. die formulierte Wachstumsidee (3 Seiten)
 - Die Darstellung der Stärken & Schwächen und Chancen & Risiken
 - Passt die Wachstumsidee zur IST-Situation?
 - Die Wachstumsidee an sich. Zielsetzung und Wirtschaftlichkeit.
3. die Beschreibung der Auswirkungen der Wachstumsidee auf die Zukunft des Unternehmens durch die Wachstumsskizze. (5 Seiten + Tabellen)
 - Bewertungsgrundlage sind die Darstellungen der zwölf Feldern des SOLL-Zustandes. Jedes der Felder wird einzeln bewertet und alle haben dieselbe Wertigkeit. Sollte der seltene Fall eintreten, dass ein Feld für Ihr Unternehmen oder Ihre Wachstumsidee keine Relevanz hat, stellen Sie dar, warum dies der Fall ist. Die Gutachter geben dann die volle Punktzahl für das betroffene Feld.
 - Plausibilität, Umsetzbarkeit und zu erwartende Erfolgswahrscheinlichkeit Ihres Maßnahmenplans und der Wachstumsprognose

KONTAX

« Wir steuern gemeinsam. »

DEINE STEUERBERATUNG IN DER REGION!
Mit derzeit 13 Standorten und 120 Mitarbeitenden

Du findest uns in

Aachen | Alsdorf | Bergheim | 2x Düren | Erftstadt | Eschweiler
Frechen | Gangelt | Jülich | Kall | Rureifel | Würselen

Mehr Kontext
zur KONTAX:



Teilnahmebedingungen AC² – die Wachstumsinitiative

Diese Teilnahmebedingungen regeln die Bedingungen für eine Teilnahme an AC² – die Wachstumsinitiative sowie gegebenenfalls erforderliche Rechtsübertragungen. Veranstalter ist die GründerRegion Aachen, Theaterstraße 6 – 10, 52062 Aachen, Tel.: 0241 4460-350, E-Mail: info@gruenderregion.de. Mit der Teilnahme an AC² – die Wachstumsinitiative werden diese Teilnahmebedingungen angenommen.

1. Gegenstand und Ablauf

(1) Im Rahmen von AC² – die Wachstumsinitiative entwickeln die angemeldeten Vertreter des teilnehmenden Unternehmens tragfähige und aussagekräftige Unterlagen, insbesondere unter Berücksichtigung der Analyse der Ausgangssituation, der Ermittlung der aktuellen Wachstumschancen, der Entwicklung von umsetzungsfähigen Lösungen und der Darstellung eines Maßnahmenkatalogs

(2) Die entwickelten und ausformulierten Unterlagen können von dem teilnehmenden Unternehmen bei der GründerRegion Aachen innerhalb der bekannt gegebenen Frist eingereicht werden. Die eingereichten Unterlagen werden grundsätzlich durch je zwei unabhängige Gutachter geprüft und bewertet. Die zehn besten Unternehmen erhalten die Gelegenheit, ihre Wachstumsidee vor einer Jury zu präsentieren. Die Jury wählt die besten drei Wachstumsprojekte aus, die dann im Rahmen einer feierlichen Prämierungsfeier ausgezeichnet werden.

(3) Weitere Details zum Inhalt und der Ablauf von AC² – die Wachstumsinitiative sind auf der Internetseite www.gruenderregion.de zu finden bzw. unter den oben angegebenen Kontaktmöglichkeiten bei der GründerRegion Aachen erhältlich.

2. Teilnahme und Anmeldung

(1) Teilnehmen kann jedes am Markt etablierte Unternehmen mit Sitz in der Wirtschaftsregion Aachen (Stadt Aachen, StädteRegion Aachen, Kreis Düren, Kreis Euskirchen, Kreis Heinsberg). Das Unternehmen sollte mindestens 1 Jahr am Markt sein und zumindest eine Vage Wachstumsidee haben.

(2) Unternehmen, die zwei Mal die gleiche Wachstums-idee eingereicht oder bereits mit ihrer Idee einen der drei Wachstumspreise gewonnen haben, sind mit dieser Idee vom Wettbewerb ausgeschlossen.

(3) Je Unternehmen kann nur eine Anmeldung zu AC² – die Wachstumsinitiative eingereicht werden.

(4) Für die Teilnahme ist eine Anmeldung per E-Mail oder Post bei der GründerRegion Aachen mit dem ausgefüllten Anmeldebogen für AC² – die Wachstumsinitiative erforderlich. Das Unternehmen hat der GründerRegion Aachen solche Änderungen unverzüglich mitzuteilen, die sich während AC² – die Wachstumsinitiative zu den Angaben auf dem Anmeldebogen ergeben.

(5) Ein Anspruch auf Teilnahme an AC² – die Wachstumsinitiative bzw. auf Durchführung von AC² – die Wachstumsinitiative besteht nicht. Die GründerRegion Aachen behält sich insbesondere das Recht vor, Anmeldungen für AC²

– die Wachstumsinitiative – ohne Angaben von Gründen – nicht zu berücksichtigen.

(6) Dem Teilnehmer steht es frei, sich jederzeit von AC² – die Wachstumsinitiative wieder abzumelden.

(7) Bei AC² – die Wachstumsinitiative werden nur Wachstumspläne berücksichtigt, die rechtzeitig zum Abgabetermin (20.03.2023) sowie vollständig nach den formalen Vorgaben bei der GründerRegion Aachen vorliegen. Checklisten und Formularblätter stehen auf der Internetseite der GründerRegion Aachen unter „www.gruenderregion.de“ bereit. Für die Rechtzeitigkeit gilt der Zeitpunkt des Eingangs bei der GründerRegion Aachen.

(8) Erstellung von Videos
Im Auftrag der GründerRegion wird die Pathfinder Studios Filmproduktion GmbH mehrere AC² Videos unter Mitwirkung der Teilnehmer erstellen. Mit der Anmeldung zur Teilnahme an AC² – die Wachstumsinitiative erkennt der Teilnehmer die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Pathfinder Studios unter Unsere AGB (pathfinder-studios.de) an. Die GründerRegion Aachen und die Pathfinder Studios sind für die Inhalte und die Endfassung des Videos verantwortlich. Einer Zustimmung des Teilnehmers bedarf es nicht. Der Teilnehmer überträgt bereits zum Zeitpunkt der Anmeldung alle Auswertungsrechte des vor Ort aufgenommenen Materials auf inhaltlich, zeitlich und örtlich unbeschränkter Basis, insbesondere die uneingeschränkten Archivierungs-, Bearbeitungs-, Vervielfältigungs-, Verbreitungs- und Verkaufsrechte sowie die Rechte zur Zurverfügungstellung auf Abruf sowie das Rechte, diese Rechte ganz oder teilweise zu übertragen an die Pathfinder Studios. Insbesondere die Veröffentlichungs- und die Senderechte haben die Pathfinder Studios auf zeitlich und örtlich uneingeschränkter Basis an die GründerRegion Aachen und deren Träger übertragen.

(9) Soweit die GründerRegion Aachen darum bittet, Material für Veröffentlichungen zur Verfügung zu stellen, können keine Aufwandsentschädigungen oder Entgelte entrichtet werden.

(10) Ein Anspruch auf Rücksendung der eingereichten Unterlagen besteht nicht.

3. Leitfaden

(1) Die GründerRegion Aachen stellt den teilnehmenden Unternehmen einen Leitfaden zur Verfügung, der als Hilfestellung für die Erstellung der einzureichenden tragfähigen und aussagekräftigen Unterlagen genutzt werden kann, zur Verfügung

(2) Durch die Bereitstellung der im Leitfaden präsentierten Informationen entsteht keinerlei geschäftliche oder andersartige vertragliche Beziehung zwischen dem Benutzer und der GründerRegion Aachen. Alle Informationen, die im Leitfaden und den dazugehörigen Formblättern und Checklisten enthalten sind, wurden von der GründerRegion Aachen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit der hinterlegten Informationen übernimmt die GründerRegion Aachen keine Haftung. Die GründerRegion Aachen schließt daher die Haftung für Schäden aus, die sich direkt oder indirekt aus der Verwendung des Leitfadens und der darin enthaltenen Informationen ergeben können. Hiervon ausgenommen ist die Haftung für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit. Entscheidungen auf Basis der präsentierten Informationen erfolgen auf eigenes Risiko.

4. Veranstaltungen zu den Themen Wachstum und Innovation

(1) Während des Wettbewerbszeitraumes finden verschiedene Veranstaltungen zu den Themen Wachstum und Innovation statt, bei denen neben Fachvorträgen zu unternehmensspezifischen Themen außerdem die Gelegenheit zum Austausch mit anderen Unternehmern und Beratern besteht.

(2) Die Teilnahme an den genannten Veranstaltungen steht allen interessierten Unternehmern nach einfacher vorheriger Anmeldung bei der GründerRegion Aachen zu dem jeweiligen Termin offen.

(3) Die GründerRegion Aachen wählt die Referenten der einzelnen Veranstaltungen sorgfältig aus. Die GründerRegion Aachen haftet nicht für die Richtigkeit der Informationen, die während der genannten Veranstaltungen vermittelt werden.

5. Prämierung

(1) Die GründerRegion Aachen sowie die von ihrem eingesetzten Gutachter und Jurymitglieder entscheiden über die eingereichten Unterlagen nach freiem Ermessen, wobei die Entscheidung keiner Begründung bedarf.

(2) Die erst-, zweit- und drittplatzierten Unternehmen erhalten jeweils eine Geldprämie. Die Geldprämie wird unmittelbar nach der Prämierung auf das von dem Unternehmen angegebene Konto ausgezahlt.

(3) Die Beachtung steuerlicher Vorschriften im Zusammenhang mit der Auszahlung der Geldprämien liegt im Verantwortungsbereich des ausgezeichneten Unternehmens.

6. Rechte an den eingereichten Unterlagen

Das teilnehmende Unternehmen bzw. dessen Vertreter garantieren, Inhaber der erforderlichen Rechte an den eingereichten Unterlagen bzw. deren Inhalten zu sein. Sind das teilnehmende Unternehmen oder seine Vertreter nicht alleinige Urheber oder Rechteinhaber, wird ausdrücklich erklärt, dass die für die Teilnahme an AC² – die Wachstumsinitiative erforderlichen Rechte vorliegen.

7. Haftung und Freistellung

(1) Sofern Unterlagen bei der GründerRegion Aachen eingereicht werden, garantiert das Unternehmen und dessen Vertreter, dass keine Inhalte übersendet werden, deren Bereitstellung oder Nutzung gegen geltendes Recht oder Rechte Dritter verstößt. Das teilnehmende Unternehmen stellt die GründerRegion Aachen von Ansprüchen gleich welcher Art frei, die aus der Rechtswidrigkeit von Inhalten resultiert, die für den die eingereichten Unterlagen verwendet wurden. Die Freistellungsverpflichtung umfasst auch die Verpflichtung, die GründerRegion Aachen von Rechtsverteidigungskosten (z.B. Gerichts- und Rechtsanwaltskosten) vollständig freizustellen.

(2) Wenn und soweit über die GründerRegion Aachen Kontakte zu Beratern vermittelt werden, kann eine Haftung für die Beratungsinhalte durch die GründerRegion Aachen nicht übernommen werden. Insoweit stellt die GründerRegion Aachen lediglich den Kontakt zu den Beratern her. Jeder Berater hat eine Verpflichtungserklärung

zur Vertraulichkeit unterschrieben, für deren Einhaltung die GründerRegion Aachen keine Gewähr übernehmen kann. Diese Haftungsbeschränkungen bzw. –ausschlüsse gelten nicht, wenn und soweit die GründerRegion Aachen vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt hat. Beanstandungen im Rahmen der Beratungen sind unmittelbar mit dem Berater zu klären.

8. Ausschluss von der Teilnahme

(1) Ein Verstoß gegen diese Teilnahmebedingungen berechtigt die GründerRegion, das jeweilige Unternehmen von der Teilnahme auszuschließen. Dies gilt insbesondere, wenn falsche Angaben gemacht werden oder verwendete Inhalte geltendes Recht oder Rechte Dritter verletzen. Gleiches gilt bei Inhalten, die als gewaltverherrlichend, anstößig, belästigend oder herabwürdigend angesehen werden können oder in sonstiger Weise gegen das gesellschaftliche Anstandsgefühl verstoßen.

(2) Ein Ausschluss von der Teilnahme durch die GründerRegion Aachen ist bei Vorliegen der nach Absatz 1 beschriebenen Gründe auch noch nach Beendigung von AC² – die Wachstumsinitiative möglich.

(3) Handelt es sich bei dem ausgeschlossenen Unternehmen um ein bereits prämiertes teilnehmendes Unternehmen, kann die Geldprämie nachträglich aberkannt werden.

9. Schlussbestimmungen

(1) Sollten die Teilnahmebedingungen unwirksame Regelungen enthalten, bleibt die Wirksamkeit der Bedingungen im Übrigen unberührt.

(2) Es gilt deutsches Recht. Ein Rechtsweg zur Überprüfung der Prämierung wird ausgeschlossen.

AC²

GRÜNDUNG
WACHSTUM
INNOVATION

havaCos

Anmeldung und weitere Informationen

Anmeldeunterlagen finden Sie im
Download-Bereich unter:
www.ac-quadrat.de

Sie können das Formular auch gerne
telefonisch bestellen unter: **0241 4460-350**

GründerRegion Aachen
Theaterstraße 6–10, 52062 Aachen
Telefon: 0241 4460-350
E-Mail: info@gruenderregion.de
www.gruenderregion.de
www.ac-quadrat.de



ein Projekt der GründerRegion Aachen



Partner AC²



IMPRESSUM

AC² – die Wachstumsinitiative ist ein Projekt der GründerRegion Aachen
Herausgeber: GründerRegion Aachen | V.i.S.d.P. Christian Laudenberg
Redaktion: Havva Coskun-Dogan, Marc-André Mainz, Patrick Paulus