

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	7
Einführung	21
Über dieses Buch	21
Konventionen in diesem Buch	22
Was Sie nicht lesen müssen	22
Törichte Annahmen über den Leser	22
Wie dieses Buch aufgebaut ist	22
Teil I: Wer selbstständig ist, sollte es auch werden	23
Teil II: Der Startschuss für die Selbstständigkeit: Die Geschäftsidee	23
Teil III: Fakten, Zahlen, Rechnungen: Warum der Business-Plan so wichtig ist	23
Teil IV: Das Schmiermittel zum Erfolg: Die Förderhilfen	23
Teil V: Jetzt geht's los – Endlich wird gegründet	23
Teil VI: Das verflixte erste Jahr – Jeden Tag was unternehmen	23
Teil VII: Der Top-Ten-Teil	24
Anhang	24
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden	24
Wie es weitergeht	25
Auf der CD und zum Download	25
Teil I	
Wer selbstständig ist, sollte es auch werden	27
Kapitel 1	
Ich werde mein eigener Chef!	29
Die Phase der Entscheidung	29
Die zündende Idee	30
Orientierungshilfen – Bücher, Internet, Berater	31
Die Marktforschung: Wartet die Welt auf meine Idee?	31
Ein Markt für Millionen	31
König Kunde	32
Knallharte Konkurrenz	33
Ohne Plan läuft nichts	33
Form und Inhalt	34
Wegweiser für die Zukunft	35
Startgeld – Damit es in der Kasse klingelt	35
Fremde Kassenfüller	36
Der Staat hilft mit	36

Wege durch den rechtlichen Dschungel	37
Formularstau auf dem Schreibtisch	38
Zu Hause noch mehr Formulare	38
Jetzt geht's endlich los!	39
Alltägliche Aufgaben	39
Bloß nicht nachlassen!	41

Kapitel 2

Tugend, Talent, Temperament – Bin ich eine Gründerpersönlichkeit? 43

Seien Sie kritisch mit sich selbst	43
Erkennen Sie Ihre eigene Motivation	44
Finden Sie Ihre eigenen Stärken	46
Sind Sie ein Einzelkämpfer oder Teamplayer?	47
Bin ich ein Teamplayer?	48
Die Vorteile einer Gründung im Team	49
Die Nachteile einer Gründung im Team	50
Was Gründerteams regeln müssen	51

Teil II

Der Startschuss für die Selbstständigkeit: Die Geschäftsidee 53

Kapitel 3

Vom Traum zur Wirklichkeit 55

Egal, wie! Aber machen Sie es gut!	55
Aus Erfahrung gut: Der Weg zur Selbstständigkeit in der eigenen Branche	55
Aus Leidenschaft gut: Machen Sie Ihr Hobby zum Beruf	56
Aus Beobachtung gut: Die Übertragung ausländischer Geschäftsideen	57
Aus Überzeugung gut: Der Sprung ins kalte Wasser	58
Innovation oder Imitation: Wie neu muss ein Geschäftskonzept sein?	59
Patentiert oder patent: Die Suche nach der Alleinstellung	59
Geschützter Wettbewerbsvorsprung:	
Patente, Markenrechte & Co. als Startkapital	60
Für wen der Schutz sich lohnt	61
Wege in die Selbstständigkeit	62
Selbstversuch: Mein neues Unternehmen und ich	62
Selbstständigkeit light: Freelancer/Freiberufler	62
Selbstständigkeit mit starkem Partner: Franchise	65
Selbstständigkeit mit altem Partner: Unternehmensnachfolge	67
Selbstständigkeit mit vertrautem Partner: Management-Buy-out	71

Kapitel 4

Machen Sie sich über den Markt schlau 73

- Die nackten Zahlen: So grenzen Sie Ihren Markt ein 73
- Die Herren der Zahlen: Anlaufstellen für Ihre Marktforschung 73
- Ein Blick sagt mehr als 1000 Studien 74
- Rechnen mit Marktdaten – Vom Marktvolumen zur Absatzchance 76

Kapitel 5

Seine Majestät, der Kunde 79

- So definieren Sie Ihre Zielgruppe 79
- Spionieren Sie Ihren Kunden hinterher 80
 - Was gute Kunden von schlechten Kunden unterscheidet 80
 - Jeder Kunde träumt – finden Sie heraus, wovon 81
 - Lernen Sie mehr über Ihre Kunden 82
 - Die Wunschzettel der Kunden 84
- Kunden verführen und fesseln 85
 - Rational, irrational, emotional 86
 - Das Elevator-Statement: Warum bin ich der beste Partner meines Kunden? 87

Kapitel 6

Die Konkurrenz schläft nicht 89

- Erkennen Sie Ihre Wettbewerber 89
- Kampf um Kunde, Produkt oder Strategie – Wer tatsächlich Konkurrenz macht 90
 - So ähnlich und doch so verschieden 90
 - Wer nicht fragt, bleibt dumm 90
 - Was hast du, was ich nicht habe? 91
- Analysieren Sie das Potenzial Ihrer Wettbewerber 92
- Beobachten Sie die Strategien Ihrer Wettbewerber 95
- Welche Aktionen plant Ihre Konkurrenz? 96
- Welche Ziele verfolgt Ihre Konkurrenz? 96
- Kontern Sie im Konkurrenzkampf 97
 - Zahlen und Fakten sprechen lassen – Wo der Einsatz gegen die Wettbewerber lohnt 98
 - Preise, Rabatte, Marketing – Vielerlei Mittel für den Kampf 98

Teil III

Fakten, Zahlen, Rechnungen: Warum der Business-Plan so wichtig ist 101

Kapitel 7

Ohne Plan kein Ziel 103

- Die Fibel für die Gründung – Der Business-Plan 103
- Was will ich eigentlich – Legen Sie Ihre Ziele fest 105

Legen Sie Zielvorgaben für Ihr Unternehmen fest	105
Legen Sie Zielvereinbarungen für Ihr Unternehmen fest	108
Was soll ich tun? Ich habe meine Zielvereinbarung verschludert	109
Beschreiben Sie Ihre Geschäftsidee	109
Was biete ich Markt und Kunden?	110
Weitere wichtige Bausteine für Ihren Business-Plan	113
Und so stimmen auch die Finanzen	116
Money, money, money – So erzielen Sie Umsätze	117
Welche Kosten entstehen dabei?	117
Wie erziele ich Gewinn?	119
Welche Auswirkungen hat das auf die Liquidität?	120

Kapitel 8

Jetzt geht's um die Kohle

123

Die wichtigsten Kostenfaktoren auf einen Blick	123
Günstige Waren und Material verzweifelt gesucht!	124
Löhne und Gehälter – Ein großer Brocken	125
Mietkosten – Ohne ein Dach über dem Kopf geht nichts	126
Up and away – Firmenwagen und Reisekosten strapazieren das Budget	127
IT und Kommunikation – Quasselstrippen aufgepasst	127
Versicherungen, Steuern und Zinsen – Konzerne, Staat und Kreditinstitute verdienen mit	128
Zahlenspiele – So ermitteln Sie die Finanzlage Ihres Unternehmens übersichtlich und exakt	130
Muss: Der Business-Plan	130
Soll und Ist: Das Budget	131
Einmal pro Jahr wird abgerechnet: Gewinn und Verlust	134
Und jetzt wird die Bilanz gezogen	135
Käsch in de Täsch – oder: Wie flüssig bin ich?	137

Kapitel 9

In Alternativen denken – Szenarien für das erste Jahr

141

Hilfe, mein Markt verändert sich	141
Wie Sie Szenarien entwickeln	142
Die Innovationsfalle – Neue Produkte verändern den Markt	143
Die Preisfalle – Neue Strukturen ermöglichen neue Preise	143
Die Personalfalle – Wenn Leistungsträger abwandern	144
An der Speerspitze der Veränderung – Was Sie selbst ändern können	145
Ein Produkt – Mehrere Produkte	145
Ein Mitarbeiter – Mehrere Mitarbeiter	146
National – International	147

Teil IV**Das Schmiermittel zum Erfolg: Die Förderhilfen 149****Kapitel 10****Das Startgeld 151**

Ein erster Überblick über die Finanzen	151
Mögliche Quellen für das Startkapital	153
Finanzierung aus eigener Kraft	153
Mit dem eigenen Auto und dem eigenen Computer starten	154
Die entscheidende Rolle der 3Fs	154
Die Höhe des Startkapitals	156
Was der Gesetzgeber fordert	156
Rechnen mit Reserve – Die Finanzplanung für die ersten Monate	157

Kapitel 11**Startgeld vom Staat 161**

Lassen Sie sich doch einfach vom Staat fördern	161
Gewusst wie – Grundregeln der Förderung von Gründungen	162
Die Anlaufstelle: Das Hausbankprinzip	162
Die Sicherheiten: Die Primärhaftung	162
Die Voraussetzung: Die Eigenmittel	163
Der Zeitpunkt der Antragstellung: Die Vorbeginnsklausel	163
Das Ziel: Die Vollexistenz	163
Ran an die Kohle – Die wichtigsten Programme für Existenzgründer	163
Kapital für Gründung von der KfW	163
Startgeld der KfW Mittelstandsbank	164
Mikrodarlehen: Wenig Geld, aber schnell	164
Gute Worte statt Geld: Das Gründercoaching	164
Landesförderungen – Die Tätigkeit der LfAs	164
Arbeitsämter – Gründerzuschuss statt Ich-AG	165
Hightech-Gründerfonds – Ein neuer Topf für neue Ideen	165
Nicht nur Bares ist Wahres: Gründerzentren und andere Sachleistungen	166

Kapitel 12**Anklopfen erlaubt – Private Geldgeber 169**

Erste Gehversuche – Was Business-Plan-Wettbewerbe bringen	169
Die wichtigsten Wettbewerbe im Überblick	170
Studenten und Studierende – Wer an Business-Plan-Wettbewerben teilnehmen sollte	171
Wenn Engel kommen – Die Rolle von Business Angels	172
Was sind Business Angels?	172
Wie findet man einen Business Angel?	172
Welche Nachteile das Engagement eines Business Angels mit sich bringt	173

Wenn Profis verhandeln – Die Rolle von Venture Capital	174
Wer Venture Capital bekommt	174
Dos and Don'ts im Umgang mit den Profis	175
So bekommen Sie Venture Capital	176
Vor- und Nachteile der Wachstumsprofis im Überblick	177
Wenn Apparate handeln – Die Rolle von Banken und Sparkassen	177
Was Banken finanzieren	177
Gut gewappnet ins Gespräch mit der Bank	178
Verständnis für die Bank – Was Kreditinstitute bei einem Rating prüfen	179
Wo es sonst noch Geld gibt: Alternative Finanzierungsformen	180
Der Wert der Forderungen: Factoring	180
Vom ersten Tag interessant: Leasing	181
Der teure Klassiker: Kredit vom Lieferanten	182

Kapitel 13

Ein kurzer Blick auf die privaten Finanzen **185**

Versicherungen – Schutz vor dem Fall der Fälle	186
Privat oder gesetzlich? – Krankenversicherung	186
Mitten aus einem blühenden Leben: Risikolebensversicherung	190
Für die Zeit danach: Altersvorsorge/Rentenversicherung	190
Wenn das Schicksal zuschlägt: Berufsunfähigkeit und Unfall	193
Stellen Sie sich vor, Sie werden berufsunfähig	193
Lohnt sich eine reine Unfallversicherung?	195
Das Finanzamt – Vom ersten Tag an dabei	196
Welche Steuern Gründer zahlen	196
Welche Betriebsausgaben die Steuerzahlungen reduzieren	200

Teil V

Jetzt geht's los – endlich wird gegründet **205**

Kapitel 14

Vom Notar zur Bank: Die ersten formellen Schritte als Unternehmer **207**

OHG, AG, GmbH & Co. KG, Ltd.: Welche Rechtsform eignet sich für Ihr Unternehmen?	207
Beantworten Sie sich selbst erst ein paar Fragen	208
Und dann fragen Sie noch andere	209
Im Dschungel der Rechtsformen	209
Einzelunternehmen – alleine stark	210
Personengesellschaft: mehrere Gründer – ein Team	211
Offene Handelsgesellschaft (OHG) – die »Königin der Kaufleute«	216
Die Kommanditgesellschaft (KG) – ein Chef und seine Geldgeber	217
Die Private Company Limited by Shares (Ltd.) – die englische Variante der deutschen GmbH	218

Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) – einige Pflichten, viele Vorteile	219
Was GmbH und Einzelunternehmen und Personengesellschaft unterscheidet	220
Die Aktiengesellschaft (AG) – für Existenzgründer fast immer eine Nummer zu groß	225
Nomen est omen – die Namenswahl	227
Ihr Recht auf einen guten Namen – formelle Vorgaben	227
Der Name ist doch schön! Wer hat denn etwas dagegen?!	230
Der unsichtbare Dritte – Markenrechte & Co	231
Welche Behörde was wissen muss	233
Gewerbeamt	233
Das Gewerbeaufsichtsamt	235
Industrie- und Handelskammer/Handwerkskammer	235
Arbeitsamt	236
Sozialversicherungsträger	236
Finanzamt	237
Kapitel 15	
<i>Vom Türschild ins Web: Die ersten praktische Schritte</i>	239
Die Wahl des Standorts	239
Alles eine Frage der Lage – Das Erfolgsrezept im Handel	239
Billig, billig, billig – Die Wahl des ersten Büros	241
Das Büro auf der Bettkante – Für wen ein Home Office taugt	242
Auf Wachstum programmiert – Die Standortwahl für größere Unternehmen	243
Die Wahl des eigenen Auftritts	244
Wie ich zu einer eigenen CI komme	244
Wie Sie professioneller wirken: Visitenkarten, Briefpapier und so	246
Wo kommt was wie ins Web?	248
Und was ist mit Facebook & Co?	249
Richtig beraten bei Steuern und Verträgen	252
Der richtige Anwalt für Sie	252
So finden Sie den richtigen Steuerberater	253
Teil VI	
<i>Das verflixte erste Jahr – jeden Tag was unternehmen</i>	255
Kapitel 16	
<i>Wie Sie den Überblick über Zeit und Zahlen bewahren</i>	257
Unverzichtbare Zahlenspiele I	257
Tag der Wahrheit: Die monatliche BWA	257
Soll und Ist – Was die BWA noch leistet	259
Nur Bares ist Wahres: Die zentrale Rolle der Liquiditätsplanung	261

Nur ein zahlender Kunde ist ein guter Kunde: Das Forderungsmanagement	263
Darf ich Sie höflich daran erinnern, dass ...	263
Wenn es sein muss, gehe ich durch alle Instanzen!	265
Vorsicht vor Selbstausbeutung: Behalten Sie kalkulatorische Kosten im Griff	266
Zahlenspiele: Wie Sie auf einen Blick erkennen, ob Ihr Betrieb gut läuft	266
Würden Sie mich weiterempfehlen? Die Kundenbindung	269
Wollen Sie mich kennen lernen? Die Akquise	270
Unverzichtbare Zeiteinteilung	270

Kapitel 17

Wie sich Gründer das Unternehmerleben erleichtern **273**

Planen Sie Ihren Arbeitsalltag!	273
So planen Sie Ihren Tag	274
Die Technik des Planens	274
Platz für das Ungewisse und für das Gewisse!	275
Priorisieren, delegieren, negieren – Wie man in den ersten Monaten besteht	276
Die hohe Kunst des Delegierens	277
Die ebenso hohe Kunst des Negierens	277
Den Kunden stets im Blick	278
Wo du bist, da will auch ich sein	279
Kommissar Zufall	279
Woher nehmen, wenn nicht stehlen?	279
Darf ich mich vorstellen ...?	280
Der Weg zu einer ausgeglichenen Kundenstruktur	281
Ich mache ARPU und du?	282
So einfach wie das ABC – die ABC-Analyse	282
Ein Freund, ein echter Freund ...	282
Die klassische Welt der Rotarier, Innungen & Co.	283
Xingen statt Golfen – Die Welt der Online-Netzwerke	284
Mitarbeiter machen stark	284

Kapitel 18

365 + 1 – Was sich im zweiten Unternehmerjahr ändert **287**

Wie gut ist Ihr Geschäftsmodell wirklich?	287
Am Markt etabliert?	288
Treu, treu, treu sind alle meine Kunden	289
Aller Anfang ist schwer	292
Wie gut ist meine Organisation?	293
Wenn die Einnahmen kleiner als die Ausgaben sind	294
Schluss mit der Kohle vom Staat	295
Besser planen mit mehr Erfahrung – Das zweite Budget	296

Kapitel 19
Mitarbeiter finden und binden
297

Teamplayer oder Querulant – was will ich eigentlich von meinem Mitarbeiter?	297
Wie Sie Ihre ersten Mitarbeiter finden	298
Wollen wir es gemeinsam probieren?	299
So binden Sie Ihre ersten Mitarbeiter	301

Teil VII
Der Top-Ten-Teil
305
Kapitel 20
Zehn Punkte, die Unternehmer regelmäßig checken müssen
307

Wie messe ich meinen Erfolg? Auf der Suche nach dem sicheren Halt	307
Wie viele neue Kunden lerne ich kennen? New Bizz ist alles	308
Mag mich mein Kunde? Kunden halten ist viel billiger als neue zu gewinnen	308
Alles auf Lager? Die großen Folgen kleiner Fehler im Einkauf	309
Heute schon geändert? Die hohe Kunst der permanenten Plan-Revision	309
Läuft es nach Plan? Der Blick auf die Zahlen	309
Habe ich noch Bargeld? Die unverzichtbare Liquiditätsplanung	310
Habe ich noch Reserven? Vorsorge für Finanzamt, Sozialkassen & Co	310
Sind meine Mitarbeiter motiviert? Von der inneren und äußeren Kündigung	311
Und sonst? Was passiert eigentlich am Markt?	311

Kapitel 21
Zehn Fallen, in die Sie nicht tappen sollten
313

Unrealistisch planen	313
Kundenwünsche ignorieren	314
Akquise vergessen	314
Konkurrenz missachten	315
Zu risikoreich agieren	315
Zu ängstlich agieren	316
Zu stur an Idee und Plan festhalten	316
Keine schöpferischen Pausen einlegen	317
Zu früh expandieren	317
Zu spät expandieren	317

Kapitel 22
Die zehn wichtigsten Internetadressen für Gründer
321

www.bmwi.de	321
www.existenzgruender.de	322
www.kfw.de	322

www.business-angels.de	322
www.deutscher-gruenderpreis.de	323
www.existenzgruender-netzwerk.de	323
www.dihk.de	324
www.gruendungskatalog.de	324
www.xing.de	325
www.123recht.net	325

Anhang A

Sauber planen: Ein Beispiel-Business-Plan 327

Das Elevator Statement	327
Die Dienstleistung	327
Die Gründer	329
Der Markt	329
Der Wettbewerb	330
Der Markteintritt	330
Das Marketing	330
Die Preispolitik	331
Die Organisation	331
Das Personal	331
Der Standort	332
Die Risiken und Chancen	332
Die Stärken und Schwächen	333
Die Finanzen	333

Anhang B

Hier hat's geklappt: Ein erfolgreiches Beispiel 337

Die Geschäftsidee	337
Die Gründung	337
Der Kapitalbedarf	338
Der erste Laden	338
Die ersten Schwierigkeiten	338
Die zweite Finanzierung	339
Der Durchbruch	339
Die Expansion	340
Die Erfahrung	340
Der Ausstieg	340
Das Fazit	341

Stichwortverzeichnis 343