

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Prognosen als Lackmustest für Start-up-Unternehmen .....</b>	<b>1</b>
1.1 Was zeichnet ein Start-up aus? .....	1
1.2 Welche Bedeutung haben Planungen und Prognosen für Start-ups? .....	2
1.3 Prognosen als Managementinstrument für Start-ups .....	3
<b>2 Was macht Prognosen (un-)glaubwürdig? .....</b>	<b>5</b>
2.1 Die Macht kognitiver Verzerrungen .....	6
2.2 Glaubwürdigkeit einer vom Gründerteam erstellten Prognose .....	9
<b>3 Wie gehen die Interessengruppen mit Prognosen um? .....</b>	<b>11</b>
3.1 Gründerteam .....	11
3.2 Investoren .....	12
3.3 Laufende Anpassung und Überarbeitung von Prognosen .....	13
<b>4 Prognosemethoden für Start-ups .....</b>	<b>17</b>
4.1 Kombinierter Forecast einer Estimation Group .....	17
4.2 Top-down-Prognosen .....	20
4.2.1 Methode der Marktanteilsabschätzung .....	20
4.2.2 Zielgruppen- und Kaufverhaltensprognosen .....	23
4.2.3 Analogiemethode .....	25
4.2.4 Delphi-Befragung .....	27
4.3 Bottom-up-Prognosen .....	30
<b>5 Fallbeispiel: Absatzprognose für 3D-Büsten-Drucker .....</b>	<b>33</b>
<b>6 Fazit: Wie verlässlich sind Prognosen für Start-ups? .....</b>	<b>43</b>
<b>Literatur .....</b>	<b>45</b>