

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abkürzungsverzeichnis	11
Kapitel 1: Gründungsfragen aus der Praxis	15
1.1 Voraussetzungen erfolgreicher Gründungen	16
1.2 Anreize und negative Aspekte des Unternehmertums	19
Kapitel 2: Wege der Existenzgründung	21
2.1 Selbständigkeit und Risiko	22
2.1.1 Nebenerwerbsgründung	22
2.1.2 Vollerwerbsgründung	25
2.1.3 Existenzgründung aus der Arbeitslosigkeit heraus	26
2.1.4 Scheinselbständigkeit	28
2.2 Gründungsarten	30
2.2.1 Unternehmensneugründung	30
2.2.2 Unternehmenskauf	31
2.2.3 Beteiligung	38
2.2.4 Ausgründung	39
2.2.5 Management-Buy-Out/Buy-In	39
2.2.6 Franchising	40
Kapitel 3: Finanzierung und Förderung	43
3.1 Aufgaben der Finanz- und Finanzierungsplanung	44
3.2 Absatz- und Umsatzplanung	46
3.2.1 Absatz-/Mengenplanung	46
3.2.2 Der Verkaufspreis	48
3.2.3 Umsatzplanung	49
3.3 Startkapital und Kapitalbedarfsplanung	54
3.3.1 Investitionsbedarfsplanung	56

3.3.2	Betriebsmittelbedarfsplanung	63
3.3.3	Planung des privaten Kapitalbedarfs	69
3.3.4	Umfassende Kapitalbedarfsplanung.....	71
3.4	Betriebliche Kosten- und Erfolgsplanung.....	73
3.4.1	Betriebliche Kostenplanung.....	74
3.4.2	Betriebliche Erfolgsplanung	80
3.4.3	Die Gewinnschwelle	82
3.5	Finanzierungsstruktur und Mittelherkunft	85
3.5.1	Finanzierung durch Eigenkapital	86
3.5.2	Finanzierung durch mezzanines Kapital	92
3.5.3	Finanzierung durch Fremdkapital	94
3.6	Förderung	101
3.6.1	Voraussetzungen für die Förderung	101
3.6.2	Gründungs- und Wachstumsförderung	103
3.6.3	Beratungsförderung.....	108
3.7	Liquiditätsplanung und Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit	111
3.7.1	Finanzielles Gleichgewicht als Grundlage der Zahlungsfähigkeit	112
3.7.2	Erstellung des Liquiditätsplans.....	114
3.8	Vorbereitung des Bankengesprächs.....	116
	Kapitel 4: Steuern und Formalitäten.....	119
4.1	Rechtsformwahl	120
4.1.1	Einzelunternehmer.....	121
4.1.2	Freiberufler	123
4.1.3	Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR)	124
4.1.4	Offene Handelsgesellschaft (OHG)	128
4.1.5	Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH).....	129
4.1.6	Unternehmergesellschaft (UG haftungsbeschränkt).....	133
4.2	Wichtige Steuern	136
4.2.1	Umsatzsteuer	137
4.2.2	Einkommensteuer	144
4.2.3	Gewerbesteuer	151

4.2.4	Körperschaftsteuer	152
4.3	Formalitäten	154
4.3.1	Buchhaltung und Verwaltungsformalitäten, Gewinnermittlungsarten	154
4.3.2	Ausstellung einer korrekten Rechnung	155
4.3.3	Aufzeichnungspflichten des Unternehmers	156
4.3.4	Fragebogen zur steuerlichen Erfassung.....	157
Kapitel 5: Rechnungswesen im Betrieb.....		171
5.1	Rechnungswesen als Informationsinstrument	172
5.2	Finanzbuchhaltung und Jahresabschluss	175
5.2.1	Buchführungspflicht.....	175
5.2.2	Einnahmenüberschussrechnung.....	176
5.2.3	Aufbewahrungspflicht und Fristen	178
5.2.4	Inventur und Inventar	178
5.2.5	Die doppelte Buchführung	182
5.2.6	Der handelsrechtliche Jahresabschluss.....	183
5.3	Kosten- und Erlösrechnung.....	197
5.3.1	Kostenartenrechnung.....	199
5.3.2	Kostenstellenrechnung.....	201
5.3.3	Kostenträgerrechnung.....	203
5.4	Grundzüge des Controlling	212
Kapitel 6: Personal- und Arbeitsorganisation.....		215
6.1	Personalmanagement	216
6.1.1	Personalplanung	217
6.1.2	Personalrekrutierung	223
6.1.3	Gestaltung von Arbeitsverträgen und Personalverwaltung.....	229
6.1.4	Personalaus- und -weiterbildung	245
6.1.5	Arbeitsrechtliche Aspekte/Auflösung von Arbeitsverhältnissen.....	251
6.2	Strukturierte Arbeitsorganisation.....	260
6.2.1	Aufgabendefinition.....	261
6.2.2	Aufgabenstruktur festlegen.....	262

6.2.3	Ergebnisbewertung und -präsentation	264
6.3	Zeitmanagement	267
Kapitel 7: Marketing	271
7.1	Definition Marketing	272
7.1.1	Marktorientierte Konzeption	272
7.1.2	Marketingziele	274
7.2	Marktforschung und Marktanalyse.....	276
7.2.1	Zielgruppen und Kaufverhalten	278
7.2.2	Markt und Wettbewerb	280
7.2.3	Erfolgspotenzial und Ressourcen	289
7.2.4	SWOT-Analyse.....	290
7.3	Marketingstrategien.....	291
7.3.1	Marktsegmentierungsstrategien.....	292
7.3.2	Wettbewerbsstrategien.....	293
7.3.3	Produkt-Markt-Strategien	294
7.4	Marketingpolitische Instrumente.....	297
7.4.1	Produktpolitik	299
7.4.2	Preispolitik	303
7.4.3	Kommunikationspolitik.....	307
7.4.4	Vertriebspolitik	314
7.5	Corporate Identity.....	317
Kapitel 8: Der Businessplan – ein Beispiel	321
8.1	Inhalt und Struktur.....	322
8.2	Das Beispiel „Naturdesign“	324
8.2.1	Ausgangssituation.....	324
8.2.2	Beispiel-Businessplan Schreinerei Peter Huber „Naturdesign“	328
Literaturverzeichnis	353
Stichwortverzeichnis	359
Autorendaten	365