

Inhaltsverzeichnis

1	Prognosen als Lackmustest für Start-up-Unternehmen	1
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
2	Was macht Prognosen (un-)glaubwürdig?	5
2.1	Die Macht kognitiver Verzerrungen	6
2.2	Glaubwürdigkeit einer vom Gründerteam erstellten Prognose	9
3	Wie gehen die Interessengruppen mit Prognosen um?	11
3.1	Gründerteam	11
3.2	Investoren	12
3.3	Laufende Anpassung und Überarbeitung von Prognosen	13
4	Prognosemethoden für Start-ups	17
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
5	Fallbeispiel: Absatzprognose für 3D-Büsten-Drucker	33
6	Fazit: Wie verlässlich sind Prognosen für Start-ups?	43
	Literatur	45