

Inhaltsverzeichnis

1.	Grundprobleme, Ziele und Aufbau des Buchs	1
	Hans Jürgen Drumm und Michael Dowling	
1.1.	Grundprobleme	2
1.2.	Ziele des Buchs	4
1.3.	Aufbau des Buchs und Leseempfehlung	5
1.4.	Verwendete und weiterführende Literatur	6
2.	Grundlagen und Prozess der Gründung.....	9
	Michael Dowling	
2.1.	Überblick	10
2.2.	Wichtigkeit des Themas	10
2.3.	Der Begriff Entrepreneurship/ Gründungsmanagement	12
2.4.	Der Gründungsprozess	13
2.4.1.	Prozessmodelle.....	13
2.4.2.	Die Evaluierung der „Opportunity“	14
2.4.3.	Die Entwicklung des Businesskonzepts	15
2.4.4.	Die Akquirierung der Ressourcen.....	15
2.4.5.	Das Management des Geschäfts	15
2.4.6.	Die Abschöpfung des Mehrwerts	15
2.5.	Zusammenfassung.....	16
2.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	16
3.	Erfolgs- und Risikofaktoren bei Neugründungen	17
	Michael Dowling	
3.1.	Überblick	18
3.2.	Gründungspotenzial.....	18
3.3.	Erfolgsfaktoren: Forschung in den USA.....	19
3.4.	Erfolgsfaktoren: Forschung in Deutschland	22
3.5.	Risikofaktoren bei Neugründungen	24
3.6.	Zusammenfassung.....	27
3.7.	Verwendete und weiterführende Literatur	27
4.	Rechtsformwahl.....	29
	Dirk E. Meyer-Scharenberg	
4.1.	Überblick	30
4.2.	Rechtsformen	30
4.3.	Kriterien für die Wahl der Rechtsform	32
4.3.1.	Die Kriterien im Überblick	32
4.3.2.	Haftung.....	32
4.3.3.	Mindestkapital	33
4.3.4.	Prüfungspflicht.....	33
4.3.5.	Offenlegungspflicht.....	33
4.3.6.	Rechtsformspezifische Kosten.....	34
4.3.7.	Mitbestimmung	35

4.3.8.	Finanzierungsmöglichkeiten	37
4.3.9.	Leitungsbefugnis	38
4.4.	Ablauf einer GmbH-Gründung	39
4.5.	Steuerliche Überlegungen zur Rechtsformwahl	41
4.5.1.	Steuerliche Argumente für ein Personenunternehmen	41
4.5.1.1.	Bessere Verlustverrechnung	41
4.5.1.2.	Gewerbesteuerliche Vorteile	41
4.5.2.	Argumente für die Kapitalgesellschaft	43
4.5.3.	Belastungsvergleich	43
4.6.	Änderung der Rechtsform	44
4.7.	Optimierung der Rechtsformwahl im Hinblick auf den Unternehmensverkauf	44
4.8.	Zusammenfassung	47
4.9.	Verwendete und weiterführende Literatur	48
5.	Marktexploration, Marketingstrategien und Preisfindung.....	51
	Heribert Gierl und Roland Helm	
5.1.	Überblick	52
5.2.	Der Aufbau eines Marketingplans	52
5.3.	Der Analyserahmen der Marktexploration	54
5.3.1.	Vorüberlegungen	54
5.3.2.	Bedürfnisorientierung, Segmentierung und Marktabgrenzung	56
5.3.3.	Konkurrenzforschung	57
5.4.	Maßnahmen der Leistungsgestaltung	60
5.4.1.	Angebotsgestaltung	60
5.4.2.	Möglichkeiten der Preisfindung	62
5.5.	Maßnahmen der Leistungsvermittlung	65
5.5.1.	Distributionspolitische Aspekte	65
5.5.2.	Kommunikationspolitische Aspekte	66
5.6.	Zusammenfassung	67
5.7.	Verwendete und weiterführende Literatur	68
6.	Finanzierung junger Unternehmen	69
	Jochen Drukarczyk	
6.1.	Überblick	70
6.2.	Definitionen und Fragestellungen	70
6.3.	Finanzierungsquellen	72
6.4.	Ertragspotentiale, Beleihungspotentiale und Generierung finanzieller Mittel im Wege der Außenfinanzierung	74
6.5.	Zustandsunabhängige (unbedingte) Zahlungsansprüche	75
6.6.	Zustandsabhängige (bedingte) Zahlungsansprüche	76
6.7.	Zusammenfassung	77
6.8.	Verwendete und weiterführende Literatur	77
7.	Clarion Optical Co.....	79
	Howard Stevenson und Michael J. Roberts	
7.1.	Überblick	80

7.2.	Der Verkauf von Clarion.....	80
7.3.	Bewertung der Aktiva	81
7.4.	Finanzierung des Kaufs	82
7.5.	Finanzierungsvorschlag von Lawrence.....	83
7.6.	Finanzierungsvorschlag von Adam	84
7.7.	Die Entscheidung	84
8.	Venture Capital	
	Förderprogramme und Business Angels	95
	Waldemar Jantz	
8.1.	Überblick.....	96
8.2.	Die Entwicklung der Venture Capital Branche.....	96
8.3.	Die verschiedenen Investitionsphasen.....	98
8.4.	Wie investiert ein Venture Capitalist?.....	99
8.5.	Due Diligence und Deal Flow.....	104
8.6.	Letter of Internet (LOI) und Beteiligungsverträge	105
8.7.	Die Begleitung oder das Coaching	106
8.8.	Funktionsweise eines Venture Capital Fonds.....	108
8.9.	Der Venture Capital Markt	110
8.10.	Zusammenfassung.....	111
9.	Förderprogramme	113
	Roman Huber	
9.1.	Überblick.....	114
9.2.	Grundregeln für öffentliche Finanzierungshilfen	114
9.2.1.	Unternehmensbezogene Regelungen	114
9.2.2.	Projektbezogene Regelungen.....	115
9.3.	Förderarten und spezifische Voraussetzungen.....	116
9.3.1.	Vielfältiges Förderangebot	116
9.3.2.	Zuschüsse.....	117
9.3.3.	Darlehen	118
9.3.4.	Beteiligungskapital	120
9.4.	Betriebswirtschaftliche Anforderungen	121
9.5.	Zusammenfassung.....	123
9.6.	Verwendete und weiterführende Informationen	124
10.	Risikomanagement für Gründer.....	125
	Otto A. Altenburger	
10.1.	Überblick	126
10.2.	Bedeutung der Problemstellung und Stand der Diskussion.....	126
10.3.	Risikomanagement - ein Überblick.....	127
10.3.1.	Begriff	127
10.3.2.	Vorgehensweise.....	129
10.3.3.	Risikoanalyse.....	130
10.3.4.	Risikogestaltung	132
10.4.	Risikomanagement - Empfehlungen für Gründer.....	133
10.4.1.	Inwieweit lassen sich Empfehlungen geben?.....	133

10.4.2.	Grundlegende Empfehlungen für den Umgang mit Risiken.....	134
10.4.3.	Empfehlungen für den Abschluss von Versicherungen im Rahmen einer Gründung.....	137
10.4.4.	Empfehlungen für den Umgang mit Risiko- und Versicherungsberatern.....	139
10.5.	Zusammenfassung und Schlussbemerkungen.....	139
10.6.	Verwendete und weiterführende Literatur.....	140
11.	Rechnungslegung und Prüfung bei Gründung.....	143
	Gerhard Scherrer	
11.1.	Überblick.....	144
11.2.	Gründung von Einzelunternehmen.....	144
11.2.1.	Rechtsgrundlagen.....	144
11.2.1.1.	Aufstellungspflicht.....	144
11.2.1.2.	Aufstellungsstichtag, Aufstellungsfrist.....	144
11.2.1.3.	Sanktionen.....	146
11.2.2.	Zwecke der Eröffnungsbilanz.....	146
11.2.3.	Rechnungslegungsvorschriften.....	147
11.2.3.1.	Inventar und Inventur.....	147
11.2.3.2.	Ansatz von Vermögensgegenständen, Schulden, Eigenkapital.....	147
11.2.3.3.	Gliederung der Eröffnungsbilanz.....	149
11.2.3.4.	Bewertung der Vermögensgegenstände.....	150
11.2.3.5.	Gründungsspezifische Aufwendungen.....	152
11.2.4.	Feststellung, Offenlegung, Aufbewahrung.....	152
11.3.	Gründung von Personengesellschaften.....	153
11.3.1.	Rechtsgrundlagen.....	153
11.3.1.1.	Aufstellungspflicht.....	153
11.3.1.2.	Aufstellungsstichtag, Aufstellungsfrist.....	154
11.3.1.3.	Anlässe der Aufstellung.....	154
11.3.1.4.	Sanktionen.....	155
11.3.2.	Zwecke der Eröffnungsbilanz.....	155
11.3.3.	Kapitalaufbringung.....	156
11.3.4.	Rechnungslegungsvorschriften.....	157
11.3.4.1.	Ansatz von Vermögensgegenständen.....	157
11.3.4.2.	Gliederung, Eigenkapitalausweis.....	157
11.3.4.3.	Bewertung von Einlagen.....	158
11.3.5.	Feststellung, Offenlegung, Aufbewahrung.....	159
11.4.	Gründung von Kapitalgesellschaften.....	159
11.4.1.	Rechtsgrundlagen.....	159
11.4.1.1.	Aufstellungspflicht.....	159
11.4.1.2.	Aufstellungsstichtag, Aufstellungsfrist.....	160
11.4.1.3.	Kapitalaufbringung.....	161
11.4.1.4.	Gründungsprüfung.....	161
11.4.2.	Zweck der Eröffnungsbilanz.....	162
11.4.3.	Rechnungslegungsvorschriften.....	162
11.4.3.1.	Ansatzpflichten, Ansatzwahlrechte.....	162
11.4.3.2.	Gliederung der Eröffnungsbilanz.....	163

11.4.3.3.	Bewertung der Vermögensgegenstände und Schulden	164
11.4.4.	Feststellung, Offenlegung, Aufbewahrung	165
11.5.	Zusammenfassung	165
11.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	166
12.	Steuerliche Grundlagen für Neugründungen	167
	Dirk E. Meyer-Scharenberg	
12.1.	Überblick	168
12.2.	Einkommensteuer	168
12.2.1.	Einführung	168
12.2.2.	Eröffnungsbilanz	169
12.2.3.	Gewinnermittlungsmethode	172
12.2.3.1.	Einnahmen-Ausgaben-Rechnung	172
12.2.3.2.	Bilanzielle Gewinnermittlung	173
12.2.4.	Wirtschaftsjahr	174
12.3.	Gewerbesteuer	174
12.4.	Umsatzsteuer	176
12.4.1.	Überblick	176
12.4.2.	Erhebungsverfahren	177
12.4.3.	Vorsteuerabzug	177
12.5.	Lohnsteuer	178
12.6.	Körperschaftsteuer	179
12.7.	Investitionszulagen	181
12.8.	Erbschaftsteuer	181
12.9.	Zusammenfassung	182
12.10.	Verwendete und weiterführende Literatur	182
13.	Organisation für Gründer	185
	Hans Jürgen Drumm	
13.1.	Überblick	186
13.2.	Grundprobleme der Organisation	186
13.3.	Verteilung von Entscheidungskompetenzen	187
13.4.	Stellenbildung	189
13.5.	Stellenzuweisung und Personaleinsatz	190
13.6.	Teammanagement	191
13.7.	Abteilungs- und Unternehmungsgliederung	193
13.8.	Leitungssysteme	194
13.9.	Informations- und Kommunikationssystem	197
13.10.	Organisationskultur	198
13.11.	Organisationsentwicklung	199
13.12.	Zusammenfassung	200
13.13.	Verwendete und weiterführende Literatur	201
14.	Personalwirtschaft für Gründer	203
	Hans Jürgen Drumm	
14.1.	Überblick	204
14.2.	Grundlagen der Personalwirtschaft	204

14.3.	Die Planung des qualitativen und quantitativen Personalbedarfs	206
14.4.	Personalbeschaffung	207
14.5.	Bewerberauswahl	208
14.6.	Arbeitsvertrag und Einarbeitung des Bewerbers	209
14.7.	Vergütung	210
14.8.	Motivation und Führung	212
14.9.	Arbeitszeitmanagement	213
14.10.	Weiterbildung	214
14.11.	Unternehmenskultur und Unternehmensidentität als personalwirtschaftliche Probleme	215
14.12.	Betriebsrat	216
14.13.	Personalabteilung	216
14.14.	Zusammenfassung	217
14.15.	Verwendete und weiterführende Literatur	218
15.	Businesspläne	219
	Michael Dowling	
15.1.	Überblick	220
15.2.	Zweck eines Businessplans	220
15.3.	Kriterien für einen guten Businessplan	220
15.4.	Inhalt eines Businessplans	222
15.5.	Aktivitäten nach dem Businessplan	224
15.6.	Zusammenfassung und Empfehlungen für Gründer	224
15.7.	Verwendete und weiterführende Literatur	225
16.	Patentstrategien für Gründer	227
	Josef Beck	
16.1.	Überblick	228
16.2.	Patent	228
16.2.1.	Ziel von Patenten	228
16.2.2.	Verbotungsrecht/Nutzungsrecht	228
16.2.3.	Die Patentanmeldung	229
16.2.4.	Voraussetzung für eine Patenterteilung	229
16.2.5.	Das Prüfungsverfahren	230
16.2.6.	Einspruch	231
16.2.7.	Nichtigkeit	231
16.2.8.	Priorität	232
16.2.9.	Recht aus dem Patent	232
16.2.10.	Verfügungen über das Patent	232
16.2.11.	Beratung und Kosten	233
16.3.	Finanzierung	233
16.3.1.	Fördermöglichkeiten	233
16.3.2.	Kostengünstige Patentanmeldung	234
16.3.3.	Verfahrenskostenhilfe	234
16.3.4.	Stundung	235
16.3.5.	Ermäßigung der Jahresgebühren	235
16.4.	Wertschöpfung durch Erfindungen	235

16.4.1.	Arbeitnehmererfindergesetz	235
16.4.2.	Verwertung von Erfindungen	236
16.4.2.1.	Veröffentlichung.....	236
16.4.2.2.	Betriebsgeheimnis.....	236
16.4.2.3.	Patentanmeldung	236
16.4.3.	Patentanmeldestrategie	237
16.4.3.1.	Kostengünstige Patentanmeldung	237
16.4.3.2.	Patentanmeldung mit Prüfungsantrag.....	238
16.4.3.3.	Patentanmeldung mit Recherchenantrag.....	238
16.4.3.4.	Gebrauchsmuster.....	239
16.5.	Patentstrategie	239
16.5.1.	Grundlagen von Patentstrategien	239
16.5.2.	Umfeld.....	240
16.5.3.	Wert eines Patentes	240
16.5.4.	Länderauswahl.....	241
16.5.5.	Patentanmeldung im Ausland.....	243
16.6.	Patente von Wettbewerbern	244
16.6.1.	Überwachung und Bewertung von Wettbewerberpatenten.....	244
16.6.2.	Entwertung eines Grundsatzpatentes	245
16.6.3.	Geringe Anforderung an Erfindungshöhe.....	245
16.6.4.	Versicherung für Patentstreitigkeiten.....	245
16.7.	Zusammenfassung.....	245
17.	Standortwahl und Netzwerke von Unternehmensgründern.....	247
	Jürgen Schmude	
17.1.	Überblick.....	248
17.2.	Zur Standortwahl von Unternehmensgründern.....	248
17.2.1.	Regionalwissenschaftliche Aspekte der Standortwahl.....	248
17.2.2.	Empirische Befunde zur Standortentscheidung von Unternehmensgründern	251
17.3.	Netzwerke bei Unternehmensgründungen	254
17.3.1.	Theoretische Vorüberlegungen.....	254
17.3.2.	Empirische Befunde zu Netzwerken von Unternehmensgründern.....	255
17.4.	Zusammenfassung.....	259
17.5.	Verwendete und weiterführende Literatur.....	259
18.	Unternehmensnetzwerke: Wachstumsfaktor für Gründer.....	261
	Christian Lechner	
18.1.	Überblick	262
18.2.	Das Strategieproblem: Die industrielle Großunternehmung als Modell für die klassische Betriebswirtschaftslehre	262
18.3.	Netzwerke für Neugründungen	263
18.3.1.	Wachstumsprobleme für Neugründungen.....	263
18.3.2.	Netzwerke als Wachstumsalternative für Neugründungen.....	263
18.3.3.	Gelegenheiten durch strukturelle Lächer.....	264
18.4.	Wachsen durch Firmennetzwerke: Implikationen aus Münchens IT-Cluster	265

18.4.1.	Die Vorteile von Netzwerken für Gründer	265
18.4.2.	Soziale Netzwerke.....	267
18.4.3.	Reputationsnetzwerke.....	268
18.4.4.	Marketingnetzwerke	268
18.4.5.	Reziprozitätsnetzwerke	269
18.4.6.	Wissensnetzwerke	270
18.5.	Zusammenfassung.....	271
18.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	271
19.	Der Gang an die Börse	273
	Philipp Graf von und zu Lerchenfeld und Gertraud Dirscherl	
19.1.	Überblick	274
19.2.	Vor- und Nachteile eines Börsengangs.....	274
19.3.	Voraussetzungen für den Börsengang	277
19.4.	Typische Problembereiche beim Börsengang.....	278
19.4.1.	Eigenkapital	278
19.4.2.	Kosten des Börsengangs	279
19.4.3.	Emissionszeitpunkt	279
19.4.4.	Börsenreife.....	280
19.5.	Gesellschafts- und steuerrechtliche Aspekte	281
19.5.1.	Gesetzliche Grundlagen	281
19.5.2.	Die Gründung der Aktiengesellschaft.....	282
19.5.3.	Steuerliche Aspekte	283
19.6.	Der Börsengang als Prozess für das Unternehmen	283
19.6.1.	Die Struktur des Prozesses.....	283
19.6.2.	Analysephase	284
19.6.3.	Unternehmensbewertung und Schätzung des Emissionspreises	286
19.6.4.	Erstellung des Informationsmemorandums und Auswahl der Banken	288
19.6.5.	Erarbeitung des Emissionskonzepts	288
19.6.6.	Due Diligence.....	289
19.6.7.	Der Emissionsprospekt	289
19.6.8.	Platzierung und Marktpflege.....	290
19.6.9.	Folgepflichten für das Unternehmen	291
19.7.	Zusammenfassung.....	292
19.8.	Verwendete und weiterführende Literatur	292
20.	Internationalisierungsstrategien für Neugründungen und junge Unternehmungen	295
	Reinhard Meckl	
20.1.	Überblick	296
20.2.	Problemstellung und Ziele	296
20.3.	Internationalisierungsmotive sowie Rahmenbedingungen von Neugründungen und jungen Unternehmungen	297
20.3.1.	Chancen und Risiken einer Internationalisierung	297
20.3.2.	New Economy versus Old Economy	298

20.4.	Sinnhaftigkeit der Internationalisierung von jungen Unternehmungen	303
20.5.	Internationalisierungsstrategien für junge Unternehmungen	304
20.5.1.	Typisierung und Zuordnung von Internationalisierungsstrategien	304
20.5.2.	Die Kick-Down-Strategie	305
20.5.3.	Die Stufenstrategie	306
20.6.	Fallstudien zu Internationalisierungsstrategien von jungen Unternehmungen	308
20.6.1.	Intershop AG	308
20.6.2.	Analytik Jena AG	311
20.7.	Zusammenfassung	312
21.	Wachstumsstrategien für Neugründungen und Wachstumsfehler	315
	Michael Dowling und Hans Jürgen Drumm	
21.1.	Überblick	316
21.2.	Wachstum von Neugründungen als Problem	316
21.2.1.	Definition und Statistiken	316
21.2.2.	Wachstumsmodelle	317
21.3.	Wachstumsstrategien	319
21.3.1.	Wachstumsmöglichkeiten durch Branchentransformation	319
21.3.2.	Wachstum durch Aufkauf von anderen Unternehmungen	320
21.3.3.	Wachstum durch Kooperationen	321
21.3.4.	Wachstumsstopp durch Verkauf	322
21.3.5.	Wachstum durch Innovation	322
21.4.	Wachstumsfehler und -barrieren	323
21.4.1.	Inkompatibilität von Wachstumsstrategien und Organisationsstruktur	323
21.4.2.	Mangelhafte oder falsche Marketing- und Finanzierungs- sowie Personalstrategien	324
21.4.3.	Mangelhafte oder falsche interne Rechnungslegung	326
21.4.4.	Abhängigkeit von Dritten	327
21.4.5.	Akkulturationsfehler beim Kauf von Unternehmungen	328
21.5.	Zusammenfassung	329
21.6.	Verwendete und weiterführende Literatur	329
22.	Verzeichnis der Autoren	331
23.	Sachverzeichnis	335
24.	Abkürzungsverzeichnis	357
25.	Danksagungen	359