

# Inhalt

<b>Vorwort zur vierten Auflage .....</b>	<b>5</b>
<b>Vorwort zur dritten, zweiten und ersten Auflage .....</b>	<b>7</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>15</b>
<b>1. Start ins Unternehmertum .....</b>	<b>17</b>
1.1 Der Weg zum Unternehmer .....	17
1.2 Auf einmal ist alles anders! .....	21
1.3 Das Fundament der ersten Jahre .....	26
1.4 Die Wellen des Unternehmers .....	33
1.5 Konzentration oder Chaos: Papier in der Agentur .....	40
1.6 System ist Pflicht: Geld in der Agentur .....	45
1.7 Nicht unmöglich: Wochenplanung in der Agentur .....	50
<b>2. Unternehmensziel Gewinn .....</b>	<b>59</b>
2.1 Strategische Ausgaben einer Agentur .....	59
2.2 Budgetierung der Agenturausgaben .....	65
2.3 Was „bringt“ ein einzelner Kunde? .....	69
2.4 Der Deckungsbeitrag Ihres Kunden .....	75
2.5 Der Wert Ihrer Stunden .....	79
<b>3. Chancen der Gestaltung .....</b>	<b>87</b>
3.1 Agentur und Finanzamt .....	87
3.2 Die Steuerlast in der Agentur .....	94
3.3 Die „Wahl“ der Gewinnermittlungsvariante .....	101
3.4 Betriebswirtschaftliche Auswertung einer Agentur .....	104
3.5 Gewinngestaltung durch Abschreibung .....	112
3.6 Gewinngestaltung durch Investitionen der Zukunft .....	119
3.7 Vom Privat- zum Agenturvermögen .....	123
3.8 Das Fahrzeug in der Agentur .....	126
3.9 Spesen des Agenturinhabers .....	132

<b>4. Investitionen, Personal und Wachstum.....</b>	<b>134</b>
4.1 Exkurs in die Kosten.....	134
4.2 Vorbereitende Gedanken zu Ihrer Agenturstrategie .....	138
4.3 Entscheidung pro Personal? .....	141
4.4 Gezielte Aufgabenteilung in der Agentur .....	145
4.5 Mitarbeiter kosten Geld! .....	152
4.6 Bringen Sie Ihren Mitarbeiter zum Ertrag! .....	156
4.7 Das System Ihrer Agentur .....	163
 <b>5. Von der Betriebswirtschaft zum Vertrieb .....</b>	<b>168</b>
5.1 Der Mindest-Umsatz in der Agentur.....	168
5.2 Der Weg zum Mindest-Umsatz .....	175
5.3 Professionelle Terminierung.....	180
5.4 Vom Markt zum Marketing .....	185
5.5 Das personalisierte Mailing .....	193
5.6 Klassifizierung und Bindung Ihrer Kunden .....	199
 <b>6. Die Zukunft Ihrer Agentur.....</b>	<b>206</b>
6.1 Ab morgen Unternehmer! .....	206
6.2 Welche Gewinnentwicklung trauen Sie sich zu?.....	211
6.3 Entwickeln Sie Ihren Wunschbestand! .....	220
6.4 Die persönliche Entwicklung des Agenturunternehmers .....	224
6.5 Der Weg zur Vision .....	231
6.6 Von Unternehmertypen zur Unternehmensentwicklung.....	235
 <b>Steffen Ritter .....</b>	<b>243</b>