

Auf einen Blick

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

12 Auf einen Blick

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

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	9
Einführung	25
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
TEIL I	
WER SELBSTSTÄNDIG IST, SOLLTE ES AUCH WERDEN	31
Kapitel 1	
Ich werde mein eigener Chef!	33
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

14 Inhaltsverzeichnis

Jetzt geht's endlich los!	44
Alltägliche Aufgaben	44
Bloß nicht nachlassen!	46
Kapitel 2	
Tugend, Talent, Temperament – bin ich eine	
Gründerpersönlichkeit?	47
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	
GESCHÄFTSIDEE	59
Kapitel 3	
Vom Traum zur Wirklichkeit	61
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

Kapitel 4	
Machen Sie sich über den Markt schlau	81
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
Kapitel 5	
Seine Majestät, der Kunde	87
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
Kapitel 6	
Die Konkurrenz schläft nicht	99
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
TEIL III	
FAKTEN, ZAHLEN, RECHNUNGEN: WARUM DER BUSINESSPLAN SO WICHTIG IST	111
Kapitel 7	
Ohne Plan kein Ziel	113
Die Fibel für die Gründung – der Businessplan	114
Was will ich eigentlich – legen Sie Ihre Ziele fest	115

16 Inhaltsverzeichnis

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 die 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

TEIL IV DAS SCHMIERMITTEL ZUM ERFOLG: DIE FÖRDERHILFEN 161

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 Gründung von der KfW: Der Klassiker	176
Kapital für Gründung 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
Hightechgründerfonds – 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

18 Inhaltsverzeichnis

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
Richtig beraten bei Steuern und Verträgen	270
Der richtige Anwalt für Sie	271
So finden Sie den richtigen Steuerberater	272

TEIL VI DAS VERFLIXTE ERSTE JAHR – JEDEN TAG WAS UNTERNEHMEN 273

Kapitel 16 Wie Sie den Überblick über Zeit und Zahlen bewahren 275

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

Kapitel 17 Wie sich Gründer das Unternehmerleben erleichtern 291

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

Kapitel 18	
365 + 1 – was sich im zweiten Unternehmerjahr ändert	305
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
Kapitel 19	
Mitarbeiter finden und binden	317
Teamplayer 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
TEIL VII	
DER TOP-TEN-TEIL	325
Kapitel 20	
Zehn Punkte, die Unternehmer regelmäßig checken müssen	327
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
Kapitel 21	
Zehn Fallen, in die Sie nicht tappen sollten	333
Unrealistisch planen	333
Kundenwünsche ignorieren	334
Akquise vergessen	334
Konkurrenz missachten	335

22 Inhaltsverzeichnis

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
Stichwortverzeichnis	365

