

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Inhaltsverzeichnis.....	7
Abkürzungsverzeichnis.....	13
Kapitel 1: Gründungsfragen aus der Praxis	17
1.1 Voraussetzungen erfolgreicher Gründungen	19
1.2 Anreize und negative Aspekte des Unternehmertums	22
Kapitel 2: Wege der Existenzgründung.....	23
2.1 Selbständigkeit und Risiko	25
2.1.1 Nebenerwerbsgründung.....	25
2.1.2 Vollerwerbsgründung	28
2.1.3 Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus.....	29
2.1.4 Scheinselbständigkeit	31
2.2 Gründungsarten	32
2.2.1 Unternehmensneugründung.....	33
2.2.2 Unternehmenskauf.....	33
2.2.3 Beteiligung.....	40
2.2.4 Ausgründung.....	41
2.2.5 Management-Buy-Out/Buy-In.....	41
2.2.6 Franchising.....	42

Kapitel 3: Finanzierung und Förderung	45
3.1 Aufgaben der Finanz- und Finanzierungsplanung	47
3.2 Absatz- und Umsatzplanung	49
3.2.1 Absatz-/Mengenplanung	49
3.2.2 Der Verkaufspreis	51
3.2.3 Umsatzplanung	52
3.3 Startkapital und Kapitalbedarfsplanung	58
3.3.1 Investitionsbedarfsplanung	60
3.3.2 Betriebsmittelbedarfsplanung	67
3.3.3 Planung des privaten Kapitalbedarfs	73
3.3.4 Umfassende Kapitalbedarfsplanung	75
3.4 Betriebliche Kosten- und Erfolgsplanung	77
3.4.1 Betriebliche Kostenplanung	78
3.4.2 Betriebliche Erfolgsplanung	84
3.4.3 Die Gewinnschwelle	86
3.5 Finanzierungsstruktur und Mittelherkunft	89
3.5.1 Finanzierung durch Eigenkapital	90
3.5.2 Finanzierung durch mezzanines Kapital	96
3.5.3 Finanzierung durch Fremdkapital	98
3.6 Förderung	105
3.6.1 Voraussetzungen für die Förderung	106
3.6.2 Gründungs- und Wachstumsförderung	107
3.6.3 Beratungsförderung	110
3.7 Liquiditätsplanung und Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit	112
3.7.1 Finanzielles Gleichgewicht als Grundlage der Zahlungsfähigkeit	113
3.7.2 Erstellung des Liquiditätsplans	115
3.8 Vorbereitung des Bankengesprächs	117

Kapitel 4: Steuern und Formalitäten.....	121
4.1 Rechtsformwahl.....	123
4.1.1 Einzelunternehmer.....	124
4.1.2 Freiberufler.....	126
4.1.3 Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)	127
4.1.4 Offene Handelsgesellschaft (OHG)	131
4.1.5 Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH).....	132
4.1.6 Unternehmergesellschaft (UG haftungsbeschränkt).....	136
4.2 Wichtige Steuern	139
4.2.1 Umsatzsteuer	140
4.2.2 Einkommensteuer	147
4.2.3 Gewerbesteuer	154
4.2.4 Körperschaftsteuer	155
4.3 Formalitäten	157
4.3.1 Buchhaltung und Verwaltungsformalitäten, Gewinnermittlungsarten	157
4.3.2 Ausstellung einer korrekten Rechnung	158
4.3.3 Aufzeichnungspflichten des Unternehmers	159
4.3.4 Fragebogen zur steuerlichen Erfassung.....	160
 Kapitel 5: Rechnungswesen im Betrieb	 173
5.1 Rechnungswesen als Informationsinstrument.....	175
5.2 Finanzbuchhaltung und Jahresabschluss	178
5.2.1 Buchführungspflicht	178
5.2.2 Einnahmenüberschussrechnung.....	179
5.2.3 Aufbewahrungspflicht und Fristen	181
5.2.4 Inventur und Inventar	181
5.2.5 Die doppelte Buchführung	185
5.2.6 Der handelsrechtliche Jahresabschluss	186

5.3	Kosten- und Erlösrechnung	196
5.3.1	Kostenartenrechnung	198
5.3.2	Kostenstellenrechnung	200
5.3.3	Kostenträgerrechnung	202
5.4	Grundzüge des Controlling	211
Kapitel 6: Personal- und Arbeitsorganisation.....		215
6.1	Personalmanagement	217
6.1.1	Personalplanung.....	218
6.1.2	Personalrekrutierung.....	224
6.1.3.	Gestaltung von Arbeitsverträgen und Personalverwaltung.....	232
6.1.4	Personalaus- und -weiterbildung	246
6.1.5	Arbeitsrechtliche Aspekte/Auflösung von Arbeitsverhältnissen	252
6.2	Strukturierte Arbeitsorganisation	261
6.2.1	Aufgabendefinition	262
6.2.2	Aufgabenstruktur festlegen.....	263
6.2.3	Ergebnisbewertung und -präsentation	265
6.3	Zeitmanagement.....	268
Kapitel 7: Marketing		272
7.1	Definition Marketing	273
7.1.1	Marktorientierte Konzeption.....	273
7.1.2	Marketingziele	275
7.2	Marktforschung und Marktanalyse.....	277
7.2.1	Zielgruppen und Kaufverhalten	279
7.2.2	Markt und Wettbewerb	281
7.2.3	Erfolgspotenzial und Ressourcen	289
7.2.4	SWOT-Analyse	290
7.3	Marketingstrategien.....	292
7.3.1	Marktsegmentierungsstrategien	293

7.3.2	Wettbewerbsstrategien	294
7.3.3	Produkt-Markt-Strategien	295
7.4	Marketingpolitische Instrumente	298
7.4.1	Produktpolitik	300
7.4.2	Preispolitik	304
7.4.3	Kommunikationspolitik	310
7.4.4	Vertriebspolitik	314
7.5.	Corporate Identity	315
 Kapitel 8: Der Businessplan – ein Beispiel.....		319
8.1	Inhalt und Struktur	321
8.2	Das Beispiel „Naturdesign“	322
8.2.1	Ausgangssituation.....	323
8.2.2	Beispiel-Businessplan Schreinerei Peter Huber „Naturdesign“	327
 Literaturverzeichnis		353
Stichwortverzeichnis		363
Autorendaten		369