

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort .....</b>	<b>5</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>7</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>11</b>
<b>Kapitel 1: Gründungsfragen aus der Praxis .....</b>	<b>15</b>
1.1 Voraussetzungen erfolgreicher Gründungen .....	16
1.2 Anreize und negative Aspekte des Unternehmertums .....	19
<b>Kapitel 2: Wege der Existenzgründung .....</b>	<b>21</b>
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
<b>Kapitel 3: Finanzierung und Förderung .....</b>	<b>43</b>
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
	<b>Kapitel 4: Steuern und Formalitäten.....</b>	<b>119</b>
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	Gewerbsteuer .....	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
<b>Kapitel 5: Rechnungswesen im Betrieb.....</b>		<b>171</b>
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
<b>Kapitel 6: Personal- und Arbeitsorganisation.....</b>		<b>215</b>
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
<b>Kapitel 7: Marketing</b>	<b>.....</b>	<b>271</b>
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
<b>Kapitel 8: Der Businessplan – ein Beispiel</b>	<b>.....</b>	<b>321</b>
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
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>.....</b>	<b>353</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>.....</b>	<b>359</b>
<b>Autorendaten</b>	<b>.....</b>	<b>365</b>