

# Auf einen Blick

<b>Über die Autoren</b> .....	<b>9</b>
<b>Einführung</b> .....	<b>25</b>
<b>Teil I: Wer selbstständig ist, sollte es auch werden</b> .....	<b>31</b>
<b>Kapitel 1:</b> Ich werde mein eigener Chef! .....	33
<b>Kapitel 2:</b> Tugend, Talent, Temperament – bin ich eine Gründerpersönlichkeit? ...	47
<b>Teil II: Der Startschuss für die Selbstständigkeit:     Die Geschäftsidee</b> .....	<b>59</b>
<b>Kapitel 3:</b> Vom Traum zur Wirklichkeit .....	61
<b>Kapitel 4:</b> Machen Sie sich über den Markt schlau .....	81
<b>Kapitel 5:</b> Seine Majestät, der Kunde .....	87
<b>Kapitel 6:</b> Die Konkurrenz schläft nicht. ....	99
<b>Teil III: Fakten, Zahlen, Rechnungen:     Warum der Businessplan so wichtig ist</b> .....	<b>111</b>
<b>Kapitel 7:</b> Ohne Plan kein Ziel .....	113
<b>Kapitel 8:</b> Jetzt geht's um die Kohle .....	133
<b>Kapitel 9:</b> In Alternativen denken – Szenarien für das erste Jahr .....	151
<b>Teil IV: Das Schmiermittel zum Erfolg: Die Förderhilfen</b> .....	<b>161</b>
<b>Kapitel 10:</b> Das Startgeld .....	163
<b>Kapitel 11:</b> Startgeld vom Staat .....	173
<b>Kapitel 12:</b> Anklopfen erlaubt – private Geldgeber .....	181
<b>Kapitel 13:</b> Ein kurzer Blick auf die privaten Finanzen .....	199
<b>Teil V: Jetzt geht's los – endlich wird gegründet</b> .....	<b>221</b>
<b>Kapitel 14:</b> Vom Notar zur Bank: Die ersten formellen Schritte als Unternehmer. ....	223
<b>Kapitel 15:</b> Vom Türschild ins Web: Die ersten praktischen Schritte .....	255
<b>Teil VI: Das verflixte erste Jahr – jeden Tag     was unternehmen</b> .....	<b>273</b>
<b>Kapitel 16:</b> Wie Sie den Überblick über Zeit und Zahlen bewahren .....	275
<b>Kapitel 17:</b> Wie sich Gründer das Unternehmerleben erleichtern .....	291
<b>Kapitel 18:</b> 365 + 1 – was sich im zweiten Unternehmerjahr ändert .....	305
<b>Kapitel 19:</b> Mitarbeiter finden und binden .....	317

<b>Teil VII: Der Top-Ten-Teil</b> .....	<b>325</b>
<b>Kapitel 20:</b> Zehn Punkte, die Unternehmer regelmäßig checken müssen .....	327
<b>Kapitel 21:</b> Zehn Fallen, in die Sie nicht tappen sollten .....	333
<b>Kapitel 22:</b> Die zehn wichtigsten Internetadressen für Gründer .....	341
<b>Anhang A</b>	
<b>Sauber planen: Ein Beispiel-Businessplan</b> .....	<b>347</b>
<b>Anhang B</b>	
<b>Hier hat's geklappt: Zwei Erfolgsbeispiele</b> .....	<b>357</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>365</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Über die Autoren</b> .....	<b>9</b>
<b>Einführung</b> .....	<b>25</b>
Über dieses Buch.....	25
Konventionen in diesem Buch.....	26
Was Sie nicht lesen müssen.....	26
Törichte Annahmen über den Leser.....	26
Wie dieses Buch aufgebaut ist.....	27
Teil I: Wer selbstständig ist, sollte es auch werden.....	27
Teil II: Der Startschuss für die Selbstständigkeit: Die Geschäftsidee.....	27
Teil III: Fakten, Zahlen, Rechnungen: Warum der Businessplan so wichtig ist.....	27
Teil IV: Das Schmiermittel zum Erfolg: die Förderhilfen.....	27
Teil V: Jetzt geht's los – endlich wird gegründet.....	28
Teil VI: Das verflixte erste Jahr – jeden Tag was unternehmen.....	28
Teil VII: Der Top-Ten-Teil.....	28
Anhang.....	28
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden.....	28
Wie es weitergeht.....	29
Zum Download.....	29
<b>TEIL I</b>	
<b>WER SELBSTSTÄNDIG IST, SOLLTE ES AUCH WERDEN</b> .....	<b>31</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Ich werde mein eigener Chef!</b> .....	<b>33</b>
Die Phase der Entscheidung.....	34
Die zündende Idee.....	34
Orientierungshilfen – Bücher, Internet, Berater.....	35
Die Marktforschung: Wartet die Welt auf meine Idee?.....	36
Ein Markt für Millionen.....	36
König Kunde.....	37
Knallharte Konkurrenz.....	37
Ohne Plan läuft nichts.....	38
Form und Inhalt.....	39
Wegweiser für die Zukunft.....	39
Startgeld – damit es in der Kasse klingelt.....	40
Fremde Kassenfüller.....	40
Der Staat hilft mit.....	41
Wege durch den rechtlichen Dschungel.....	42
Formularstau auf dem Schreibtisch.....	43
Zu Hause noch mehr Formulare.....	43

Jetzt geht's endlich los! .....	44
Alltägliche Aufgaben .....	44
Bloß nicht nachlassen! .....	46

## **Kapitel 2**

### **Tugend, Talent, Temperament – bin ich eine**

<b>Gründerpersönlichkeit? .....</b>	<b>47</b>
Seien Sie kritisch mit sich selbst .....	48
Erkennen Sie Ihre eigene Motivation .....	48
Finden Sie Ihre eigenen Stärken .....	50
Sind Sie ein Einzelkämpfer oder Teamplayer? .....	52
Bin ich ein Teamplayer? .....	53
Die Vorteile einer Gründung im Team .....	53
Die Nachteile einer Gründung im Team .....	55
Was Gründerteams regeln müssen .....	55

## **TEIL II**

### **DER STARTSCHUSS FÜR DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT: DIE GESCHÄFTSIDE**

.....	<b>59</b>
-------	-----------

## **Kapitel 3**

### **Vom Traum zur Wirklichkeit**

<b>.....</b>	<b>61</b>
Egal, wie! Aber machen Sie es gut! .....	61
Aus Erfahrung gut: der Weg zur Selbstständigkeit in der eigenen Branche .....	61
Aus Leidenschaft gut: Machen Sie Ihr Hobby zum Beruf .....	62
Aus Beobachtung gut: die Übertragung ausländischer Geschäftsideen .....	63
Aus Überzeugung gut: der Sprung ins kalte Wasser .....	64
Innovation oder Imitation: Wie neu muss ein Geschäftskonzept sein? .....	66
Patentiert oder patent: die Suche nach der Alleinstellung .....	66
Geschützter Wettbewerbsvorsprung: Patente, Markenrechte & Co. als Startkapital .....	67
Für wen der Schutz sich lohnt .....	68
Wege in die Selbstständigkeit .....	69
Selbstversuch: Mein neues Unternehmen und ich .....	69
Selbstständigkeit light: Freelancer/Freiberufler .....	69
Selbstständigkeit mit starkem Partner: Franchise .....	73
Selbstständigkeit mit altem Partner: Unternehmensnachfolge .....	75
Selbstständigkeit mit vertrautem Partner: Management-Buy-out .....	79

<b>Kapitel 4</b>	
<b>Machen Sie sich über den Markt schlau</b> .....	<b>81</b>
Die nackten Zahlen: So grenzen Sie Ihren Markt ein .....	81
Die Herren der Zahlen: Anlaufstellen für Ihre Marktforschung .....	82
Ein Blick sagt mehr als 1.000 Studien .....	82
Rechnen mit Marktdaten – vom Marktvolumen zur Absatzchance .....	85
<b>Kapitel 5</b>	
<b>Seine Majestät, der Kunde</b> .....	<b>87</b>
So definieren Sie Ihre Zielgruppe .....	87
Spionieren Sie Ihren Kunden hinterher .....	88
Was gute Kunden von schlechten Kunden unterscheidet .....	89
Jeder Kunde träumt – finden Sie heraus, wovon .....	90
Lernen Sie mehr über Ihre Kunden .....	91
Die Wunschzettel der Kunden .....	93
Kunden verführen und fesseln .....	94
Rational, irrational, emotional .....	94
Das Elevator Statement: Warum bin ich der beste Partner meines Kunden? .....	96
<b>Kapitel 6</b>	
<b>Die Konkurrenz schläft nicht</b> .....	<b>99</b>
Erkennen Sie Ihre Wettbewerber .....	100
Kampf um Kunde, Produkt oder Strategie – wer tatsächlich Konkurrenz macht .....	100
So ähnlich und doch so verschieden .....	100
Wer nicht fragt, bleibt dumm .....	101
Was hast du, was ich nicht habe? .....	101
Analysieren Sie das Potenzial Ihrer Wettbewerber .....	102
Beobachten Sie die Strategien Ihrer Wettbewerber .....	106
Welche Aktionen plant Ihre Konkurrenz? .....	107
Welche Ziele verfolgt Ihre Konkurrenz? .....	107
Kontern Sie im Konkurrenzkampf .....	108
Zahlen und Fakten sprechen lassen – wo sich der Einsatz gegen die Wettbewerber lohnt .....	109
Preise, Rabatte, Marketing – vielerlei Mittel für den Kampf .....	109
<b>TEIL III</b>	
<b>FAKTEN, ZAHLEN, RECHNUNGEN: WARUM DER BUSINESSPLAN SO WICHTIG IST</b> .....	<b>111</b>
<b>Kapitel 7</b>	
<b>Ohne Plan kein Ziel</b> .....	<b>113</b>
Die Fibel für die Gründung – der Businessplan .....	114
Was will ich eigentlich – legen Sie Ihre Ziele fest .....	115

Legen Sie Zielvorgaben für Ihr Unternehmen fest . . . . .	115
Legen Sie Zielvereinbarungen für Ihr Unternehmen fest . . . . .	118
Was soll ich tun? Ich habe meine Zielvereinbarung verschludert. . . . .	119
Beschreiben Sie Ihre Geschäftsidee . . . . .	119
Was biete ich Markt und Kunden?. . . . .	120
Weitere wichtige Bausteine für Ihren Businessplan . . . . .	123
Und so stimmen auch die Finanzen . . . . .	126
Money, money, money – so erzielen Sie Umsätze . . . . .	127
Welche Kosten entstehen dabei?. . . . .	128
Wie erziele ich Gewinn?. . . . .	130
Welche Auswirkungen hat das auf die Liquidität?. . . . .	130

## Kapitel 8

### Jetzt geht's um die Kohle . . . . . **133**

Die wichtigsten Kostenfaktoren auf einen Blick . . . . .	133
Günstige Waren und Material verzweifelt gesucht! . . . . .	134
Löhne und Gehälter – ein großer Brocken. . . . .	135
Vertriebs- und Marketingkosten – von nichts kommt nichts. . . . .	136
Mietkosten – ohne ein Dach über dem Kopf geht nichts. . . . .	137
Up and away – Firmenwagen und Reisekosten strapazieren das Budget. . . . .	138
IT und Kommunikation – Quasselstrippen aufgepasst. . . . .	139
Versicherungen, Steuern und Zinsen – Konzerne, Staat und Kreditinstitute verdienen mit. . . . .	140
Zahlenspiele – so ermitteln Sie die Finanzlage Ihres Unternehmens übersichtlich und exakt. . . . .	142
Muss: Der Businessplan . . . . .	142
Soll und Ist: das Budget. . . . .	143
Einmal pro Jahr wird abgerechnet: Gewinn und Verlust . . . . .	145
Und jetzt wird Bilanz gezogen . . . . .	147
Käsch in de Täsch – oder: Wie flüssig bin ich? . . . . .	148

## Kapitel 9

### In Alternativen denken – Szenarien für das erste Jahr. . . . . **151**

Hilfe, mein Markt verändert sich. . . . .	151
Wie Sie Szenarien entwickeln. . . . .	152
Die Innovationsfalle – neue Produkte verändern den Markt . . . . .	153
Die Preisfalle – neue Strukturen ermöglichen neue Preise . . . . .	154
Die Personalfalle – wenn Leistungsträger abwandern. . . . .	154
An der Speerspitze der Veränderung – was Sie selbst ändern können. . . . .	156
Ein Produkt – mehrere Produkte. . . . .	156
Ein Produkt – mehr Service. . . . .	156
Ein Mitarbeiter – mehrere Mitarbeiter . . . . .	156
National – international. . . . .	158

<b>TEIL IV</b>	
<b>DAS SCHMIERMITTEL ZUM ERFOLG:</b>	
<b>DIE FÖRDERHILFEN .....</b>	<b>161</b>

**Kapitel 10**  
**Das Startgeld..... 163**

Ein erster Überblick über die Finanzen .....	164
Mögliche Quellen für das Startkapital .....	165
Finanzierung aus eigener Kraft .....	165
Mit dem eigenen Auto und dem eigenen Computer starten .....	166
Die entscheidende Rolle der 3Fs .....	167
Die Höhe des Startkapitals .....	169
Was der Gesetzgeber fordert .....	169
Rechnen mit Reserve – die Finanzplanung für die ersten Monate .....	170

**Kapitel 11**  
**Startgeld vom Staat .....** **173**

Lassen Sie sich doch einfach vom Staat fördern. ....	173
Gewusst wie – Grundregeln der Förderung von Gründungen .....	174
Die Anlaufstelle: das Hausbankprinzip .....	174
Die Sicherheiten: die Primärhaftung .....	174
Die Voraussetzung: die Eigenmittel. ....	175
Der Zeitpunkt der Antragstellung: die Vorbeginnsklausel .....	175
Das Ziel: die Vollexistenz. ....	175
Ran an die Kohle – die wichtigsten Programme für Existenzgründer .....	175
Kapital für die Gründung von der KfW: Der Klassiker. ....	176
Kapital für Gründung von der KfW: die zusätzliche Option .....	176
Mikrodarlehen: Wenig Geld, aber schnell. ....	176
Gute Worte statt Geld: das Gründungscoaching. ....	177
Landesförderungen – die Tätigkeit der LfAs .....	177
Arbeitsämter – Gründungszuschuss statt Stütze .....	177
High-Tech-Gründerfonds – ein neuer Topf für neue Ideen .....	178
Nicht nur Bares ist Wahres: Gründerzentren und andere Sachleistungen .....	179

**Kapitel 12**  
**Anklopfen erlaubt – private Geldgeber .....** **181**

Erste Gehversuche – was Businessplan-Wettbewerbe bringen .....	181
Die wichtigsten Wettbewerbe im Überblick .....	182
Studenten und Studierende – wer an Businessplan- Wettbewerben teilnehmen sollte .....	183
Wenn Engel kommen – die Rolle von Business Angels .....	184
Was sind Business Angels? .....	184
Wie findet man einen Business Angel? .....	185
Welche Nachteile das Engagement eines Business Angels mit sich bringt .....	185

Wenn alle mitmachen – das Crowdfunding . . . . .	186
Wenn Profis verhandeln – die Rolle von Venture-Capital . . . . .	187
Wer Venture-Capital bekommt . . . . .	188
Dos and Don'ts im Umgang mit den Profis . . . . .	189
So bekommen Sie Venture-Capital . . . . .	190
Vor- und Nachteile der Wachstumsprofis im Überblick. . . . .	190
Wenn Apparate handeln – die Rolle von Banken und Sparkassen . . . . .	191
Was Banken finanzieren . . . . .	191
Gut gewappnet ins Gespräch mit der Bank . . . . .	192
Verständnis für die Bank – was Kreditinstitute bei einem Rating prüfen . . . . .	193
Wo es sonst noch Geld gibt: alternative Finanzierungsformen . . . . .	194
Der Wert der Forderungen: Factoring. . . . .	194
Vom ersten Tag an interessant: Leasing. . . . .	194
Der teure Klassiker: Kredit vom Lieferanten . . . . .	195
Warum dennoch viele Unternehmer den Lieferantenkredit nutzen . . . . .	196

**Kapitel 13**  
**Ein kurzer Blick auf die privaten Finanzen . . . . . 199**

Versicherungen – Schutz vor dem Fall der Fälle . . . . .	200
Privat oder gesetzlich? – Krankenversicherung . . . . .	200
Mitten aus einem blühenden Leben: Risikolebensversicherung . . . . .	204
Für die Zeit danach: Altersvorsorge/Rentenversicherung . . . . .	205
Wenn das Schicksal zuschlägt: Berufsunfähigkeit und Unfall. . . . .	207
Stellen Sie sich vor, Sie werden berufsunfähig . . . . .	208
Lohnt sich eine reine Unfallversicherung? . . . . .	209
Das Finanzamt – vom ersten Tag an dabei . . . . .	211
Welche Steuern Gründer zahlen . . . . .	211
Welche Betriebsausgaben die Steuerzahlungen reduzieren . . . . .	215

**TEIL V**  
**JETZT GEHT'S LOS – ENDLICH WIRD GEGRÜNDET . . . . . 221**

**Kapitel 14**  
**Vom Notar zur Bank: Die ersten formellen Schritte als  
Unternehmer . . . . . 223**

OHG, AG, GmbH & Co. KG, Ltd.: Welche Rechtsform eignet sich für Ihr Unternehmen? . . . . .	224
Beantworten Sie sich selbst erst ein paar Fragen . . . . .	224
Und dann fragen Sie noch andere. . . . .	225
Im Dschungel der Rechtsformen. . . . .	225



Einzelunternehmen – allein stark .....	225
Personengesellschaft: mehrere Gründer – ein Team.....	227
Offene Handelsgesellschaft (OHG) – die »Königin der Kaufleute« .....	231
Die Kommanditgesellschaft (KG) – ein Chef und seine Geldgeber .....	232
Die Private Company Limited by Shares (Ltd.) – die englische Variante der deutschen GmbH .....	233
Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) – einige Pflichten, viele Vorteile .....	235
Was GmbH, Einzelunternehmen und Personengesellschaft unterscheidet .....	235
Die Aktiengesellschaft (AG) – für Existenzgründer fast immer eine Nummer zu groß .....	240
Nomen est omen – die Namenswahl .....	243
Ihr Recht auf einen guten Namen – formelle Vorgaben.....	243
Der Name ist doch schön! Wer hat denn etwas dagegen?! .....	246
Der unsichtbare Dritte – Markenrechte & Co.....	247
Welche Behörde was wissen muss .....	249
Gewerbeamt .....	249
Das Gewerbeaufsichtsamt .....	250
Industrie- und Handelskammer/Handwerkskammer.....	251
Arbeitsamt.....	252
Sozialversicherungsträger.....	252

## **Kapitel 15**

### **Vom Türschild ins Web: Die ersten praktischen Schritte ..... 255**

Die Wahl des Standorts.....	255
Alles eine Frage der Lage – das Erfolgsrezept im stationären Handel und für viele Dienstleister .....	255
Alles eine Frage der Vernetzung – das Erfolgsrezept im Onlinehandel .....	257
Billig, billig, billig – die Wahl des ersten Büros.....	258
Das Büro auf der Bettkante – für wen ein Homeoffice taugt .....	260
Auf Wachstum programmiert – die Standortwahl für größere Unternehmen .....	260
Die Wahl des eigenen Auftritts .....	262
Wie ich zu einer eigenen CI komme .....	262
Wie Sie professioneller wirken: Visitenkarten, Briefpapier und Co. ....	263
Der Weg ins Web .....	266
Verankerung in sozialen Netzwerken .....	267
Kommunikation über digitale Kanäle .....	269
Richtig beraten bei Steuern und Verträgen .....	270
Der richtige Anwalt für Sie .....	271
So finden Sie den richtigen Steuerberater .....	272

<b>TEIL VI</b>	
<b>DAS VERFLIXTE ERSTE JAHR – JEDEN TAG WAS</b>	
<b>UNTERNEHMEN</b> .....	<b>273</b>

<b>Kapitel 16</b>	
<b>Wie Sie den Überblick über Zeit und Zahlen bewahren</b> .....	<b>275</b>
Unverzichtbare Zahlenspiele .....	275
Tag der Wahrheit: die monatliche BWA .....	276
Soll und Ist – was die BWA noch leistet. ....	278
Nur Bares ist Wahres: die zentrale Rolle der Liquiditätsplanung .....	279
Nur ein zahlender Kunde ist ein guter Kunde: Das Forderungsmanagement .....	281
Darf ich Sie höflich daran erinnern, dass ... ..	282
Wenn es sein muss, gehe ich durch alle Instanzen! .....	282
Vorsicht vor Selbstausbeutung: Behalten Sie kalkulatorische Kosten im Griff .....	284
Zahlenspiele: Wie Sie auf einen Blick erkennen, ob Ihr Betrieb gut läuft .....	285
Würden Sie mich weiterempfehlen? Die Kundenbindung. ....	287
Wollen Sie mich kennenlernen? Die Akquise. ....	289
Unverzichtbare Zeiteinteilung .....	290

<b>Kapitel 17</b>	
<b>Wie sich Gründer das Unternehmerleben erleichtern</b> .....	<b>291</b>
Planen Sie Ihren Arbeitsalltag! .....	291
So planen Sie Ihren Tag. ....	292
Die Technik des Planens .....	292
Platz für das Ungewisse und für das Gewisse! .....	293
Priorisieren, delegieren, negieren – wie man in den ersten Monaten besteht. ....	295
Die hohe Kunst des Delegierens .....	295
Die ebenso hohe Kunst des Negierens. ....	296
Den Kunden stets im Blick .....	297
Wo du bist, da will auch ich sein .....	297
Kommissar Zufall .....	297
Woher nehmen, wenn nicht stehlen? .....	298
Darf ich mich vorstellen ...? .....	298
Der Weg zu einer ausgeglichenen Kundenstruktur .....	300
Ich mache ARPU und du? .....	300
So einfach wie das ABC – die ABC-Analyse. ....	300
Ein Freund, ein echter Freund ... ..	301
Die klassische Welt der Rotarier, Innungen & Co. ....	302
Xingen statt Golfen – die Welt der Onlinenetzwerke .....	303
Mitarbeiter machen stark. ....	303

<b>Kapitel 18</b>	
<b>365 + 1 – was sich im zweiten Unternehmerjahr ändert</b>	<b>305</b>
Wie gut ist Ihr Geschäftsmodell wirklich?	305
Am Markt etabliert?	306
Treu, treu, treu sind alle meine Kunden	308
Aller Anfang ist schwer	311
Wie gut ist meine Organisation?	312
Wenn die Einnahmen kleiner als die Ausgaben sind	314
Schluss mit der Kohle vom Staat	314
Besser planen mit mehr Erfahrung – das zweite Budget	316
<b>Kapitel 19</b>	
<b>Mitarbeiter finden und binden</b>	<b>317</b>
Teampayer oder Querulant – was will ich eigentlich von meinem Mitarbeiter?	317
Wie Sie Ihre ersten Mitarbeiter finden	319
Wollen wir es gemeinsam probieren?	320
So binden Sie Ihre ersten Mitarbeiter	321
<b>TEIL VII</b>	
<b>DER TOP-TEN-TEIL</b>	<b>325</b>
<b>Kapitel 20</b>	
<b>Zehn Punkte, die Unternehmer regelmäßig checken müssen</b>	<b>327</b>
Wie messe ich meinen Erfolg? Auf der Suche nach dem sicheren Halt	327
Wie viele neue Kunden lerne ich kennen? New Bizz ist alles	328
Mag mich mein Kunde? Kunden zu halten ist viel billiger, als neue zu gewinnen	328
Alles auf Lager? Die großen Folgen kleiner Fehler im Einkauf	329
Heute schon geändert? Die hohe Kunst der permanenten Planrevision	329
Läuft es nach Plan? Der Blick auf die Zahlen	330
Habe ich noch Bargeld? Die unverzichtbare Liquiditätsplanung	330
Habe ich noch Reserven? Vorsorge für Finanzamt, Sozialkassen & Co.	330
Sind meine Mitarbeiter motiviert? Von der inneren und äußeren Kündigung	331
Und sonst? Was passiert eigentlich am Markt?	331
<b>Kapitel 21</b>	
<b>Zehn Fallen, in die Sie nicht tappen sollten</b>	<b>333</b>
Unrealistisch planen	333
Kundenwünsche ignorieren	334
Akquise vergessen	334
Konkurrenz missachten	335

Zu risikoreich agieren .....	335
Zu ängstlich agieren .....	336
Zu stur an Idee und Plan festhalten .....	336
Keine schöpferischen Pausen einlegen .....	337
Zu früh expandieren .....	337
Zu spät expandieren .....	338

## **Kapitel 22**

### **Die zehn wichtigsten Internetadressen für Gründer .....** **341**

www.bmwi.de .....	341
www.existenzgruender.de .....	342
www.kfw.de .....	342
www.business-angels.de .....	343
www.deutscher-gruenderpreis.de .....	343
www.existenzgruender-netzwerk.de .....	344
www.dihk.de .....	344
www.youtube.com .....	344
www.xing.com .....	345
www.123recht.de .....	345

## **Anhang A**

### **Sauber planen: Ein Beispiel-Businessplan .....** **347**

1. Das Elevator Statement .....	349
2. Die Dienstleistung .....	349
3. Die Gründer .....	349
4. Der Markt .....	350
5. Der Wettbewerb .....	350
6. Der Markteintritt .....	351
7. Das Marketing .....	351
8. Die Preispolitik .....	352
9. Die Organisation .....	352
10. Das Personal .....	352
11. Der Standort .....	353
12. Die Risiken und Chancen .....	353
13. Die Stärken und Schwächen .....	354
14. Die Finanzen .....	354

## **Anhang B**

### **Hier hat's geklappt: Zwei Erfolgsbeispiele .....** **357**

Die Geschäftsidee .....	357
Die Gründung .....	358
Der Kapitalbedarf .....	358

Der erste Laden . . . . .	358
Die ersten Schwierigkeiten . . . . .	359
Die zweite Finanzierung . . . . .	359
Der Durchbruch . . . . .	360
Die Expansion . . . . .	360
Die Erfahrung . . . . .	361
Der Ausstieg . . . . .	361
Das Fazit . . . . .	361
Die Geschäftsidee . . . . .	362
Die Gründung . . . . .	362
Die Strategie . . . . .	363
Die ersten Schwierigkeiten . . . . .	363
Die zukünftigen Pläne . . . . .	364
Das Fazit . . . . .	364

<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>365</b>
---------------------------------------	------------