

Prof. Dr. Bernhard Plum / Prof. Dr. Michael Gehrler / Prof. Dr. Jürgen Schmidt

Existenzgründung für Hochschulabsolventen

Geschäftsidee, Business Plan, Fördermittel,
Kundenakquise, Crowdfunding

1. Auflage

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
1 Entschluss zur Selbstständigkeit	15
1.1 Motive für die Existenzgründung	15
1.1.1 Wirtschaftlicher Erfolg	15
1.1.2 Innovation	16
1.1.3 Unabhängigkeit	16
1.1.4 Anerkennung	16
1.1.5 Selbstverwirklichung	16
1.1.6 Rollenverhalten	17
1.2 Auslöser der Gründungsaktivität	17
1.2.1 Änderungen der äußeren Lebensumstände	18
1.2.2 Änderungen der inneren Lebensumstände	18
1.3 Unternehmerpersönlichkeit	18
1.3.1 Begriff des Entrepreneurs	19
1.3.2 Eigenschaften eines Entrepreneurs	19
1.4 Abwägung von Chancen und Risiken	21
1.4.1 Vor- und Nachteile einer selbstständigen Tätigkeit	21
1.4.2 Gründerszene in Deutschland	23
1.4.3 Persönliche SWOT-Analyse	26
1.4.4 Gründungsstrategie	32
1.5 Selbstständigkeit im Team	33
1.5.1 Vor- und Nachteile	33
1.5.2 Ideale Kombination	35
2 Entwicklung einer Geschäftsidee	37
2.1 Innovation	37
2.1.1 Einteilung von Technologien	37
2.1.2 Bedeutung des Neuheitsgrads	38
2.1.3 Überblick über neue Technologien	40
2.1.4 Vorgehensweise	41
2.2 Generieren von Ideen	42
2.2.1 Entdeckungsansätze	42
2.2.2 Entstehungsansätze	44
2.2.3 Kreativitätstechniken	55
2.3 Bewertung von Ideen	57
2.4 Konzeptionierung des Geschäftsmodells	58

2.4.1	Zielsetzung	59
2.4.2	Business-Model-Canvas	59
3	Erstellung eines Businessplans	65
3.1	Dienstleistungs-/Produktkonzept	69
3.1.1	Funktionalität	70
3.1.2	Qualität	70
3.1.3	Design	73
3.1.4	Verpackung	75
3.1.5	Markenname	78
3.1.6	Mehrwertdienste	80
3.1.7	Strategische Produktprogrammgestaltung	82
3.2	Kundennutzen	85
3.2.1	Das klassische Positionierungsmodell	87
3.2.2	Das Kano-Modell	89
3.2.3	Quality-Function-Deployment	90
3.3	Machbarkeit	94
3.3.1	Rahmenbedingungen einer Gründung	94
3.3.2	Interne Organisationsstruktur	96
3.3.3	Chancen-Risiken-Analyse	98
3.4	Marktforschung	101
3.4.1	Marktanalyse	101
3.4.2	Marktpotenzial	106
3.5	Wettbewerbsanalyse	110
3.6	Zielmarktbestimmung/Produktpositionierung	113
3.7	Marketingkonzept	115
3.7.1	Marketingziele	117
3.7.2	Marketingstrategien	118
3.7.3	Marketing-Mix	119
3.8	Geschäftsmodell	127
3.9	Standortwahl	127
4	Finanzierung	133
4.1	Unternehmensbewertung	134
4.1.1	Substanzwertverfahren	134
4.1.2	Ertragswertverfahren	134
4.1.3	Discounted-Cashflow-Verfahren (DCF-Verfahren)	137
4.1.4	Multiplikatorverfahren	139
4.2	Öffentliche Förderprogramme der Länder und des Bundes	141
4.2.1	Existenzgründungsgutscheine	141
4.2.2	EXIST-Gründerstipendium	142
4.2.3	Innovationsgutscheine	142

4.2.4	Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand ZIM	143
4.2.5	Banken	143
4.2.6	Staatliche Beteiligungsgesellschaften	144
4.3	Business-Angels	147
4.4	Family-Offices	147
4.5	Venture-Capital	147
4.6	Convertible Loans, Convertible Notes	149
4.7	Crowdfunding	149
4.8	Finanzierung der Future One GmbH	150
5	Geschäftsaufnahme	153
5.1	Markteinführung	154
5.2	Produktoptimierung	155
5.3	Auswahl von Partnern	156
5.3.1	Lieferanten	157
5.3.2	Vertriebspartner	158
5.4	Kundenakquise	159
5.5	Gründungsformalitäten	162
5.5.1	Abschluss des Gesellschaftsvertrags	162
5.5.2	Gesetzliche Anmeldungen und Erlaubnisse	164
5.5.3	Einholung behördlicher Genehmigungen	170
5.6	Domain-Registrierung	171
5.6.1	Top-Level-Domains	172
5.6.2	Deutsche Domain	173
5.6.3	Whois-Abfrage	173
5.7	Schutz des geistigen Eigentums	174
5.7.1	Vertraglicher Schutz	175
5.7.2	Patentrecht	176
5.7.3	Gebrauchsmusterrecht	182
5.7.4	Markenrecht	183
5.7.5	Designschutz	186
5.7.6	Urheberrecht	189
6	Hintergrundwissen	197
6.1	Betriebliches Rechnungswesen	197
6.2	Externes Rechnungswesen	197
6.2.1	Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung	197
6.2.2	Kapitalflussrechnung	206
6.2.3	Working Capital	209
6.2.4	Betriebswirtschaftliche Auswertungen (BWA) und Controlling	212

6.3	Internes Rechnungswesen	220
6.3.1	Kostenrechnung	220
6.3.2	Erfolgsrechnungen	238
6.3.3	Planungsrechnungen	239
6.3.4	Investitionsrechnungen	241
6.4	Wahl der Rechtsform	250
6.4.1	Allgemeine Merkmale	250
6.4.2	Einzelkaufmann	253
6.4.3	Freiberufler	253
6.4.4	Gesellschaft bürgerlichen Rechts	255
6.4.5	Offene Handelsgesellschaft	256
6.4.6	Kommanditgesellschaft	257
6.4.7	Partnerschaft	258
6.4.8	Gesellschaft mit beschränkter Haftung	260
6.4.9	Aktiengesellschaft	262
6.4.10	Steuerliche Aspekte	262
6.4.11	Steuerbelastungsvergleich	264
6.4.12	Weitere Aspekte	266
6.4.13	Gründerszene in Deutschland	267
	Literaturverzeichnis	269
	Abbildungsverzeichnis	273
	Abkürzungsverzeichnis	275
	Die Autoren	277
	Stichwortverzeichnis	279