

# Auf einen Blick

1	Die Gründung: Die wichtigsten Schritte und Fragen .....	23
2	Die Finanzierung planen .....	73
3	Netzwerk und Mitarbeiter .....	107
4	Arbeitsorganisation .....	141
5	Markt und Zielgruppe .....	173
6	Akquise, Angebotserstellung, Marketing und Vertrieb für Designer .....	191
7	Social Media für Freelancer und Agenturen .....	251
8	Design kalkulieren: Vergütung berechnen und erfolgreich vertreten ....	281
9	Buchhaltung, Steuern und Controlling .....	313
10	Versicherungen .....	347
11	Urheberrecht, Schutzrechte und Verträge .....	365
12	Durchhalten, Scheitern und Weitermachen .....	391

# Inhalt

Einleitung .....	17
<b>1 Die Gründung: Die wichtigsten Schritte und Fragen .....</b>	<b>23</b>
<b>1.1 Die Unternehmerpersönlichkeit .....</b>	<b>23</b>
1.1.1 Selbsteinschätzung, Motivation und Unternehmertum .....	24
1.1.2 Stärken erkennen und kultivieren .....	24
1.1.3 Die Bedeutung der Motivation .....	26
1.1.4 Worauf müssen Sie sich einstellen? .....	27
1.1.5 Persönliche und berufliche Ziele .....	28
<b>1.2 Erste Schritte: Von der Idee zur Geschäftsidee .....</b>	<b>29</b>
1.2.1 Die eigene Idee auf dem Prüfstand .....	29
1.2.2 Ihre Geschäftsidee. Arbeiten mit dem Business Model Canvas .....	30
1.2.3 Was ist ein Businessplan? .....	33
1.2.4 Woraus setzt sich ein Businessplan zusammen? .....	34
1.2.5 Annäherung an den eigenen Businessplan .....	37
<b>1.3 Selbstständig: Allein oder im Team? .....</b>	<b>37</b>
1.3.1 Im Team zum Erfolg .....	38
1.3.2 Der Austausch mit Kollegen .....	39
1.3.3 Die Teambildung .....	39
1.3.4 Geschäftspartner und passende Netzwerke finden .....	42
<b>1.4 Nur Schall und Rauch? Von der Bedeutung Ihres Firmennamens .....</b>	<b>43</b>
1.4.1 Was der Name können sollte .....	43
1.4.2 Juristische Anforderungen .....	49
<b>1.5 Die Gründungsformalitäten bevor es richtig losgehen kann .....</b>	<b>53</b>
1.5.1 Die Steuernummer .....	53
1.5.2 Das Startkapital .....	56
1.5.3 Gewerbe oder Freiberufler? .....	57
1.5.4 Gesellschaftsvertrag .....	57
1.5.5 Businessplan .....	58
1.5.6 Selbstständigkeit und Nebenjobs .....	58
1.5.7 Selbstständigkeit und Sozialbezüge .....	60
1.5.8 Kleinunternehmerregelung .....	60
1.5.9 Die Künstlersozialkasse (KSK) und Gründer .....	61

<b>1.6</b>	<b>Welche Formen der Selbstständigkeit gibt es?</b>	61
1.6.1	Freiberuflichkeit	62
1.6.2	Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)	63
1.6.3	Sonderformen der GbR	65
1.6.4	Partnersgesellschaft (PartG)	66
1.6.5	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)	67
1.6.6	Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) (UG)	68
1.6.7	Was ist die richtige Form der Selbstständigkeit für Sie?	70
<b>2</b>	<b>Die Finanzierung planen</b>	73
<b>2.1</b>	<b>Die Finanzplanung</b>	73
2.1.1	Wenn plötzlich kein Geld mehr da ist	73
2.1.2	Den eigenen Bedarf planen	74
<b>2.2</b>	<b>Die externe Finanzierung</b>	75
2.2.1	Bankkredite	75
2.2.2	Privatkredite	77
<b>2.3</b>	<b>Weitere, klassische Finanzierungsformen</b>	78
2.3.1	Venture Capital	78
2.3.2	Die Idee des Sponsorings	80
2.3.3	Fördergelder beantragen	81
2.3.4	Designer und der Gründungszuschuss	82
<b>2.4</b>	<b>Neue Wege gehen: Crowdfunding und Crowdfunding</b>	83
2.4.1	Crowdfunding	84
2.4.2	Crowdfunding	86
<b>2.5</b>	<b>Was ist die richtige Finanzierungsform für mich?</b>	87
<b>2.6</b>	<b>In Wachstum investieren</b>	88
2.6.1	Der Unterschied zwischen Konsum und Investition	88
2.6.2	Investitionen und Konsumgüter	90
<b>2.7</b>	<b>Einen eigenen Finanzplan entwickeln und pflegen</b>	91
2.7.1	Was gehört in einen Finanzplan?	91
2.7.2	Die Tabelle »Finanzplan für Designer«	92
2.7.3	Die Diagramme der Tabelle	105

<b>3</b>	<b>Netzwerk und Mitarbeiter</b> .....	107
<b>3.1</b>	<b>Gute Gründe für das Netzwerken</b> .....	108
3.1.1	Neue Kunden gewinnen .....	108
3.1.2	Wissenserweiterung .....	110
3.1.3	Partner gewinnen .....	110
<b>3.2</b>	<b>Netzwerke gezielt aufbauen</b> .....	111
3.2.1	Die Suche nach Gruppen und Veranstaltungen .....	112
3.2.2	Soziale Netzwerke .....	113
3.2.3	Wie gehen Sie auf Partner und Kunden zu? .....	114
<b>3.3</b>	<b>Die Zusammenarbeit in Netzwerken</b> .....	115
3.3.1	Aufgabenteilung .....	116
3.3.2	Kommunikation .....	117
3.3.3	Vertragliche Regelungen .....	118
3.3.4	Subunternehmervertrag .....	119
3.3.5	Vor- und Nachteile von Wachstum innerhalb eines Netzwerkes .....	121
<b>3.4</b>	<b>Was ist Coworking und wie nutzen Sie es?</b> .....	122
3.4.1	Coworking – mehr als eine Bürogemeinschaft .....	122
<b>3.5</b>	<b>Eine Lobby für Designer: Wer unterstützt Ihr Vorhaben?</b> .....	124
3.5.1	Welche Lobbygruppen gibt es? .....	125
<b>3.6</b>	<b>Freie Mitarbeiterstrukturen organisieren</b> .....	127
3.6.1	Vorsicht vor Scheinselbstständigkeit .....	129
3.6.2	Vertrag über freie Mitarbeit .....	130
<b>3.7</b>	<b>Mitarbeiter fest einstellen</b> .....	130
3.7.1	Die Aufgabenverteilung .....	131
3.7.2	Erweiterung von Ressourcen und Kompetenzen .....	131
3.7.3	In die neue Rolle finden – Führungsaufgaben übernehmen .....	134
3.7.4	Kommunikation und Feedback .....	134
3.7.5	Die richtige Mitarbeiterauswahl .....	138
<b>4</b>	<b>Arbeitsorganisation</b> .....	141
<b>4.1</b>	<b>Gute Organisation ist die »halbe Miete«</b> .....	141
<b>4.2</b>	<b>Den Projektalltag vereinfachen</b> .....	142
4.2.1	Das Eisenhower-Prinzip: Was erledigen Sie wann? .....	147

<b>4.3</b>	<b>Interne Organisation und Mitarbeiter</b> .....	149
4.3.1	Aufgaben und Verantwortlichkeiten verteilen .....	149
4.3.2	Ziele setzen .....	150
4.3.3	Projektleitung .....	153
4.3.4	Aufgabentrennung und -beschreibung .....	154
4.3.5	Die Wichtigkeit interner Kommunikation .....	155
<b>4.4</b>	<b>Klassisches Projektmanagement</b> .....	157
4.4.1	Das Wasserfallmodell in der Praxis .....	158
4.4.2	Die Grenzen des Wasserfallmodells .....	159
4.4.3	Dynamisches Projektmanagement .....	160
<b>4.5</b>	<b>Eigenorganisation: selbstständig ohne Team</b> .....	162
<b>4.6</b>	<b>Work-Life-Balance</b> .....	163
4.6.1	Die Inhalte der Arbeit selbst gestalten .....	164
4.6.2	Fokussieren und klar trennen .....	165
4.6.3	Zeiterfassung als wichtiger Indikator .....	165
4.6.4	Arbeiten mit Plan .....	167
4.6.5	Gestalten Sie Ihre Zeit .....	169
4.6.6	Urlaubszeiten fest einplanen .....	169
<b>5</b>	<b>Markt und Zielgruppe</b> .....	173
<b>5.1</b>	<b>Wo finde ich meine Kunden?</b> .....	174
5.1.1	Markt und Wettbewerb .....	174
5.1.2	Kundengruppen und »Standorte« .....	175
<b>5.2</b>	<b>Von der Bedeutung, etwas Besonderes zu sein</b> .....	177
5.2.1	Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal? .....	177
5.2.2	Die besten Verkaufsargumente: Fachwissen und Leidenschaft .....	179
<b>5.3</b>	<b>Die passende Zielgruppe finden</b> .....	180
5.3.1	Wer ist Ihre Zielgruppe? .....	180
5.3.2	Die Marktanalyse .....	182
<b>5.4</b>	<b>Wo wollen Sie stehen? Marktpositionierung</b> .....	186
5.4.1	Andere Wege gehen .....	186
5.4.2	Wieso es so sinnvoll ist, eine Nische zu entdecken .....	187

<b>6</b>	<b>Akquise, Angebotserstellung, Marketing und Vertrieb für Designer</b> .....	191
<b>6.1</b>	<b>Was bedeutet Akquise? Definition und Bestandteile</b> .....	191
<b>6.2</b>	<b>Kunden ansprechen</b> .....	192
6.2.1	Die E-Mail .....	193
6.2.2	Der Anruf .....	194
6.2.3	Der Postversand .....	196
6.2.4	Der persönliche Besuch .....	197
6.2.5	Den richtigen Kundenmix finden .....	198
6.2.6	Und wenn es einmal nicht klappt .....	199
<b>6.3</b>	<b>Eine gute Akquise-E-Mail</b> .....	199
6.3.1	Beispiel für eine Akquise-E-Mail .....	200
6.3.2	Tipps zum Versenden von Infomaterial in E-Mails .....	202
<b>6.4</b>	<b>Am Telefon überzeugen</b> .....	204
<b>6.5</b>	<b>Die Warmakquise/Kundenbindung</b> .....	206
<b>6.6</b>	<b>Das persönliche Kundengespräch</b> .....	209
6.6.1	Das erste persönliche Gespräch .....	209
6.6.2	Rhetorisches Geschick: Gesprächsförderer .....	213
6.6.3	Erfolgreich Pitchen: Der Konkurrenz voraus sein .....	214
<b>6.7</b>	<b>Wie Sie Ihre Arbeit überzeugend präsentieren</b> .....	215
6.7.1	Tipps für einen gelungenen Präsentationsvortrag .....	216
6.7.2	Die Visualisierung Ihrer Idee .....	218
<b>6.8</b>	<b>Angebote professionell erstellen</b> .....	221
6.8.1	Briefing und Angebotserstellung .....	221
6.8.2	Beispielangebot .....	223
6.8.3	Auftragsleistungen klar formulieren: Das Lasten- und Pflichtenheft ....	226
<b>6.9</b>	<b>Marketingmix als Teil der Akquise</b> .....	228
6.9.1	Produktpolitik .....	229
6.9.2	Preispolitik .....	230
6.9.3	Kommunikationspolitik .....	232
6.9.4	Was ist Ihre Botschaft? .....	238
6.9.5	Messen Sie Ihre Ergebnisse .....	239
<b>6.10</b>	<b>Vertrieb</b> .....	240
6.10.1	Der indirekte Vertrieb .....	240
6.10.2	Der direkte Vertrieb .....	241

<b>6.11</b>	<b>Der eigene Webauftritt</b> .....	242
6.11.1	Ihr Portfolio .....	243
6.11.2	»Über mich« .....	246
6.11.3	Auffindbarkeit und Positionierung .....	247
<b>6.12</b>	<b>Wettbewerbe</b> .....	247
<b>7</b>	<b>Social Media für Freelancer und Agenturen</b> .....	251
<b>7.1</b>	<b>Wie hat Social Media die Branche verändert?</b> .....	251
7.1.1	Gezielt nutzen und selektiv konsumieren .....	252
<b>7.2</b>	<b>Was können Sie mit Hilfe von Social Media erreichen?</b> .....	254
7.2.1	Der ROI (Return on Investment) .....	255
<b>7.3</b>	<b>Eine eigene Social-Media-Strategie entwickeln</b> .....	255
7.3.1	Was passt zu Ihren Inhalten und Ihrer Strategie? .....	257
7.3.2	Breite, Menge und Häufigkeit .....	258
7.3.3	Eine Frage des richtigen Timings .....	260
7.3.4	Das eigene Portfolio vernetzen .....	261
7.3.5	Fotoplattformen .....	263
7.3.6	Berufliche Netzwerke/Social Networking .....	265
<b>7.4</b>	<b>Facebook, Google+ und Twitter</b> .....	267
7.4.1	Facebook .....	267
7.4.2	Google+ .....	271
7.4.3	Twitter .....	273
<b>7.5</b>	<b>Blogs, Podcasts &amp; Co. – Erfahrungen teilen und für Bekanntheit sorgen</b> .....	275
7.5.1	Blogs .....	275
7.5.2	Podcasts .....	277
7.5.3	Videoplattformen .....	277
<b>8</b>	<b>Design kalkulieren: Vergütung berechnen und erfolgreich vertreten</b> .....	281
<b>8.1</b>	<b>Keine Angst vor Zahlen – wie Sie die richtige Vergütung für Ihre Arbeit finden</b> .....	281
8.1.1	Den Preis am Markt ausrichten .....	282
8.1.2	Den Preis an der Nachfrage ausrichten .....	285
8.1.3	Den Preis an den eigenen Kosten ausrichten .....	287

<b>8.2</b>	<b>Den Stundensatz berechnen</b> .....	288
8.2.1	Was ist Ihr gewünschtes Brutto-Einkommen? .....	288
8.2.2	Wie viele Arbeitsstunden stehen Ihnen zur Verfügung? .....	289
8.2.3	Wie hoch sind Ihre Betriebsausgaben? .....	290
8.2.4	Pauschalpreise und Produktpreise berechnen .....	295
8.2.5	Stundensatz an Markt und Nachfrage anpassen .....	296
8.2.6	Das Limit kennen: Preise unterhalb des festgesetzten Preisrahmens ...	297
<b>8.3</b>	<b>Auftragsvergütung mit Hilfe des Vergütungstarifvertrags Design (VTV)</b> .....	297
8.3.1	Stundensatz nach der AGD .....	298
8.3.2	Abrechnung über den Vergütungstarifvertrag für Designleistungen ...	299
8.3.3	Berechnung von Personalkosten für feste Mitarbeiter .....	302
8.3.4	Preis bei vorgegebenen Budget .....	303
<b>8.4</b>	<b>Verhandlungsgeschick – Preise selbstbewusst vertreten</b> .....	303
8.4.1	Leitfaden für gelungene Preisverhandlungen .....	304
8.4.2	Der richtige Zeitpunkt Ihren Preis zu nennen .....	307
8.4.3	Was erklären Sie in der Preiskommunikation? .....	308
<b>9</b>	<b>Buchhaltung, Steuern und Controlling</b> .....	313
<b>9.1</b>	<b>Die externe Buchführung</b> .....	313
<b>9.2</b>	<b>Die Umsatzsteuer</b> .....	314
9.2.1	Umsatzsteuerschuld ermitteln .....	315
9.2.2	Die Kleinunternehmerregelung .....	318
<b>9.3</b>	<b>Die Einkommensteuer</b> .....	319
9.3.1	Gewinn feststellen .....	320
9.3.2	Besonderheiten bei Betriebskosten .....	322
<b>9.4</b>	<b>Die Steuererklärung</b> .....	323
9.4.1	Die Elektronische Steuererklärung .....	323
9.4.2	Die Einkommensteuererklärung .....	324
9.4.3	Die Umsatzsteuererklärung .....	324
9.4.4	Welche Fristen müssen Sie einhalten? .....	326
9.4.5	Was passiert, wenn Sie beim Finanzamt falsche Angaben machen? ...	327
9.4.6	Was ist, wenn Sie nicht zahlen können? .....	328
<b>9.5</b>	<b>Weitere Steuern</b> .....	328
9.5.1	Die Gewerbesteuer .....	328
9.5.2	Abgeltungsteuer und Kapitalertragsteuer .....	329



<b>9.6</b>	<b>Hilfe bei der Buchhaltung</b> .....	329
9.6.1	Finanzverwaltungssoftware .....	330
9.6.2	Hilfe durch einen Steuerberater .....	330
<b>9.7</b>	<b>Das interne Rechnungswesen: Controlling als Hilfsmittel</b> .....	332
9.7.1	Kostenrechnung .....	332
9.7.2	Umsatzkontrolle .....	335
<b>9.8</b>	<b>Liquidität</b> .....	337
9.8.1	Schätzungen optimieren .....	337
9.8.2	Rentabilität .....	339
<b>9.9</b>	<b>Rechnungen erstellen und ein Forderungsmanagement einführen</b> .....	341
9.9.1	Der Aufbau einer Rechnung: Was gehört hinein? .....	341
9.9.2	Vorbereitung auf die Rechnung .....	342
9.9.3	Was tun, wenn ein Kunde nicht zahlt? .....	343
<b>10</b>	<b>Versicherungen</b> .....	347
<b>10.1</b>	<b>Die Künstlersozialkasse</b> .....	347
10.1.1	Wege in die KSK .....	348
10.1.2	KSK: Was tun, wenn Sie abgelehnt werden? .....	349
10.1.3	Versicherungsbeginn .....	350
10.1.4	Die Beitragshöhe .....	350
10.1.5	Die KSK-Abgabepflicht für Auftraggeber .....	351
10.1.6	Sozialversicherungsbeiträge als Geschäftsführer der eigenen GmbH ....	351
<b>10.2</b>	<b>Die Krankenkassenwahl</b> .....	352
<b>10.3</b>	<b>Ihre Altersvorsorge</b> .....	353
10.3.1	Private Zusatzversicherung über Riester und Rürup .....	354
10.3.2	Welche Altersvorsorge ist die richtige für Sie? .....	355
<b>10.4</b>	<b>Weitere Versicherungen</b> .....	356
10.4.1	Unfallversicherung .....	356
10.4.2	Berufsunfähigkeitsversicherung .....	357
10.4.3	Berufshaftpflichtversicherung .....	358
10.4.4	Rechtsschutzversicherung .....	358
10.4.5	Arbeitslosenversicherung .....	359

<b>10.5</b>	<b>Fallstrick Scheinselbstständigkeit</b> .....	360
10.5.1	Wann ist jemand scheinselbstständig beschäftigt? .....	361
10.5.2	Die Scheinselbstständigkeit aus Sicht des Auftragnehmers .....	362
10.5.3	Die Scheinselbstständigkeit aus Sicht eines Arbeitgebers .....	362
<b>11</b>	<b>Urheberrecht, Schutzrechte und Verträge</b> .....	365
<b>11.1</b>	<b>Urheberrecht</b> .....	365
11.1.1	Inwieweit ist Ihre Arbeit urheberrechtlich geschützt? .....	366
11.1.2	Urheberrecht bei gemeinsamem Design .....	368
<b>11.2</b>	<b>Designschutz beantragen</b> .....	368
11.2.1	Was können Sie schützen lassen? .....	368
11.2.2	Voraussetzungen, um ein Design schützen zu lassen .....	369
11.2.3	Wie melden Sie ein Design an? .....	369
11.2.4	Aufschiebung der Bekanntmachung .....	370
11.2.5	Kosten und Schutzdauer .....	370
11.2.6	Welche Rechte erwerben Sie durch ein eingetragenes Design? .....	371
11.2.7	Wo können Sie Designschutz geltend machen? .....	372
11.2.8	Nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster .....	372
11.2.9	Weitere Schutzrechte: Patent, Gebrauchsmuster, Markenrechte .....	373
<b>11.3</b>	<b>Nutzungsrechte</b> .....	374
11.3.1	Durchsetzbarkeit der Nutzungsrechtevergütung .....	374
11.3.2	Das ausschließliche und einfache Nutzungsrecht .....	375
11.3.3	Was tun, wenn Ihr Schutzrecht verletzt wird? .....	377
11.3.4	Anmeldung Verwertungsgesellschaft .....	377
<b>11.4</b>	<b>Der Gesellschaftsvertrag: Mehr als nur eine Formalität</b> .....	378
11.4.1	Der Vertrag bei einer GbR .....	379
11.4.2	Was gehört grundsätzlich in einen Gesellschaftsvertrag? Die wichtigsten formalen Inhalte .....	381
<b>11.5</b>	<b>Werk- und Dienstverträge</b> .....	385
11.5.1	Der Werkvertrag .....	385
11.5.2	Warum Verträge sinnvoll sind .....	387
<b>11.6</b>	<b>Die Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)</b> .....	387
11.6.1	Der Inhalt der AGB .....	388

<b>12</b>	<b>Durchhalten, Scheitern und Weitermachen .....</b>	<b>391</b>
<b>12.1</b>	<b>Sie sind nicht allein .....</b>	<b>392</b>
<b>12.2</b>	<b>Scheitern als Chance? Über das Dasein als Unternehmer .....</b>	<b>393</b>
<b>12.3</b>	<b>Nehmen Sie Unterstützung in Anspruch .....</b>	<b>393</b>
<b>12.4</b>	<b>Was, wenn es mit der Selbstständigkeit nicht funktioniert? .....</b>	<b>394</b>
	<b>Index .....</b>	<b>395</b>