
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Zum Businessplan drängt, am Businessplan hängt alles	2
1.2	Doch nicht alles Gold, was glänzt?	4
1.3	Was die Gründungsförderung eigentlich wollen soll	6
1.4	Der „blinde Fleck“ der Gründungsförderung	7
	Literatur	9
2	Die Businessplan-Industrie	11
2.1	Die Businessplan-Industrie: Wer sie ist und was sie treibt	12
2.1.1	Businessplan-Wettbewerbe	13
2.1.2	Businessplan-Ratgeber	17
2.1.3	Beratungsangebote im Internet	19
2.1.4	Businessplan-Software und -Vorlagen	23
2.1.5	Gründungsberatung	23
2.1.6	Businessplan-Kurse	26
2.2	Ein profitabler Mythos	27
	Literatur	28
3	Der „Mythos“ Businessplan	31
3.1	Was ein „Mythos“ ist und leistet	32
3.2	... und was das alles mit Businessplänen zu tun hat	33
	Literatur	37
4	Kleine Businessplan-Kunde	39
4.1	Was ein Businessplan ist	39
4.2	Kleine Erfolgsgeschichte des Businessplans	41

4.3	Wie so was von so was kommt: der Businessplan und seine Wurzeln in der strategischen Planung	42
4.4	Was ein Businessplan bietet: der Inhalt	44
4.5	Was ein Businessplan soll: Zielgruppen und Funktionen	45
4.6	Was ein Businessplan leistet: Kapitalakquise durch strategische Planung	49
	Literatur	49
5	Der Businessplan in der Praxis: ein Dokument als „Gatekeeper“?	51
5.1	Wie die deutsche Gründungsförderung funktioniert – oder es zumindest sollte	51
5.2	Im Dschungel der Fördermaßnahmen	52
5.3	Geld gibt's nur mit Businessplan	54
5.3.1	Zuschuss zur Gründung nur mit Businessplan?!	54
5.3.2	Öffentlich geförderte Kredite und Beteiligungen	57
5.3.3	(Förder-)Kredit? Nur mit Businessplan!	60
5.3.4	Beratung und Qualifizierung, damit der Businessplan geschrieben wird	69
5.4	Der Businessplan: ein <i>Gatekeeper</i> – aber auch ein Helfer?	72
	Literatur	73
6	Tod eines Mythos	77
6.1	Weniger als ein Drittel der Gründer braucht einen Businessplan zur Unternehmensfinanzierung	78
6.2	Die meisten Gründer sehen keinen Nutzen im Businessplan	84
6.3	Ein Zusammenhang zwischen Unternehmenserfolg und Businessplan wird durch die Forschungslage nicht erhärtet	87
6.4	„Businessplan“ ist nicht gleich „Planung“	90
6.5	Zwischen Fakten und Fiktion – Prognosen im Businessplan	95
6.5.1	Prognosen in den Wirtschaftswissenschaften	96
6.5.2	Die Zukunft ist nicht immer stabil	98
6.5.3	Prognosen im Rahmen der Unternehmensgründung	102
6.5.4	Auf die Art der Gründung kommt es an!	104
6.6	Was vom Mythos übrig blieb	105
6.7	Ist der Businessplan noch zu retten?	107
	Literatur	110

7	In unbekannten Gewässern: Alternativen zum Businessplan	115
7.1	Ein entscheidender Perspektivenwechsel	115
7.2	Eine Reise ins Ungewisse – Entrepreneurship und der entrepreneurielle Prozess	117
7.3	Der Kern des Entrepreneurships: das Geschäftsmodell	122
7.4	Lernen und Vorbereitetsein werden wichtiger als Pläne und Prognosen	123
7.5	In unbekannten Gewässern navigieren: (Neu-)Ansätze zur Geschäftsmodellentwicklung	125
7.5.1	Ein Unternehmen wie gemalt: die Business Model Canvas	126
7.5.2	Einen Schritt nach dem anderen machen: Discovery Driven Planning	131
7.5.3	Auf die Idee kommt es an: Konzept-kreative Gründungen	133
7.5.4	Neue Fischgründe erschließen: Blue Ocean Strategy	138
7.5.5	Die Zukunft gestalten, ohne sie zu kennen: Effectuation	144
7.5.6	Eine innovative Bastelei: Bricolage	152
7.5.7	Vom Problem zum Produkt: Design Thinking	157
7.6	In der Vielfalt liegt die Kraft: mehr Mut zu entrepreneurialer Heterogenität	165
	Literatur	172
8	Die Entrepreneure in den Blick nehmen!	177
8.1	„Diagnose“ der deutschen Gründungsförderung	178
8.2	Vielfalt ist die beste Medizin	180
8.3	Unternehmen oder Entrepreneure fördern?	185
8.4	Am Anfang aller Förderung: die „Anamnese“	190
8.5	Hinterm Horizont geht's weiter – die blauen Ozeane der Gründungsförderung	194
	Literatur	195

Mythos Businessplan

Vom blinden Glauben an ein einzelnes Instrument und
möglichen Alternativen

Kunze, S.; Offermanns, A.

2016, XIV, 196 S. 30 Abb., 27 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-09910-7