

# Inhalt

Vorwort: Gründe des Erfolgs . . . . .	11
---------------------------------------	----

## Teil I

### Tips zur Unternehmensgründung

<b>Die Grundsteinlegung</b> . . . . .	15
Welche Rechtsform ist die beste? . . . . .	15
Partnerschaft: Wie Sie sie am besten regeln . . . . .	20
Gewerbeanmeldung . . . . .	25
Welche Genehmigungen benötigt man zur Unternehmensgründung? . . . . .	30
Handwerk: Für 125 Gewerbe benötigen Sie den Meisterbrief . . . . .	37
Handelsregister . . . . .	39
Namenswahl . . . . .	44
<b>Das Finanzamt – der stille Teilhaber</b> . . . . .	48
Die wichtigsten Steuerarten . . . . .	48
Steuern sparen . . . . .	54
Buchhaltung ist einfacher, als Sie denken . . . . .	56
Recht haben heißt noch lange nicht Recht bekommen . . . . .	60
<b>Die Mannschaft – ein Erfolgsbaustein</b> . . . . .	63
Ohne Mitarbeiter keine Expansion . . . . .	63
Sieben Wege, Mitarbeiter zu finden . . . . .	65
Worauf Sie bei der Bewerberauswahl achten müssen . . . . .	70
Wie Sie Arbeitszeugnisse entschlüsseln . . . . .	75
Personalkosten unter Kontrolle halten . . . . .	77
Ihre gesetzlichen Pflichten als Arbeitgeber . . . . .	80
Wie Sie preiswert an gute Leute kommen . . . . .	83
So kosten Schreivarbeiten nur die Hälfte . . . . .	84
Wie Sie Personalkosten sparen . . . . .	84

Wie Sie Schwarzarbeit „weiß“ machen und trotzdem Geld sparen . . . . .	87
--	----

**Der Innenbetrieb – das kostspielige Stiefkind**

<b>vieler Unternehmen</b> . . . . .	88
Spartips für Ihr Büro . . . . .	88
Kleinvieh macht auch Mist . . . . .	91
Telefon – Möglichkeiten und Preise . . . . .	93
Telefax: Fotokopien übers Telefon verschicken . . . . .	96
Kopierer: Welcher ist der richtige für Sie? . . . . .	98
Ihre Rechte gegenüber Lieferanten . . . . .	99
Wo Sie den größten Rationalisierungseffekt erzielen können . . . . .	101
Fünf Möglichkeiten, Korrespondenzkosten zu senken . . . . .	102
Machen Sie das Beste aus den Postbestimmungen . . . . .	105
Warum so viel Porto vergeudet wird . . . . .	110
Wie Sie dafür sorgen können, daß Ihre Briefe pünktlich ankommen . . . . .	111
Wer Ihre Sendungen preiswerter als die Post befördert . . . . .	112
Das Büro der Zukunft . . . . .	113
Geschäftsreisen: Welche Spesen können Sie steuerlich geltend machen? . . . . .	114

**Lieferanten – im Einkauf liegt der Gewinn** . . . . . 118

**Die Finanzierung – anderer Leute Geld gut und billig** . . . . . 124

Warum Sie Ihr Konto nicht bei der nächstbesten Bankfiliale eröffnen sollten . . . . .	124
Welches Bankinstitut ist das richtige für Ihr Unternehmen? . . . . .	125
Wie Sie den größtmöglichen Kredit von Ihrer Bank erhalten . . . . .	132
Kreativ finanzieren . . . . .	134
Sieben weitere Finanzierungsmöglichkeiten . . . . .	136

**Werbung – oft der Unterschied zwischen Erfolg und Mittelmaß** . . . . . 146

Werbung drosseln, um Geld zu sparen, ist dasselbe, wie die Uhr anhalten, um Zeit zu gewinnen . . . . .	146
Wo Sie am erfolgreichsten werben . . . . .	148

Public Relations – wie Sie kostenlos für sich werben . . . . . 153

**Selbständigkeit ist mehr als Geldverdienen** . . . . . 155

## **Teil II**

### **Chancen finden: die Strategie der innovativen Imitation**

**Wie schätze ich meine Gründungsaussichten realistisch ein?** . . . . . 159

Wer fragt, bereitet sich besser vor und hat meist mehr Erfolg . . . . . 160

Unterschiedliche Beurteilungen sind ganz normal . . . . . 160

Glauben Sie, Paul Getty hätte seine Nachbarn gefragt, ob er ein neues Unternehmen gründen soll? . . . . . 161

Entscheiden müssen Sie selbst . . . . . 161

Nur kalkulierbare Risiken eingehen . . . . . 162

**Vier Möglichkeiten, das unternehmerische Risiko zu reduzieren** . . . . . 164

1. Informieren, um das Risiko zu reduzieren . . . . . 164

2. Planen, um das Risiko zu reduzieren . . . . . 165

3. Simulieren, um das Risiko zu reduzieren . . . . . 166

4. Testen, um das Risiko zu reduzieren . . . . . 167

**Wie riskant ist es wirklich, sein eigener Chef zu werden?** . . . . . 174

**Welche Branchen bieten die besten Aussichten?** . . . . . 178

Aber man liest so viel von der Pleitewelle . . . . . 179

Die Gründungswelle ist erheblich größer: 23mal mehr Gründungen als Pleiten . . . . . 181

Insgesamt mehr Gründungen als Schließungen: Unternehmerlücke wird wieder geschlossen . . . . . 181

**Wer ist als Unternehmer geeignet?** . . . . . 185

Entscheiden kann nur der Markt . . . . . 186

Erfolg hängt immer vom Zusammenspiel mehrerer Faktoren ab . . . . . 187

Branchenerfahrung kann von Vorteil sein – sie muß es aber nicht, wie Werner Otto beweist	187
Geld allein schafft keinen Erfolg	188
Persönlicher Einsatz kann fehlendes Startkapital mehr als wettmachen	188
Eine gute Geschäftsidee ist eine gute Basis – aber keine Erfolgsgarantie	189

<b>Wie finde ich die richtige Geschäftsidee?</b>	190
Was sind die erfolgreichsten Geschäftsideen?	194
Wie finde ich diese Geschäftsideen?	194
Kann mir denn keiner die Sucharbeit abnehmen?	195
Welche Branche paßt am besten zu Ihnen?	195
Machen Sie sich die Geschäftsideen anderer Leute zunutze	196
Nebenberuflich starten	196
Von zu Hause aus anfangen	197
Eine zukunftsfruchtige Existenz aufbauen	197
Ein „zweites Bein“ schaffen	197
Kapitalanlage mit Zukunft	197

<b>Wie hebe ich mich von der Konkurrenz ab?</b>	199
Spezialisieren	200
Persönliche Fähigkeiten	201
Mehr Kapital	201
Als erster in einen neuen Markt einsteigen	202
Neue Ideen nutzen	202
Andere Vorteile nutzen	202

<b>Der alte Traum: eine Geschäftsidee ohne jede Konkurrenz</b>	204
Geschäftsideen lassen sich nicht schützen, aber Sie können sie als erster nutzen	206

<b>Zwei Möglichkeiten: innovativ oder imitativ starten</b>	208
Innovative Unternehmensgründung	208
Imitative Unternehmensgründung	210

<b>Innovativ oder imitativ gründen – was bietet die größeren Erfolgsaussichten?</b>	214
Viele Erfinder scheitern	214

Erfolg kopieren, um Risiken zu reduzieren . . . . .	215
Nicht blind kopieren, sondern innovativ imitieren . . . . .	217
<b>Die Strategie der innovativen Imitation . . . . .</b>	219
Jede Kette, jedes Franchise-System nutzt die Strategie der innovativen Imitation . . . . .	220
<b>Warum die Strategie der innovativen Imitation so gut funktioniert . . . . .</b>	223
Nutzen Sie den Zeitvorsprung . . . . .	224
Nutzen Sie die Ausleseprinzipien . . . . .	224
<b>Wie Sie die Strategie der innovativen Imitation für Ihr eigenes Unternehmen nutzen . . . . .</b>	228
Geschäftsideen werden immer internationaler . . . . .	229
<b>„Wer zuerst kommt . . .“</b>	
<b>Die vier Entwicklungsphasen einer Branche . . . . .</b>	234
In jeder Phase wird Geld verdient . . . . .	236
Jede Phase fordert andere Fähigkeiten . . . . .	237
Mit neuen Ideen Konkurrenzvorteile schaffen . . . . .	237
<b>Teil III:</b>	
<b>Die KEF-Methode</b>	
<b>zur Analyse kritischer Erfolgsfaktoren</b>	
<b>Was Unternehmensgründungen so besonders macht . . . . .</b>	241
Viele Entscheidungen in kurzer Zeit . . . . .	242
Gesundes Halbwissen . . . . .	242
Gefahr des Verzettelns . . . . .	243
<b>Auf das Wesentliche konzentrieren: die KEF-Methode . . . . .</b>	246
Drei bis sieben kritische Erfolgsfaktoren in jeder Branche . . . . .	246
<b>Wie entstehen kritische Erfolgsfaktoren . . . . .</b>	250
<b>Wie Sie Ihre eigenen kritischen Erfolgsfaktoren ermitteln – die sieben Schritte der KEF-Analyse . . . . .</b>	257
1. Schritt: Verständnis des strategischen Bezugsrahmens Ihres Unternehmens . . . . .	258

2. Schritt: Analyse Ihrer eigenen Ziele . . . . .	258
3. Schritt: Kritische Erfolgsfaktoren ermitteln . . . . .	262
4. Schritt: Meßkriterien ermitteln . . . . .	266
5. Schritt: Standards festlegen . . . . .	267
6. Schritt: Steuergrößen ermitteln . . . . .	268
7. Schritt: Immer wieder neu analysieren: Veränderungen erfassen . . . . .	270
Wie die Analyse Schritt für Schritt wächst . . . . .	270

<b>Wie Sie mit Ihren kritischen Erfolgsfaktoren ein einfaches, aber wirkungsvolles Steuerungs- und Kontrollsystem aufbauen . . . . .</b>	<b>277</b>
--	------------

<b>Suchwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>281</b>
--------------------------------------	------------