

Inhalt

Vorwort

- 15 Erik Spiekermann
- 17 Joachim Kobuss

21 Einführung

Teil I Selbstständige Identität

- 25 1.0 Selbstständigkeit – Alternative zum Job**
- 25 1.1 Unternehmerkultur
- 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	Professionelles 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 (VDMD)
349		Stefanie Weiffenbach (IO)
352		Autoren
353		Dank
355		Literatur
359		Personen-Index
361		Sach-Index
365		Impressum

