

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>9</b>
<b>1 Die Geschäftsidee .....</b>	<b>15</b>
1.1 Ideenfindung .....	15
1.2 Ideenprüfung .....	22
<b>2 Vorphase</b>	
<b>(Machbarkeitsuntersuchung) .....</b>	<b>27</b>
2.1 Unternehmer .....	27
2.2 Rechtsform .....	30
2.2.1 Einzelunternehmen .....	31
2.2.2 Personengesellschaften .....	34
2.2.2.1 Gesellschaft nach bürgerlichem	
Recht (BGB-Gesellschaft, GbR) .....	34
2.2.2.2 Offene Handelsgesellschaft (OHG)	
und Offene Erwerbsgesellschaft	
(OEG) .....	35
2.2.2.3 Kommanditgesellschaft (KG)	
und Kommanditerwerbsgesellschaft	
(KEG) .....	37
2.2.2.4 Stille Gesellschaft .....	37
2.2.3 Kapitalgesellschaften .....	38
2.2.3.1 Gesellschaft mit	
beschränkter Haftung (GmbH) .....	38
2.2.3.2 Aktiengesellschaft .....	45
2.2.3.3 Anstalt .....	45
2.2.3.4 Genossenschaft .....	46
2.3 Gewerbeberechtigungen .....	47
2.4 Standort .....	48

2.5	Leistungsprogramm und Wertschöpfungstiefe .....	50
2.6	Behördliche Auflagen .....	53
2.7	Förderer und Gegner .....	54
2.8	Risikoanalyse .....	58
2.9	Kundengruppen .....	60
2.10	Wettbewerbsumfeld .....	62
2.11	Ihr erster Zahlenüberblick .....	64

### **3 Entwicklung des**

<b>Business Plan .....</b>	<b>69</b>
3.1 Funktionsträger .....	72
3.2 Rechtsform .....	77
3.2.1 Gestaltung des Gesellschaftsvertrags .....	77
3.2.2 Eigentumsverhältnisse .....	80
3.2.3 Haftungsverhältnisse .....	82
3.2.4 Handlungsermächtigungen .....	83
3.2.5 Soziale Absicherung .....	85
3.3 Leistungsprogramm .....	85
3.4 Organisationslayout .....	89
3.5 Investitionsplanung .....	93
3.6 Produktions- und Dienstleistungsplanung .....	100
3.7 Einkaufsplanung .....	104
3.8 Lagerplanung .....	107
3.9 Personalplanung .....	110
3.9.1 Personalbedarfsplanung .....	110
3.9.2 Formen der Personalentlohnung ..	113
3.9.3 Personalkostenplanung .....	115
3.9.4 Arbeitsplatzplanung .....	116
3.9.5 Aus- und Fortbildungsplanung .....	117
3.9.6 Karriereplanung .....	118

<b>3.10</b>	<b>Qualitätssicherungssystem</b>	<b>118</b>
<b>3.11</b>	<b>Strategiekonzept</b>	<b>121</b>
3.11.1	Umwelt	122
3.11.2	Unternehmensanalyse	124
3.11.2.1	Portfolio	125
3.11.2.2	Strategische Bilanz	128
3.11.2.	Erfolgsfaktoren	128
3.11.3	Strategische Ziele	129
3.11.4	Strategien	130
3.11.5	Ihr Strategiekonzept	133
<b>3.12</b>	<b>Marketingkonzept</b>	<b>135</b>
3.12.1	Grundlagen des Marketings	135
3.12.2	Marketingstrategien	137
3.12.2.1	Produkt- und Sortimentspolitik	138
3.12.2.2	Preis- und Konditionenpolitik (Kontrahierungspolitik)	139
3.12.2.3	Vertriebspolitik (Distributionspolitik)	141
3.12.2.4	Kommunikationspolitik	142
3.12.2.5	After-Sales-Politik (Servicepolitik nach dem Verkauf)	144
3.12.3	Marketingmix	145
<b>3.13</b>	<b>Konzept zum Rechnungswesen und zum Controlling</b>	<b>147</b>
<b>3.14</b>	<b>Die zahlenmäßige Ausarbeitung Ihres Business Plan</b>	<b>152</b>
3.14.1	Kapitalbedarfsrechnung	153
3.14.2	Finanzierungsplanung	158
3.14.3	Budgetierung	159
3.14.3.1	Zeitliche Gliederung Ihres Budgets	159
3.14.3.2	Sachliche Gliederung	159
3.14.3.3	Praktische Vorgangsweise bei der Budgetierung	160

3.14.4	Finanzplanung .....	166
3.14.5	Break-even-Rechnung .....	169
3.14.6	Kalkulationsmethoden und Kalkulationsgrundlagen .....	170
3.14.7	Kennzahlen .....	176
3.15	Business Plan – Darstellung und Präsentation .....	176
<b>4</b>	<b>Frühwarnung und Controlling .....</b>	<b>179</b>
<b>5</b>	<b>Ein Wort zum Schluß .....</b>	<b>183</b>
	<b>Verzeichnis der verwendeten Literatur .....</b>	<b>185</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>189</b>