

# INHALT

Vorwort .....	7
<b>Kapitel 1: Basiswissen zur Förderung</b> .....	9
Gründungszuschuss und Einstiegsgeld .....	10
Wer hat Anspruch auf Förderung? .....	12
Fachkundige Stellungnahme .....	13
Fallstricke .....	14
Ausgaben für Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung.....	15
Das richtige Timing .....	17
Vor der Gründung aktiv werden .....	20
<b>Kapitel 2: Finden Sie die passende Geschäftsidee</b> .....	25
Was macht eine gute Geschäftsidee aus? .....	26
Wann sollten Sie einen Neuanfang wagen? .....	27
Gute Geschäftsideen übernehmen .....	30
Über den richtigen Umgang mit Ideen .....	34
<b>Kapitel 3: Vom Geschäftsmodell über Preis- und Akquisitionsstrategie zur Umsatzplanung</b> .....	37
Welches Geschäftsmodell liegt Ihrer Idee zugrunde? .....	38
So bestimmen Sie Ihren Marktpreis .....	42
Akquisitionsstrategie: So erreichen Sie Ihr Mengenziel .....	46
So gelangen Sie zur Umsatzplanung .....	52
<b>Kapitel 4: Stellen Sie Ihr Geschäftsmodell auf die Probe</b> .....	57
Der Elevator Pitch – Ihr Schlüssel zum Verkaufserfolg .....	58
Befragen Sie Ihre Kunden, um Ihre Erfolgchancen zu verbessern .....	60
Bauen Sie einen Prototypen – und setzen Sie ihn der Realität aus .....	66
So stellen Sie Ihre Akquisemaßnahmen auf den Prüfstand .....	68
<b>Kapitel 5: Der direkte Weg zum Businessplan</b> .....	71
Welche formalen Aspekte sind zu beachten? .....	72
Schnell zum ersten Wurf .....	74
Recherche und Überarbeitung .....	78

Zeitplan: vom ersten Wurf zum fertigen Businessplan .....	84
Schreiben und schreiben lassen .....	87
<b>Kapitel 6: Der Textteil: Diese Fragen muss Ihr Businessplan beantworten</b> .....	89
Aufbau des Textteils.....	90
Das Deckblatt .....	91
Inhaltsverzeichnis .....	92
Executive Summary .....	92
Unternehmen und Produkte .....	94
Persönliche Eignung .....	96
Ihre Zielgruppen .....	98
Der Markt .....	100
Der Wettbewerb .....	101
Kundennutzen und Positionierung .....	103
Vertrieb und Kommunikation .....	105
Abläufe und Organisation .....	107
Zukunftsperspektiven .....	108
Anhang/Anlagen .....	109
<b>Kapitel 7: Der Zahlenteil: Kosten, Umsatz und Gewinn</b> .....	113
Die Teilpläne .....	114
Ihre Messlatte: der kalkulatorische Unternehmerlohn .....	114
Die Planung der Kosten .....	122
Von der Kostenplanung zur Gewinnermittlung .....	139
Liquiditätsplan und nötige Finanzierungsmittel .....	142
<b>Kapitel 8: Ihr Businessplan auf dem Prüfstand</b> .....	149
Ablehnungsgrund Vermittelbarkeit .....	150
Ablehnungsgrund Eigenmittel .....	150
Ablehnungsgrund mangelnder Förderbedarf .....	152
Ablehnungsgrund mangelnde Tragfähigkeit .....	152
Die gravierendsten Fehler im Textteil des Businessplans .....	153
Die häufigsten Fehler im Zahlenteil des Businessplans .....	154
Andere Ablehnungsgründe bei der Prüfung durch die Arbeitsagentur .....	157
Reichen Sie Ihren Businessplan bei der Arbeitsagentur ein .....	158
Mehr als ein Buch: weitere Serviceleistungen.....	161
Stichwortverzeichnis.....	167

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	7
<b>I. DER TEXTTEIL IHRES BUSINESSPLANS</b> .....	9
<b>1. Grundregeln: darauf kommt es beim Schreiben an</b> .....	10
<b>2. Ihre Visitenkarte: das Deckblatt</b> .....	13
Beispiel: Kfz-Werkstatt mit Smart-Repair .....	14
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> .....	15
Beispiel: Interkulturelles Spanischtraining für Unternehmen .....	16
<b>3. Auf einen Blick: das Inhaltsverzeichnis.</b> .....	17
Beispiel: Schmuckgeschäft mit eigener Werkstatt. ....	18
<b>4. Für Eilige: die Executive Summary</b> .....	19
Beispiel: Software-Entwicklung und Beratung .....	20
Beispiel: Onlineshop für Umstandsmode. ....	24
<b>5. Ihr Vorhaben: Unternehmen und Produkte</b> .....	27
Beispiel: Handwerksbetrieb im Bereich Elektrotechnik .....	28
Beispiel: Fundraising-Agentur für gemeinnützige Organisationen .....	30
Beispiel: Turnierbüro für Pferdesportveranstaltungen .....	32
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> .....	35
<b>6. Selbstdarstellung: persönliche Eignung</b> .....	39
Beispiel: Gussmodelle aus Kunststoff. ....	40
Beispiel: Panasiatisches Schnellrestaurant .....	42
Beispiel: Physiotherapie für Kinder und psychisch Kranke .....	44
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> .....	48
<b>7. Die Kunden verstehen: Ihre Zielgruppen</b> .....	51
Beispiel: Seniorenbetreuung. ....	52
Beispiel: IT-Dienstleistungen für ältere Internetanfänger, Klein- und Kleinstunternehmen .....	54
Beispiel: Buchhaltungsservice für Existenzgründer, Steuerberater und kleine Unternehmen .....	58
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> .....	61
<b>8. Das Spielfeld für Ihr Business: der Markt</b> .....	65
Beispiel: E-Mail-Portal für Golfer. ....	66
Beispiel: Italienisches Mittagsrestaurant .....	70
Beispiel: Veranstaltungstechnik .....	74
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> .....	77
<b>9. Die Konkurrenz schläft nicht: der Wettbewerb</b> .....	79
Beispiel: Seminare zur Flugangstbewältigung .....	80
Beispiel: Schuhgeschäft für Modebewusste .....	82
Beispiel: Brillenmanufaktur im Hochpreissegment .....	84
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> .....	88

<b>10. Der feine Unterschied: Kundennutzen und Positionierung</b> . . . . .	89
Beispiel: Lieferservice für Hundenahrung und Schulungen für Hundehalter. . . . .	90
Beispiel: Markenberatung für chinesische Unternehmen . . . . .	92
Beispiel: Holzdienstleistungen für Zimmereien, Bauträger und Architekten . . . . .	96
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> . . . . .	99
<b>11. Los geht's: Vertrieb und Kommunikation.</b> . . . . .	101
Beispiel: Interkulturelles Sprachtraining für Unternehmen . . . . .	102
Beispiel: Grafikdesign mit Schwerpunkt Druckmedien . . . . .	106
Beispiel: Unternehmensberatung für Marketing und Vertrieb . . . . .	110
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> . . . . .	116
<b>12. Gut aufgestellt: Abläufe und Organisation</b> . . . . .	119
Beispiel: Internationales Handelsunternehmen . . . . .	120
Beispiel: Immobilienmakler für Wohn- und Gewerbeobjekte. . . . .	122
Beispiel: Private Nachmittagsschule . . . . .	124
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> . . . . .	128
<b>13. So geht's weiter: Zukunftsperspektiven.</b> . . . . .	131
Beispiel: Software-Entwicklung mit DHTML. . . . .	132
Beispiel: Cross-Cultural-Coaching mit Schwerpunkt Osteuropa . . . . .	134
Beispiel: Full-Service-Provider im Personalbereich . . . . .	136
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> . . . . .	138
<b>II. DER ZAHLENTEIL IHRES BUSINESSPLANS</b> . . . . .	141
<b>1. Grundregeln: So kalkulieren Sie richtig.</b> . . . . .	142
<b>2. Annahmen begründen: Erläuterungen zu den Planzahlen</b> . . . . .	145
Beispiel: Designbüro . . . . .	146
<b>3. Für gute und schlechte Zeiten: Szenarioanalyse</b> . . . . .	149
Beispiel: Großhandel mit Verpackungsmaterial . . . . .	150
<b>4. Die Berechnungen im Einzelnen: Finanzplanung</b> . . . . .	153
Beispiel: Wellness-Massagepraxis . . . . .	154
<b>5. Die Hürde, die Sie nehmen müssen: der Unternehmerlohn</b> . . . . .	166
Beispiel: Ingenieurbüro für den Anlagenbau . . . . .	166
<b>Auf den Punkt gebracht: Basics, Tipps und Tricks.</b> . . . . .	168
<b>6. Wenn Sie nicht nach Stunden abrechnen: alternative Umsatzmodelle.</b> . . . . .	171
Beispiel: Schulungen für Telefonmarketing und -akquise . . . . .	172
Beispiel: eBay-Handel mit Elektronikartikeln. . . . .	174
Beispiel: Ayurvedisches Gäste- und Seminarhaus . . . . .	176
<b>7. Ihre Zahlen visualisiert: die grafische Aufbereitung</b> . . . . .	178
Beispiel: Haushaltshilfe für Singles und berufstätige Paare . . . . .	178
<b>III. ZUBEHÖR ZUM PLAN: DER ANHANG</b> . . . . .	183
<b>Mehr als ein Buch: weitere Serviceleistungen</b> . . . . .	185
<b>Stichwortverzeichnis</b> . . . . .	187