

Oliver Pott • Andre Pott

Entrepreneurship

Unternehmensgründung,
unternehmerisches Handeln und
rechtliche Aspekte

 Springer Gabler

Inhaltsverzeichnis

I Grundlagen und Einführung	1
1.1 Entrepreneurship und Abgrenzung	1
1.1.1 Einführung	1
1.1.2 Wichtige Begrifflichkeiten zum Thema Entrepreneurship	2
1.1.3 Aktuelle Situation in Deutschland und Europa	4
1.1.4 Annäherung an Entrepreneurship durch die Darstellung des Entrepreneurship-Prozesses	6
1.1.5 Fallstudie: Die Teekampagne	8
1.1.6 Fallstudie: Online – Portal reBuy.de	10
1.2 Situatives Umfeld des Unternehmers, Kreativität und Innovation	11
1.2.1 Einführung	11
1.2.2 Unternehmer, Kreativität und Innovation	12
1.2.3 Situatives Umfeld	17
1.2.4 Fallstudie: Situatives Umfeld	25
1.2.5 Situatives Umfeld in der Selbstreflexion	27
1.3 Die Vorgründungsphase: Persönlichkeit des Unternehmers und unternehmerisches Denken und Handeln	28
1.3.1 Einführung	28
1.3.2 Der Gründer	28
1.3.3 Das Gründerteam	37
1.3.4 Fallstudie: True Fruits GmbH	39
1.4 Die unternehmerische Gelegenheit und deren Bewertung	42
1.4.1 Die unternehmerische Gelegenheit als Gründungsidee	42
1.4.2 Hilfsmittel zur Erkennung	43
1.4.3 Methoden zur Bewertung	44
1.4.4 Zusammenfassung	48
1.5 Das Gründungsgeschehen in Deutschland aus volkswirtschaftlicher Sicht ..	49
1.5.1 Das Gründungsgeschehen in Deutschland aus dem Blickwinkel verschiedener Datenquellen	49
1.5.2 Entwicklung des Gründungsgeschehens von 2000–2010	52
1.5.3 Detaillierte Analyse des Gründungsgeschehens 2010	54

5.3	Aufbau des Businessplans	197
5.3.1	Executive Summary (Die Kurzdarstellung)	199
5.3.2	Produkte und Dienstleistungen	200
5.3.3	Markt- und Wettbewerbsbetrachtung	201
5.3.4	Marketing und Vertrieb	203
5.3.5	Organisation	208
5.3.6	Lieferanten, Beschaffung und Produktion	209
5.3.7	Gründerteam und Personal	211
5.3.8	Realisierungsfahrplan	213
5.3.9	Finanzplan und Finanzierung	213
5.3.10	Chancen und Risiken	222
5.4	Zentrale Anforderungen/Vorgehen bei der Erstellung eines Businessplans	223
5.5	Datenquellen für einen Businessplan	224
5.6	Typische Fehler in Businessplänen	225
5.7	Nutzen eines Businessplans	227
5.8	Businessplan und Controlling	227
5.9	Zusammenfassung	228
	Literatur	229
6	Finanzierung und Controlling aus unternehmerischer Sicht	231
6.1	Einleitung	231
6.2	Finanzierungsphasen	232
6.2.1	Early Stages	232
6.2.2	Expansion Stages	233
6.2.3	Later Stages	234
6.3	Finanzierung	235
6.3.1	Innenfinanzierung	235
6.3.2	Außenfinanzierung	238
6.3.3	Eigenfinanzierung	246
6.3.4	Mezzanine Kapital	254
6.3.5	Fördermittel	256
6.4	Die Bilanz aus Sicht des Gründers	261
6.5	Bilanzanalyse	261
6.5.1	Finanzierungsanalyse	262
6.5.2	Rentabilitätsanalyse	264
6.5.3	Break-Even-Analyse	265
6.5.4	Liquiditätsanalyse	267
7	Wachstum und Wachstumsmanagement	273
7.1	Wachstum und die Bedeutung für Unternehmen	273
7.2	Wachstum als Teil des Unternehmenszyklus	275
7.3	Kennzahlen für Wachstum und für die Bewertung von Unternehmen	278
7.4	Wachstumsziele	279

7.5	Erklärung für Wachstum (Complexity-Management Modell)	280
7.6	Formen und Ausmaß von Wachstum	282
7.7	Einflüsse und Wachstumspotenzial	284
7.8	Nachhaltiges Unternehmenswachstum	285
7.9	Wachstumsarten	286
7.9.1	Finanzielles Wachstum	287
7.9.2	Strategisches Wachstum	287
7.9.3	Organisatorisches Wachstum	291
7.10	Wachstumsstrategien	294
7.10.1	Produkt-Markt-Wachstumsstrategien	295
7.10.2	Geografische Wachstumsstrategien	298
7.11	Change Management und Prozessmanagement	299
7.12	Voraussetzungen für Wachstum	301
7.13	Barrieren, Risiken, Herausforderungen	302
7.14	Krisenmanagement	304
7.15	Exit Strategien	307
	Literatur	309
8	Sonderformen des Entrepreneurship	311
8.1	Übernahme und Firmenkauf	311
8.1.1	Einführung	311
8.1.2	Formen des Unternehmenskaufs und -verkaufs	311
8.1.3	Formen der Unternehmensübernahme	315
8.1.4	Die Bewertung eines Unternehmens	317
8.2	Unternehmensnachfolge und Übergang	322
8.2.1	Unternehmensnachfolge in Deutschland	322
8.2.2	Varianten der Unternehmensnachfolge	322
8.2.3	Planung der Unternehmensnachfolge	326
8.2.4	Chancen und Risiken bei der Unternehmensnachfolge	329
8.3	Corporate Entrepreneurship und Interpreneurship	333
8.3.1	Corporate Entrepreneurship	333
8.3.2	Schaffung der Innovationsfähigkeit in Unternehmen	339
8.3.3	Methoden und wissenschaftliche Ansätze zur Neuproduktent- wicklung	339
8.3.4	Interpreneurship	342
8.3.5	Vergleich Corporate Entrepreneurship und Interpreneurship	346
	Literatur	347
9	Unternehmensverkauf und Exit-Strategien	351
9.1	Einleitung	351
9.2	Ablauf des Unternehmensverkaufs	351
9.3	Bedeutendste Ausstiegsmöglichkeiten	352
9.4	Verkauf eines Unternehmens	352

9.5	Exit-Strategien	353
9.5.1	Arten und Formen der Exit-Strategie	353
9.5.2	Vor- und Nachteile der wichtigsten Exit-Strategien	369
9.5.3	Erfolgsdeterminanten eines Exits	370
9.5.4	Rechtliche Rahmenbedingungen und sonstige Aspekte	371
9.5.5	Unternehmensnachfolge	373
Sachverzeichnis	377