

Günter Faltin

# K o p f schlägt Kapital

Die ganz andere Art,  
ein Unternehmen zu gründen

Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein

HOCHSCHULE  
LIECHTENSTEIN  
Bibliothek

HANSER

# Inhalt

Vorwort zur 4., überarbeiteten und ergänzten Auflage.....	VII
Vorwort zur 2. Auflage.....	VIII
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Eigentlich muss man verrückt sein. ....	2
1.2 Faszination Ökonomie.....	3
<b>2 Fallstudie Teekampagne.....</b>	<b>5</b>
2.1 Die Entstehungsgeschichte der Idee. ....	5
2.2 Ökonomisch vernünftig handeln. ....	7
2.3 Funktion statt Konvention .....	7
2.4 „Keine Ahnung von der Praxis“.....	8
2.5 Wie das Ganze finanzieren?.....	10
2.6 Ein gutes Konzept eröffnet viele Möglichkeiten.....	11
2.7 Der Hauptaspekt gerät in den Hintergrund ....	13
2.8 Die Qualität der Idee gibt den Ausschlag ....	14
<b>3 Konzept-kreative Gründungen.....</b>	<b>19</b>
3.1 Olivenöl.....	19
3.2 Das konventionelle Büro neu denken .....	20
3.3 RatioDrink.....	21
3.4 Direkt zur Kanzlerin.....	24
<b>4 Stiefkind Konzept - Es lohnt, an der Idee zu arbeiten.....</b>	<b>27</b>
4.1 Es geht nicht um flüchtige Ideen oder Einfälle.....	28
4.2 Ein eigenes Ideenkonzept entwickeln. ....	32
4.3 Erfindung und Innovation unterscheiden ....	33

4.4	Entrepreneurship von Business Administration unterscheiden.....	35
4.5	Patente oder neue Technologien sind nur Rohmaterial.....	38
4.6	Was ein gutes unternehmerisches Konzept leisten muss.....	42
4.7	Am Puzzle arbeiten.....	47
4.8	Ein Ideenkunstwerk schaffen.....	50
4.9	Wer das Prinzip verstanden hat, kann viele Unternehmen gründen.....	53
4.10	Erfolgreiche Unternehmen entstehen im Kopf.....	56
5	Der Überforderungsfall entgehen.....	63
5.1	Der Unternehmer als Alleskönner - Warum wir diesen Zopf abschneiden müssen.....	63
5.2	Wissen um die eigene Unwissenheit oder: Die Kunst des Beurteilens und Kooperierens.....	67
5.3	Wo die Gründungsberatung versagt - Das Beispiel der Künstlerin Dorothee.....	71
5.4	„Selbständig sein heißt, alles selbst zu machen und das ständig“.....	72
5.5	Einfachste kaufmännische Prinzipien befolgen.....	78
5.6	Andersartigen Konzepten Raum lassen.....	80
5.7	Das Abenteuerrestaurant.....	82
5.7.1	Entrepreneurship und politisches Dogma.....	82
5.7.2	Lernen außerhalb von Schule.....	84
5.7.3	Dieldee.....	85
5.7.4	Die Flausen ausgetrieben.....	86
6	Gründen aus Komponenten.....	89
6.1	Gründen live.....	89
6.2	Komponenten einsetzen.....	92

6.2.1	Unternehmen mit Flügeln.....	93
6.2.2	Ein Beispiel.....	95
6.2.3	Unternehmen als Ideengebilde.....	97
6.3	Wachstumskrisen den Boden entziehen.....	99
6.4	„Embedded Knowledge“ (eingebettetes Wissen) nutzen.....	102
7	Im Konzert der Großen mitspielen.....	105
7.1	Können Sie sich vorstellen, eine Industrieanlage zu bauen?.....	105
7.2	Leistungspakete einkaufen.....	106
7.3	Komponieren Sie Ihr Unternehmen.....	107
7.4	Ein Beispiel: Wie man Zahnbürsten preiswerter macht.....	111
7.5	Fehlt es an Kapital?.....	114
7.6	Persönlichkeit statt Anonymität.....	117
7.7	Haben Sie selbst Lust auf eine kleine Unternehmung bekommen?.....	119
7.8	Marktführer über Nacht.....	123
7.9	Ein Unternehmen zum Mitmachen - Die CO <sub>2</sub> -Kampagne ...-.....	125
7.10	Gründen - noch während der Festanstellung.....	128
8	Wie Sie Ihr eigenes High-Potential-Konzept erarbeiten - Das Labor für Entrepreneurship.....	131
8.1	Die Idee „öffnen“.....	133
8.1.1	Herausfinden, was den Gründer wirklich bewegt.....	135
8.1.2	Neue Sichtachsen ausprobieren.....	137
8.2	Sieben Techniken zur Ausarbeitung eines Entrepreneurial Design.....	140
8.2.1	Potenzial in Vorhandenem entdecken.....	142
8.2.2	Funktion statt Konvention.....	143

8.2.3	Vorhandenes neu kombinieren . . . . .	145
8.2.4	Mehr als nur eine Funktion erfüllen ...	146
8.2.5	Probleme als Chance verstehen .....	148
8.2.6	Arbeit in Spaß und Unterhaltung verwandeln.....	149
8.2.7	Visionen Wirklichkeit werden lassen.....	151
8.3	Über den Sinn und Unsinn von Businessplänen.....	152
8.4	... und wie kann ich auf meine Gründung aufmerksam machen?.....	155
8.4.1	Von null auf eins.....	155
8.4.2	Wir sind die Marken.....	157
8.4.3	Lust an der Inszenierung.....	161
8.4.4	... aber es geht auch ohne.....	164
8.5	Die Flaschenbaustein-Idee.....	165
9	Entrepreneurship als Herausforderung.....	169
9.1	Setzen Sie sich für ein Anliegen ein - Go for a cause.....	171
9.2	Mythos Gewinnmaximierung.....	172
9.3	Social Entrepreneurship.....	173
9.4	Muss man zum Entrepreneur geboren sein?... 9.4.1 „Viel zu schwierig?“..... 9.4.2 Nicht die Ressource, sondern das Konzept gibt den Ausschlag.....	180 182 185
9.5	Entrepreneure braucht das Land.....	187
9.6	Entrepreneurship ist Abenteuerurlaub.....	189
9.7	Die Person rückt in den Mittelpunkt.....	192
9.8	Grundprinzip menschlichen Gestaltungswillens: Effizienz.....	195
9.9	Aktiv am Marktgeschehen teilnehmen.....	197
9.10	„Ein leerer Sack kann nicht aufrecht stehen" - Die zweite Stufe der Aufklärung zünden.....	199

10 Von Denkgewohnheiten Abschied nehmen - Aus der Vergangenheit nicht auf die Zukunft schließen.....	203
10.1 Was tun, wenn die ökonomische Basis wegbricht? - Das Beispiel Manaus, Brasilien.....	204
10.2 Wir brauchen innovative Gründungen. ....	209
10.3 ... aber es muss nicht immer Hightech sein ...	210
10.4 Initialzündung im Ideenraum - culturäl entrepreneurship.....	213
10.5 Bereitet unser Bildungssystem auf Entrepreneurship vor?.....	217
10.6 Ist der Unternehmensgeist ausgewandert? ...	220
10.7 Declaration of Independence.....	223
11 Aufforderung zum Tanz.....	227
Anhang.....	231
Jeder kann Entrepreneur werden	
Interview mit Professor Muhammad Yunus (Auszug) ...	231
Anmerkungen.....	235
Literaturverzeichnis.....	241
Der Autor.....	246
Dank.....	248