

# Inhalt

## **KAPITEL I GESCHÄFTSIDE UND VISION**

*von Uwe Kirst*

**29**

### **1 Sie selbst und Ihre Ziele – Chance oder Risiko**

**29**

- 1.1 Wann ist Gründerzeit? 29
- 1.2 Das Umfeld Ihrer Gründung 31
- 1.3 Frauen, die etwas unternehmen 32
- 1.4 Ihre persönlichen Gründungsbedingungen 34
- 1.5 Ihre Geschäftsidee 39
- 1.6 Sieben Tipps für Ideensucher 40
- 1.7 Wer Ihnen helfen kann 42
  - 1.7.1 Fünf Tipps zur Anwaltssuche 45
  - 1.7.2 Fünf Tipps zur Steuerberatersuche 46
  - 1.7.3 Fünf Tipps zum Thema Unternehmensberater 47
- 1.8 Ihr Unternehmerselbsttest 48

### **2 Bin ich ein Start-up?**

**52**

### **3 Soziale Verantwortung von Gründungsunternehmen**

**53**

- 3.1 Der „Ehrbare Kaufmann“ 53
- 3.2 Unternehmensziele und „Firmen“ philosophie 54

## **KAPITEL II UNTERNEHMENSKONZEPT UND BUSINESSPLAN**

*von Uwe Kirst*

**59**

### **1 Wofür überhaupt ein Konzept?**

**59**

### **2 Planen Sie strategisch und operativ**

**61**

### **3 Ihr Businessplan – Inhalt, Aufbau, Funktionen**

**63**

- 3.1 Ihre Vorhabens- oder Projektbeschreibung 64
- 3.2 Die Gründerpersonen 67
- 3.3 Ihre Aussagen zu Markt und Standort 67
  - 3.3.1 Positionen zum Markt 68
  - 3.3.2 Positionen zum Standort 70
- 3.4 Kommunikation und Marketing 72
- 3.5 Ihr Vertrieb 73
- 3.6 Investitionen und Kapitalbedarf 74
  - 3.6.1 Investitionen und Kosten 74
  - 3.6.2 Ihr Kapitalbedarf 75
- 3.7 Umsatz – Ertrag – Liquidität 76
- 3.8 Anlagen Ihres Businessplans 77

### **4 Gefährliche Businessplanfehler**

**77**

- 4.1 Konzeptionelle Fehler 78
- 4.2 Strukturelle Fehler 78

4.3 Kaufmännische Fehler	79
4.4 Formale Fehler	80
<b>5 Geschäftsplanmarketing</b>	<b>80</b>
5.1 Ziele und Zielgruppen	80
5.2 Instrumente	81
5.3 Formale Kriterien	82
<b>6 Verhandlungen, die Sie führen</b>	<b>82</b>
6.1 Tipps zur Verhandlungsführung	82
6.2 Die Banken	84
6.3 Die Lieferanten	87
6.4 Die Kunden	88
6.5 Der Vermieter	90
6.6 Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	92
6.7 Die Behörden und Institutionen	95
6.8 Online-Verhandlungen	95
<b>7 Ihr Gründungszeitplan</b>	<b>96</b>

### **KAPITEL III MARKT, STANDORT UND WETTBEWERB**

<i>von Uwe Kirst</i>	<b>103</b>
<b>1 Ihre Marktanalyse – online und offline</b>	<b>103</b>
1.1 Tipps zur professionellen Sekundärforschung	105
1.2 Tipps zur professionellen Primärforschung	105
<b>2 Segmente Ihrer Marktforschung</b>	<b>107</b>
<b>3 Zielgruppenanalyse als Voraussetzung</b>	<b>107</b>
<b>4 Checklisten und Quellen zur Analyse</b>	<b>108</b>
<b>5 Ihre Standortforschung</b>	<b>110</b>
5.1 Die regionale Abgrenzung Ihres Einzugsgebietes	111
5.2 Die lokale Abgrenzung Ihres Einzugsgebietes	112
5.3 Die Bestimmung Ihrer Standortfaktoren	112
5.3.1 Verkehrssituation	117
5.3.2 Steuer- und Abgabenlast	117
5.3.3 Kommunikationseinrichtungen	118
5.3.4 Betriebsraum	118
5.4 Verfahren zur Auswahl Ihres Standortes	119
5.5 Ihre Standort-Risikofaktoren	120
5.6 Werbestrategien gestalten Absatzmärkte	120
<b>6 Ihre Wettbewerbsanalyse</b>	<b>123</b>
<b>7 Gründen von zu Hause aus</b>	<b>124</b>

**1 Ihre Finanzplanung***von Uwe Kirst***129**

1.1	Fünf Regeln, damit es gelingt	129
1.2	Die Planungstabellen	132
1.2.1	Investitionsplan	132
1.2.2	Abschreibungsplan	134
1.2.3	Planteil Löhne und Gehälter	135
1.2.4	Umsatzplan	137
1.2.5	Plan der Markteinführungskosten	138
1.2.6	Plan der Gründungskosten	139
1.2.7	Fixkostenplan	140
1.2.8	Plan der variablen Kosten	141
1.2.9	Finanzierungsplan	142
1.2.10	Erfolgsrechnung	145
1.2.11	Liquiditätsrechnung	147
1.3	Das Ermitteln Ihres Gesamtkapitalbedarfs	150
1.3.1	Ihre Privatausgaben	150
1.3.2	Ihre Gesamtkapitalbedarfsermittlung	152
1.4	Gehalt oder Entnahme	153

**2 Controlling und Kalkulation im Gründungsunternehmen***von Marko Dietsch und Uwe Kirst***155**

2.1	Die Basis	155
2.1.1	Die Gewinn- und Verlustrechnung und Ihre Betriebswirtschaftliche Auswertung	156
2.1.2	Die Bilanz	157
2.2	Die jährliche Planung	158
2.2.1	Planabweichungen	158
2.2.2	Abgrenzungen und Finanzbuchhaltung vs. wirtschaftliche Planung	159
2.2.3	Die Hochrechnung	159
2.3	Ihre Preiskalkulation	160
2.3.1	Zuschlagskalkulation	164
2.3.2	Divisionskalkulation	168
2.3.3	Äquivalenzziffernkalkulation	168
2.3.4	Kalkulationsfehler	168
2.4	Die Kennzahlen	169
2.4.1	Deckungsbeitrag und Handelsspanne	170
2.4.2	Break-even-Analyse (Gewinnschwelle)	170
2.4.3	Umsatzrentabilität	171
2.4.4	Liquiditätsgrade	172
2.4.5	Kundenkreditdauer	174
2.4.6	Cashflow	174
2.4.7	Return on Investment – ROI	175
2.4.8	Was Kennzahlen können und was nicht	175
2.5	Die Kosten- und Erfolgsrechnung	175

<b>3 Ihre Buchführung</b>	<b>178</b>
<i>von Marko Dietsch</i>	
3.1 Funktionen der Buchführung	178
3.2 Buchführungssysteme	180
3.2.1 Kameralistische oder Behördenbuchführung	180
3.2.2 Einfache Buchführungspflicht	180
3.2.3 Doppelte Buchführung	180
3.3 Die Buchführungspflicht	181
3.4 Die Aufzeichnungspflicht	182
3.5 Die Aufbewahrungspflicht	183
3.6 Aufbewahren betrieblicher E-Mails	183
3.7 Ihre Belegorganisation	184
3.8 Ihre Kassenbuchführung	185
3.9 Ihre Gewinnermittlung	185
3.9.1 Methode 1: Betriebsvermögensvergleich	185
3.9.2 Methode 2: Einnahmen-Überschuss-Rechnung	187
3.10 Jahresabschluss, Bilanz und GuV	188
3.10.1 Gesetzliche Vorschriften für Jahresabschluss und Bilanz	188
3.10.2 Veränderungen der Bilanz durch Geschäftsvorfälle	189
3.10.3 Wichtige Begriffe aus Bilanz und GuV	191
3.10.3.1 Anlagevermögen	191
3.10.3.2 AfA	191
3.10.3.3 AfA auf geringwertige Wirtschaftsgüter und Poolabschreibung	192
3.10.3.4 Investitionsabzugsbetrag und Sonderabschreibungen	193
3.10.3.5 Beteiligungen	193
3.10.3.6 Rechnungsabgrenzungsposten (RAP)	194
3.10.3.7 Rückstellungen	194
3.10.3.8 Umlaufvermögen	194
3.11 Ihre betriebswirtschaftliche Auswertung (BWA)	195
3.12 Ein Wort zu Ihren Betriebsausgaben	196

## **KAPITEL V WOHER KOMMT DAS GELD?** **201**

<b>1 Die Finanzierung Ihres Unternehmens</b>	<b>201</b>
<i>von Marko Dietsch</i>	
1.1 Einleitung	201
1.2 Finanzierungsregeln	202
1.3 Eigenkapital	203
1.3.1 Der Einsatz des Eigenkapitals	204
1.3.2 Kapitalbeteiligungsgesellschaften	205
1.3.3 Venture Capital und Business Angels	207
1.4 Die Fremdfinanzierung	209
1.4.1 Langfristige Fremdmittel	209
1.4.1.1 Darlehen aus dem privaten Umfeld	209
1.4.1.2 Gesellschafterdarlehen	210
1.4.1.3 Bankdarlehen	210
1.4.1.4 Fördermittel	212
1.4.2 Kurzfristige Fremdmittel	212

1.4.2.1	Kontokorrentkredit	212
1.4.2.2	Avalkredit	213
1.4.2.3	Lieferantenkredit	214
1.4.2.4	Kommissionsverträge	215
1.4.2.5	Factoring	215
1.4.3	Leasing	216
1.5	Crowdfunding	217
1.5.1	Was ist Crowdfunding?	217
1.5.2	Wie funktioniert Crowdfunding?	217
1.5.3	Wie wird das Crowdfunding behandelt?	218
1.6	Ihr Zahlungsverkehr	219
1.7	Sicherheiten	220
1.7.1	Sicherungsübereignung	220
1.7.2	Verpfändung	221
1.7.3	Grundschild und Hypothek	221
1.7.4	Bürgschaften	221
1.8	Wie Sie Ihre Bank überzeugen	222
1.8.1	Die erfolgskritische Sicht des Kapitalgebers	222
1.8.2	Der Baseler Ausschuss für Bankenaufsicht und das Rating	223
1.8.3	Ihre Bonitätsprüfung	225
<b>2</b>	<b>Öffentliche Finanzierungshilfen</b>	
	<i>von Peter Höhne</i>	<b>227</b>
2.1	Fördermittel als Gestaltungsinstrument des Staates	227
2.2	Hilfen für Gründer und Jungunternehmer	229
2.3	Fördermittel: Wirkungen und Nebenwirkungen auf Ihr Unternehmen	230
2.4	Wie Sie an Fördermittel gelangen	232
2.4.1	Förderprinzipien	232
2.4.2	Formen	235
2.4.3	Wo Sie Ihren Antrag stellen	235
2.4.4	Ihr eigener Beitrag zum Erfolg	236
2.4.5	Todsünden einer Förderung	236
2.5	Finanzierungsbeispiel	237
	<b>KAPITEL VI RECHT UND STEUERN</b>	<b>243</b>
<b>1</b>	<b>Die Gründungsformalia</b>	
	<i>von Claudia Schleich und Konrad Zipperlen</i>	<b>243</b>
1.1	Freier Beruf oder Gewerbe?	243
1.2	Gewerbefreiheit	245
1.3	Erlaubnispflichtige Gewerbe	246
1.3.1	Handwerk	246
1.3.2	Verkehr	247
1.3.3	Gaststättengewerbe	249
1.3.4	Bestimmte Tätigkeiten in Handel, Industrie und Dienstleistungsgewerbe	249
1.3.5	Reisegewerbe	252
1.4	Ihre Behördengänge	253

## **2 Die rechtlichen Voraussetzungen Ihrer Gründung**

*von Arne Kausch*

**255**

2.1 Die Wahl Ihrer Rechtsform	255
2.2 Personengesellschaft und Kapitalgesellschaft	256
2.3 Der Kaufmann	257
2.3.1 Die Kaufmannseigenschaft	257
2.3.1.1 Istkaufmann	257
2.3.1.2 Kannkaufmann	258
2.3.1.3 Formkaufmann	258
2.3.2 Das Sonderrecht der Kaufleute	259
2.4 Ihre Pflichten als Gründer	261
2.4.1 Formelle Regelungen (Anzeige- und Meldepflichten)	261
2.4.2 Materielle Regelungen (Genehmigungserfordernisse)	262
2.4.3 Pflichten nach dem Geldwäschegesetz (GwG)	262
2.5 Die einzelnen Unternehmensformen	263
2.5.1 Das Einzelunternehmen	263
2.5.2 Die BGB-Gesellschaft	263
2.5.3 Die offene Handelsgesellschaft – OHG	265
2.5.4 Die Kommanditgesellschaft – KG	266
2.5.5 Die stille Gesellschaft	267
2.5.6 Die Partnerschaftsgesellschaft – PartG	269
2.5.7 Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung – GmbH	270
2.5.7.1 Der Geschäftsführer	273
2.5.7.2 Die Gesellschafterversammlung	274
2.5.8 Die Unternehmergesellschaft – UG (haftungsbeschränkt)	275
2.5.8.1 Gründung der Gesellschaft	275
2.5.8.2 Rechte und Pflichten der Beteiligten	276
2.5.8.3 Wirkung im Markt	277
2.5.9 Die Aktiengesellschaft – AG	277
2.5.9.1 Der Vorstand der AG	278
2.5.9.2 Der Aufsichtsrat der AG	278
2.5.9.3 Die Hauptversammlung der AG	278
2.5.9.4 Die Voraussetzungen der einfachen Gründung	279
2.5.9.5 Die Voraussetzungen der qualifizierten Gründung	279
2.5.9.6 Die Kleine Aktiengesellschaft	280
2.5.10 Die GmbH & Co.	281
2.5.11 Die Stiftung	282
2.5.11.1 Errichtung	282
2.5.11.2 Gemeinnützigkeit	283
2.5.12 Die Genossenschaft (eG)	284
2.5.13 Der Verein	285
2.5.13.1 Gründung	285
2.5.13.2 Wirtschaftlicher Verein	285
2.5.13.3 Vereinsorgane	286
2.5.13.4 Nicht rechtsfähiger Verein	286
2.5.13.5 Haftung	286
2.5.13.6 Entziehung der Rechtsfähigkeit	287
2.5.13.7 Mitgliedschaft im Verein	287
2.5.14 Gesellschaften ausländischer Rechtsformen	287
2.5.14.1 Gründung	287

2.5.14.2	Organe der Gesellschaft	288
2.5.14.3	Pflicht zum Jahresabschluss und Steuerpflicht	289
2.5.14.4	Anwendbares Recht, Haftung, Sanktionen bei Regelverstößen	289
2.5.15	Die Betriebsaufspaltung	290
2.6	Wie Ihre Firma lauten darf	291
2.6.1	Grundsätze der Firmierung	291
2.6.2	Beispiele	292
2.7	Der Schutz Ihres geistigen Eigentums – „Immaterialgüterrechte“	296
2.7.1	Urheberrecht	297
2.7.2	Marken	298
2.7.3	Patente	298
2.7.4	Gebrauchsmuster	299
2.7.5	Geschmacksmuster	299
2.7.6	Sonstige Schutzrechte	299
2.8	Datenschutzrecht – BDSG und DSGVO	300
2.8.1	Rechtsgrundlagen	301
2.8.2	Praktische Bedeutung	303
2.9	Legal-Technology und Blockchains	305
<b>3</b>	<b>Vertragsrecht für Gründer</b>	
	<i>von Michael Ebert</i>	<b>307</b>
3.1	Zustandekommen von Verträgen	307
3.1.1	Vertragsschluss mit Unternehmen – B2B	308
3.1.2	Vertragsschluss mit Verbrauchern – B2C	310
3.1.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen	312
3.2	Besondere Vertragstypen	313
3.2.1	Der Kaufvertrag	313
3.2.2	Der Werkvertrag	316
3.2.3	Der Dienstvertrag	317
3.3	Der Kunde zahlt nicht – was tun?	318
3.3.1	Fälligkeit und Verzug	318
3.3.2	Verjährung	319
3.3.3	Gerichtliche Schritte	320
<b>4</b>	<b>Arbeitsrecht für Unternehmer</b>	
	<i>von Michael Ebert</i>	<b>321</b>
4.1	Ihre Situation als Arbeitnehmer	321
4.1.1	Wettbewerbsverbot und Treuepflicht	321
4.1.2	Beenden Ihres Arbeitsverhältnisses	322
4.1.3	Ihre Rechte bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses	323
4.2	Ihre Situation als Arbeitgeber - „Endlich Chef“	324
4.2.1	Die Stellenausschreibung	324
4.2.2	Bewerberauswahl	325
4.2.3	Das Einstellungsgespräch	326
4.2.4	Der Arbeitsvertrag	327
4.2.5	Nebenpflichten als Arbeitgeber	329
4.2.6	Haftung im Arbeitsverhältnis	330

4.2.7	Kündigen von Mitarbeitern	331
4.2.7.1	Aufhebungsvertrag	331
4.2.7.2	Form der Kündigung	332
4.2.7.3	Kündigungsfristen	332
4.2.7.4	Kündigungsschutz	334
4.3	Gestaltungsmöglichkeiten zur Beschäftigung von Mitarbeitern	335
4.3.1	Befristetes Arbeitsverhältnis	335
4.3.2	Arbeit auf Abruf	335
4.3.3	Geringfügige Beschäftigung	336
4.3.4	Leiharbeitnehmer	337
4.3.5	Freie Mitarbeiter	337
4.4	Das arbeitsgerichtliche Verfahren	338
<b>5</b>	<b>Ihre Steuerpflichten</b>	
	<i>von Dietrich Eschler</i>	<b>339</b>
5.1	Die Einkommensteuer	342
5.1.1	Ihre persönliche Steuerpflicht	343
5.1.1.1	Die Steuerpflicht von natürlichen Personen	343
5.1.1.2	Steuerliche Obliegenheiten	343
5.1.2	Die Einkunftsarten	344
5.1.3	Einkommensermittlung	344
5.1.4	Verlustausgleich	345
5.1.4.1	Verluste im gleichen Veranlagungszeitraum	345
5.1.4.2	Verluste aus verschiedenen Veranlagungszeiträumen	345
5.1.4.3	Verlustbehandlung	346
5.1.5	Ihre Gewinn- und Überschusseinkünfte	347
5.1.6	Ihre steuerfreien Einnahmen	348
5.1.7	Einkommensteuertarif	348
5.1.8	Ihre wichtigsten Einkunftsarten	349
5.1.8.1	Einkünfte aus Gewerbebetrieb	349
5.1.8.2	Einkünfte aus selbständiger Tätigkeit	350
5.1.8.3	Einkünfte aus nichtselbständiger Tätigkeit	350
5.1.8.4	Einkünfte aus Kapitalvermögen	350
5.1.8.5	Solidaritätszuschlag	353
5.2	Die Körperschaftsteuer	353
5.2.1	Der Ermittlungszeitraum	354
5.2.2	Die Ermittlung des Einkommens der Körperschaft	355
5.2.3	Körperschaftsteuerbelastung und Gewinnausschüttung	355
5.2.4	Die verdeckte Gewinnausschüttung	356
5.3	Die Gewerbesteuer	357
5.3.1	Der Gewerbeertrag	358
5.3.1.1	Gewinnhinzurechnungen	358
5.3.1.2	Gewinnkürzungen	359
5.3.1.3	Steuermessbetrag	360
5.3.2	Freibetrag	361
5.3.3	Versagung des Betriebsausgabenabzugs	361
5.4	Die Umsatzsteuer	362
5.4.1	Steuerbefreiungen	364
5.4.2	Wer Umsatzsteuerschuldner ist	364
5.4.3	Die Vorsteuer	364



5.4.4 Kleinunternehmerregelung	365
5.4.5 Auslandsbezug	366
5.5 Sonstige Steuern	367
5.6 Betriebsprüfung und „Gläserner Steuerzahler“	367
5.6.1 Digitale Betriebsprüfung	367
5.6.2 Zugriffsrechte der Finanzverwaltung	368
5.6.3 Was sind steuerrelevante Daten?	369
5.7 Steuern im Besonderen	370

## **KAPITEL VII KOMMUNIKATION, MARKETING UND VERTRIEB** **377**

### **1 Marketing im 21. Jahrhundert**

*von Thomas Kühr*

**377**

1.1 Was ist Marketing?	378
1.2 Die Marketinginfrastruktur	379
1.3 Der Instrumentenkasten Ihres Marketingmix	381
1.3.1 Ihr Produktmix	381
1.3.2 Ihre Preispolitik	386
1.3.3 Ihre Produktplatzierung	388
1.3.4 Ihr Promotionmix	388
1.3.5 Ihr Service	391
1.4 Der Kunde ist König!	392
1.4.1 Vor dem Kauf: Zielgruppenanalyse	392
1.4.2 Während des Kaufs: Information, Beratung, Betreuung	393
1.4.3 Nach dem Kauf: Kundenpflege	393
1.5 Marketing im Internet	394
1.5.1 Electronic Advertising	395
1.5.2 Electronic Commerce	397
1.5.3 Electronic Customer Care	398
1.5.4 Voraussetzungen für Online-Marketing	399
1.5.5 Know-how für E-Commerce	401
1.6 Ihr Marketingcontrolling	401
1.6.1 Ihr Marketingplan	402
1.6.2 Die Marketingrevision	402
1.6.3 Gesetzliche Rahmenbedingungen (UWG)	403

### **2 Kommunikation für Gründer**

*von Michael Leibrecht*

**405**

2.1 Das ADCD-Prinzip	405
2.1.1 Agile	405
2.1.2 Digital	405
2.1.3 Collaborative	406
2.1.4 Disruptive	406
2.2 Warum unsere klassische Werbung oft nicht mehr funktioniert	406
2.3 Crossmedia	408
2.4 Online-Marketing	410

2.4.1	Welches technische System passt zu Ihnen?	410
2.4.1.1	Websites selber machen	411
2.4.1.2	Websites machen lassen	411
2.4.1.3	Crowdsourcing-Plattformen	413
2.4.2	Von den Suchmaschinen gefunden werden	414
2.4.2.1	Onsite SEO – Optimierung innerhalb der Seite	414
2.4.2.2	Offsite SEO – Optimierung außerhalb der Seite	415
2.4.2.3	SEM – Für Geld gefunden werden.	417
2.4.3	Geld verdienen – Monetarisierung von Websites	417
2.4.4	Analyse	418
2.5	Social Media	419
2.5.1	Welche Netzwerke zur Auswahl stehen	419
2.5.2	Welches soziale Netzwerk passt genau zu Ihnen?	421
2.5.3	Mit welcher Strategie treten Sie dort auf?	422
2.6	Networking	422
2.6.1	Offene Netzwerke – Gründer sind willkommen	423
2.6.2	Geschlossene Netzwerke – Nur wer „gefragt ist“, darf rein	423
<b>3</b>	<b>Vertrieb für Gründer</b>	
	<i>von Uwe Kirst</i>	<b>424</b>
3.1	Vertrieb – Was oder wen wir vertreiben	424
3.2	Nichts verkauft sich von selbst, aber jeder macht Vertrieb	425
3.3	Klassische Vertriebswege	425
3.3.1	Direktvertrieb	425
3.3.2	Indirekter Vertrieb	426
3.4	Besonderheiten im Gründungsunternehmen	426
3.5	Anfängerfehler	427
	<b>KAPITEL VIII RISIKO UND VORSORGE</b>	<b>433</b>
<b>1</b>	<b>Risikomanagement und betriebliche Versicherungen</b>	
	<i>von Thomas Rothe</i>	<b>433</b>
1.1	Ihre Risikoanalyse	433
1.2	Haftpflichtversicherung	435
1.2.1	Die gesetzliche Haftpflicht	436
1.2.2	Kraftfahrzeughaftpflichtversicherung	436
1.2.3	Produkthaftung	436
1.2.4	Umwelthaftung	437
1.2.5	Verschuldenshaftung	437
1.2.5.1	Personen- und Sachschäden	437
1.2.5.2	Vermögensschäden	437
1.3	Rechtsschutzversicherung	438
1.3.1	Bausteine der Rechtsschutzversicherung	438
1.3.2	Beurteilung des Nutzens	439
1.4	Inhaltsversicherung	440
1.4.1	Versicherbare Schadenursachen	440
1.4.2	Betriebsunterbrechungsschäden	440

1.5	Betriebsgebäudeversicherung	441
1.5.1	Versicherbare Schadenursachen	441
1.5.2	Umgang mit den Sachversicherungen Inhalt und Gebäude	441
1.6	Elektronikversicherung	442
1.6.1	Versicherbare elektronische Geräte	442
1.6.2	Versicherbare Risiken	442
1.7	Maschinenversicherung	442
1.7.1	Welche Maschinen können versichert werden	443
1.7.2	Welche Gefahren können abgesichert werden	443
1.8	Transportversicherung	443
1.9	Werkverkehrsversicherung	444
1.10	Kreditversicherung	445
1.10.1	Warenkreditversicherung gegen Forderungsausfälle	445
1.10.2	Zusatzleistungen einer Warenkreditversicherung	445
1.11	Bürgschaftsversicherung	445
1.12	Vertrauensschadenversicherung	446
1.13	Cyber-Risk-Versicherung	446
<b>2</b>	<b>Soziale Absicherung als Inhaber und Gesellschafter</b>	
	<i>von Uwe Menzel</i>	<b>447</b>
2.1	Absicherung im Krankheitsfall	448
2.1.1	Leistungen und Beiträge in der gesetzlichen Krankenversicherung	448
2.1.2	Leistungen und Beiträge in der privaten Krankenversicherung	449
2.1.3	Absicherung des Einkommensausfalls im Krankheitsfall	449
2.1.4	Krankenzusatzversicherungen	450
2.2	Absicherung im Fall einer Pflegebedürftigkeit	451
2.2.1	Leistungen und Beiträge der gesetzlichen Pflegeversicherung	451
2.2.2	Leistungen und Beiträge in der privaten Pflegeversicherung	452
2.2.3	Pflegezusatzversicherungen	452
2.3	Altersvorsorge	452
2.4	Absicherung gegen Arbeitslosigkeit	455
2.4.1	Versicherungspflichtverhältnis auf Antrag	455
2.4.2	Kündigung der freiwilligen Arbeitslosenversicherung	456
2.5	Absicherungen gegen Unfälle	456
2.5.1	Möglichkeiten der gesetzlichen Unfallversicherung	456
2.5.2	Erweiterung des Unfallversicherungsschutzes	457
2.6	Weitere wichtige Vorsorgeversicherungen	457
2.6.1	Berufs- und Erwerbsunfähigkeitsversicherung	457
2.6.2	Risikolebensversicherung	458
<b>3</b>	<b>Soziale Absicherung künftiger Arbeitnehmer</b>	
	<i>von Uwe Menzel</i>	<b>458</b>
3.1	Sozialversicherungspflicht als Arbeitgeber	458
3.1.1	Gesetzliche Grundlagen	458
3.1.2	Krankenversicherung für Arbeitnehmer	459
3.1.3	Pflegeversicherung für Arbeitnehmer	460

3.1.4 Rentenversicherung für Arbeitnehmer	460
3.1.5 Arbeitslosenversicherung für Arbeitnehmer	461
3.1.6 Unfallversicherung für Arbeitnehmer	461
3.1.7 Insolvenzgeldumlage	461
3.1.8 Umlageversicherungen	462
3.1.8.1 Umlageversicherung U1	462
3.1.8.2 Umlageversicherung U2	462
3.1.9 Sonderform „Minijobs“	463
3.2 Organisation der Meldungen und Beitragszahlungen zur Sozialversicherung	464
3.2.1 Meldungen zur Sozialversicherung	464
3.2.1.1 Beantragung einer Betriebsnummer	464
3.2.1.2 Anmeldung bei der Einzugsstelle (Krankenkasse)	464
3.2.2 Beitragsnachweise und Beitragszahlungen	465
3.3 Weiterführende Informationen	466
<b>4 Versicherungspflicht für geschäftsführende Gesellschafter – GmbH und UG</b>	
<i>von Uwe Menzel</i>	<b>466</b>

## **KAPITEL IX WEGE ZUR SELBSTÄNDIGKEIT** **471**

### **1 Gründen im Nebenerwerb**

<i>von Yvonne Stolpmann</i>	<b>472</b>
1.1 Ganz oder gar nicht?	472
1.2 Formalia	473
1.3 Planung	473
1.4 Vorteile	474
1.5 Stolpersteine	474
1.6 Formen des Nebenerwerbs	475
1.6.1 Neben einer Anstellung	475
1.6.2 Neben dem Studium	476
1.6.3 In der Elternzeit	477
1.6.4 Als Hausfrau oder Hausmann	477
1.6.5 Während der Arbeitslosigkeit (ALG I, ALG II)	477
1.6.6 Nebenerwerb als Rentner	478
1.7 Rentenversicherungspflicht	479
1.8 Steuern und Buchführung	479
1.8.1 Buchführungspflicht	479
1.8.2 Einkommensteuer	480
1.8.3 Umsatzsteuer und Kleinunternehmerregelung	481
1.8.4 Gewerbesteuer	481

### **2 Franchising**

<i>von Uwe Kirst</i>	<b>482</b>
2.1 Vor- und Nachteile	482
2.2 Leistungen der Franchisepartner	482
2.3 Fragen, die Sie als Franchisenehmer stellen sollten	483
2.4 Kosten	484
2.5 Risikopositionen im Franchising	484

<b>3 Gründen als „Networker“</b>	<b>485</b>
<i>von Heike Kirst</i>	
3.1 Strukturvertrieb	486
3.2 Direktvertrieb	486
3.3 Network-Marketing	486
3.4 Pyramiden- und Schneeballsysteme	486
3.5 Klassischer Direktvertrieb oder Network-Marketing?	487
3.6 Wie Network-Marketing funktioniert	488
3.7 Chancen im Network-Marketing	488
3.8 Worin die Risiken liegen	489
3.9 Voraussetzungen für einen erfolgreichen Geschäftsaufbau	489
3.10 Woran Sie ein seriöses Network-Unternehmen erkennen	490
3.11 Persönliche Kriterien für eine Kooperation	491
<b>4 Unternehmenskauf und Beteiligungserwerb</b>	
<i>von Uwe Kirst</i>	<b>491</b>
4.1 Formen	491
4.2 Unternehmensbewertung	495
<b>5 Unternehmensnachfolge</b>	
<i>von Uwe Kirst</i>	<b>496</b>
<b>6 Gründen aus der Arbeitslosigkeit</b>	
<i>von Uwe Kirst</i>	<b>498</b>
<b>7 Gründen im Nachbarland</b>	
<i>von Uwe Kirst</i>	<b>499</b>
<b>8 Gründung in Österreich</b>	
<i>von Uwe Kirst</i>	<b>501</b>
<b>KAPITEL X WENN ES MISSLINGT</b>	
<i>von Uwe Kirst</i>	<b>507</b>
<b>1 Alarmsignale für den Unternehmer</b>	<b>507</b>
1.1 Verlust – was tun?	507
1.2 Informationen, die Geld sparen	510
<b>2 Die häufigsten Gründungsfehler</b>	<b>513</b>
<b>3 Das Ende eines Unternehmens</b>	<b>519</b>
<b>INDEX</b>	<b>522</b>