

Inhalt

Vorwort

- 15 Erik Spiekermann
17 Joachim Kobuss

21 Einführung

Teil I Selbstständige Identität

- 25 1.0 Selbstständigkeit – Alternative zum Job
25 1.1 Unternehmertum
30 1.2 Unternehmungsdruck
32 1.3 Schluss mit der Ausbeutung!
33 1.4 Zukunftsmodelle und neues Arbeiten
35 1.5 Zeiten im Umbruch
36 1.6 Neue Ökonomie
37 1.7 Wandel
38 1.8 Gründerzeiten
- 41 2.0 Selbstverständnis und persönliche Voraussetzungen
41 2.1 Berufsbild Designer
43 2.2 Berufsbild Unternehmer
44 2.3 Doppelte Anforderungen
45 2.4 Doppelte Anerkennung
46 2.5 Designer und Berater
48 2.6 Designer und Manager
50 2.7 Designer-/Unternehmer-Klischees
51 2.8 Selbstwahrnehmung und Selbsterkenntnis
56 2.9 Selbstständigkeit
58 2.10 Selbstwachstum und Selbstentwicklung
- 63 3.0 Allein oder im Team
63 3.1 Allein mit Familie oder Lebenspartner
64 3.2 Gemeinsam mit Familie, Kollegen und Geschäftspartnern
66 3.3 Vorteile und Risiken von Teams
68 3.4 Team-Merkmale und Zusammenarbeit
70 3.5 Networking in Bürogemeinschaften und Netzwerke
74 3.6 Mitgliedschaft versus Partnerschaften

77	4.0	Personal Identity – Positionierung und Haltung
77	4.1	Identität
77	4.2	Personal Identity (PI)
79	4.3	Positionierung
80	4.4	Haltung
83	5.0	Akquisition – Strategie und Intuition
83	5.1	Vorurteile
84	5.2	Wahrheiten
86	5.3	Identität und Engagement
89	5.4	Mut zur Akquisition
91	5.5	Professionalles Auftreten
93	5.6	Beziehung zu Auftraggebern / Kunden
99	5.7	Basis-Strategien
102	5.8	Basis-Maßnahmen
109	5.9	Intuition

Teil II Modelle und Pläne

117	6.0	Das eigene Unternehmen designen
117	6.1	Ein universelles Modell
119	6.2	Leistungsangebot (1)
122	6.3	Vermarktungsmodell (2)
124	6.4	Leistungserstellungsmodell (3)
125	6.5	Ertragsmodell (4)
127	6.6	»Designers Business Model Canvas«
129		Tabelle: »Designers Business Model Canvas«
130		Illustrationen: »Business Model Canvas« /
		Hauptbereiche »Business Model Canvas«

133	7.0	Ideen für ein Designbusiness
133	7.1	Businessideen
141	7.2	Innovation und Bekanntheitsgrad
142	7.3	Nutzen der Dienst-/Werkleistung
144	7.4	Service
144	7.5	Wettbewerbsunterschiede
145	7.6	Kaufgrund

147	8.0	Markt und Marketing
147	8.1	Zielgruppen
149	8.2	Auftraggeber-/Kundenwünsche
150	8.3	Marktvolumen
151	8.4	Kontakte und Abhängigkeiten
153	8.5	Marketingmaßnahmen und -kosten

156	8.6	Branchenvergleiche
157	8.7	Marketing-Grundlagen
158	8.8	Marketing-Mix
160	8.9	Marketing-Kommunikation
163	9.0	Wettbewerb im direkten Vergleich
163	9.1	Alleinanbieter oder Mitanbieter
164	9.2	Konkurrenten und Ranking
165	9.3	Services und Honorare / Preise im Wettbewerb
166	9.4	Kundennutzen optimieren
169	10.0	Dienstleistungs-/Produktionsfaktoren
169	10.1	Betriebsprozesse
170	10.2	Raumbedarf
172	10.3	Equipment und Einrichtung
172	10.4	Vertriebsmittel
172	10.5	Mitarbeiter
174	10.6	Fremdleistungen
177	11.0	Kalkulation – Honorare, Preise, Umsätze, Kosten und Erträge
177	11.1	Honorar- und Preisgestaltung
180	11.2	Honorarformen
183	11.3	Honorarempfehlungen und Tarife
185	11.4	Honorarkalkulation
192	11.5	Umsatzkalkulation
193	11.6	Kostenkalkulation
195	11.7	Ertragskalkulation
198		Tabellen: Kostenaufstellung / Kosten-Zeit-Kalkulation
201	12.0	Businessplan – Handlungs- und Entscheidungsgrundlage
201	12.1	Funktion
202	12.2	Prozess
203	12.3	Inhalt
205	12.4	(I.) Grundlagen
209	12.5	(II.) Markt
212	12.6	(III.) Funktionen
214	12.7	(IV.) Perspektiven
215	12.8	(V.) Finanzen
216	12.9	Finanzplan-Tabellen
221	12.10	Präsentation
226		Tabellen: Rentabilitätsplan / Liquiditätsplan / Investitionsplan / Gründungsplan / Finanzierungsplan

Teil III Bedingungen und Möglichkeiten

- 233 13.0 Standort nutzen**
 - 233 13.1 Bedingungen**
 - 234 13.2 Eignung**
 - 236 13.3 Einzugsgebiet**
 - 236 13.4 Verkehrsanbindung**
- 239 14.0 Rechtsformen – Bedingungen und Möglichkeiten**
 - 239 14.1 Eine unternehmerische Entscheidung**
 - 240 14.2 Freier Beruf oder Gewerbe**
 - 245 14.3 Einzelunternehmen oder Gesellschaft**
 - 247 14.4 Personengesellschaft / Kapitalgesellschaft**
 - 256 14.5 Gesellschafterstruktur/-funktionen**
 - 257 14.6 Anmeldungen, Genehmigungen und Zulassungen**
 - 258 14.7 Rechtsform und KSK**
- 261 15.0 Zukunftsperspektiven und Entwicklungen**
 - 261 15.1 Ziele**
 - 263 15.2 Zeitplan**
 - 264 15.3 Entwicklungen**
 - 265 15.4 Wie reagieren auf (negative) Marktentwicklung und Nachfrage?**
 - 266 15.5 Branchenvergleiche zur Orientierung**
- 269 16.0 Absicherung und Vorsorge – Business und Privat**
 - 269 16.1 Prioritäten**
 - 270 16.2 Business**
 - 270 16.3 Privat**
 - 273 16.4 Berufsgenossenschaft (D)**
 - 274 16.5 Künstlersozialversicherung (D)**
 - 275 16.6 Verwertungsgesellschaften (D)**
- 279 17.0 Finanzierung und Förderung**
 - 279 17.1 Grundlagen**
 - 280 17.2 Eigenfinanzierung**
 - 281 17.3 Innenfinanzierung**
 - 281 17.4 Fremdfinanzierung**
 - 286 17.5 Förderfinanzierung durch Darlehen (D)**
 - 287 17.6 Förderfinanzierung durch Zuschüsse (D)**
 - 288 17.7 Förderfinanzierung für Beratung (D)**

293	18.0	Steuern – Umsätze, Erträge und Einkünfte
293	18.1	Grundlagen
296	18.2	Umsatzsteuer (USt)
297	18.3	Gewerbesteuer(GewSt)
298	18.4	Einkommensteuer (ESt)
299	18.5	Körperschaftssteuer (KSt)
301	19.0	Controlling und Buchführung
301	19.1	Differenzierung
302	19.2	Controlling
305	19.3	Buchführung
313	20.0	Management in verschiedenen Unternehmungsphasen
313	20.1	Strategische und operative Komponenten
314	20.2	Managen
318	20.3	Führen
320	20.4	Unternehmungsphasen
325	21.0	Externe Kompetenzen nutzen
325	21.1	Nutzen
328	21.2	Beratung
329	21.3	Coaching
331	21.4	Moderation
333	21.5	Training
334	21.6	Angebote für Designer
337		Interviews
339		Christian Büning (BDG)
341		Stefan Eckstein (VDID)
343		Severin Filek (designaustria)
345		Ursula Heilig (SGD)
347		Mara Michel (VDM&D)
349		Stefanie Weiffenbach (IO)
352		Autoren
353		Dank
355		Literatur
359		Personen-Index
361		Sach-Index
365		Impressum