



Inhaltsverzeichnis

Günter Faltin

Kopf schlägt Kapital

Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen - Von der Lust, ein Entrepreneur zu sein

ISBN (Buch): 978-3-446-41564-5

ISBN (E-Book): 978-3-446-41805-9

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-41564-5>

sowie im Buchhandel.

Inhalt

Vorwort zur 10. Auflage	VII
1 Einleitung	1
1.1 Eigentlich muss man verrückt sein	2
1.2 Faszination Ökonomie	3
2 Fallstudie Teekampagne	5
2.1 Die Entstehungsgeschichte der Idee	5
2.2 Ökonomisch vernünftig handeln	7
2.3 Funktion statt Konvention	7
2.4 „Keine Ahnung von der Praxis“	8
2.5 Wie das Ganze finanzieren?	10
2.6 Ein gutes Konzept eröffnet viele Möglichkeiten	11
2.7 Der Hauptaspekt gerät in den Hintergrund	13
2.8 Die Qualität der Idee gibt den Ausschlag	14
3 Konzept-kreative Gründungen	19
3.1 Olivenöl	19
3.2 Das konventionelle Büro neu denken	20
3.3 RatioDrink	22
3.4 Direkt zur Kanzlerin	25
4 Stiefkind Konzept – Es lohnt, an der Idee zu arbeiten	29
4.1 Es geht nicht um flüchtige Ideen oder Einfälle	29
4.2 Ein eigenes Ideenkonzept entwickeln	34
4.3 Erfindung und Innovation unterscheiden	35
4.4 Entrepreneurship von Business Administration unterscheiden	37

4.5	Patente oder neue Technologien sind nur Rohmaterial	40
4.6	Was ein gutes unternehmerisches Konzept leisten muss	44
4.7	Am Puzzle arbeiten	49
4.8	Ein Ideenkunstwerk schaffen	52
4.9	Wer das Prinzip verstanden hat, kann viele Unternehmen gründen	55
4.10	Erfolgreiche Unternehmen entstehen im Kopf	58
5	Der Überforderungsfall entgehen	65
5.1	Der Unternehmer als Alleskönner – Warum wir diesen Zopf abschneiden müssen	65
5.2	Wissen um die eigene Unwissenheit oder: Die Kunst des Beurteilens und Kooperierens	69
5.3	Wo die Gründungsberatung versagt – Das Beispiel der Künstlerin Dorothee	73
5.4	„Selbständig sein heißt, alles selbst zu machen und das ständig“	74
5.5	Einfachste kaufmännische Prinzipien befolgen	80
5.6	Andersartigen Konzepten Raum lassen	82
5.7	Das Abenteuerrestaurant	83
	5.7.1 Entrepreneurship und politisches Dogma	84
	5.7.2 Lernen außerhalb von Schule	85
	5.7.3 Die Idee	86
	5.7.4 Die Flausen ausgetrieben	88
6	Gründen aus Komponenten	91
6.1	Gründen live	91
6.2	Komponenten einsetzen	94
	6.2.1 Unternehmen mit Flügeln	95

6.2.2	Ein Beispiel	97
6.2.3	Unternehmen als Ideengebilde	100
6.3	Wachstumskrisen den Boden entziehen	101
6.4	„Embedded Knowledge“ (eingebettetes Wissen) nutzen	104
7	Im Konzert der Großen mitspielen	109
7.1	Können Sie sich vorstellen, eine Industrieanlage zu bauen?	109
7.2	Leistungspakete einkaufen	110
7.3	Komponieren Sie Ihr Unternehmen	111
7.4	Ein Beispiel: Wie man Zahnbürsten preiswerter macht	115
7.5	Fehlt es an Kapital?	118
7.6	Persönlichkeit statt Anonymität	121
7.7	Haben Sie selbst Lust auf eine kleine Unternehmung bekommen?	123
7.8	Marktführer über Nacht	127
7.9	Ein Unternehmen zum Mitmachen – Die CO ₂ -Kampagne	129
7.10	Gründen – noch während der Festanstellung	132
8	Wie Sie Ihr eigenes High-Potential-Konzept erarbeiten – Das Labor für Entrepreneurship	135
8.1	Die Idee „öffnen“	137
8.1.1	Herausfinden, was den Gründer wirklich bewegt	140
8.1.2	Neue Sichtachsen ausprobieren	141
8.2	Sieben Techniken zur Ausarbeitung eines Entrepreneurial Design	144
8.2.1	Potenzial in Vorhandenem entdecken	146
8.2.2	Funktion statt Konvention	147
8.2.3	Vorhandenes neu kombinieren	149

8.2.4	Mehr als nur eine Funktion erfüllen ...	150
8.2.5	Probleme als Chance verstehen	152
8.2.6	Arbeit in Spaß und Unterhaltung verwandeln	154
8.2.7	Visionen Wirklichkeit werden lassen	155
8.3	Über den Sinn und Unsinn von Businessplänen	156
8.4	... und wie kann ich auf meine Gründung aufmerksam machen?	159
8.4.1	Von null auf eins	159
8.4.2	Wir sind die Marken	162
8.4.3	Lust an der Inszenierung	165
8.4.4	... aber es geht auch ohne	168
8.5	Die Flaschenbaustein-Idee	169
9	Entrepreneurship als Herausforderung	173
9.1	Setzen Sie sich für ein Anliegen ein – Go for a cause	175
9.2	Mythos Gewinnmaximierung	176
9.3	Social Entrepreneurship	178
9.4	Muss man zum Entrepreneur geboren sein?... 9.4.1 „Viel zu schwierig?“	185
9.4.2	Nicht die Ressource, sondern das Konzept gibt den Ausschlag	189
9.5	Entrepreneure braucht das Land	191
9.6	Entrepreneurship ist Abenteuerurlaub	193
9.7	Die Person rückt in den Mittelpunkt	196
9.8	Grundprinzip menschlichen Gestaltungswillens: Effizienz	200
9.9	Aktiv am Marktgeschehen teilnehmen	202
9.10	„Ein leerer Sack kann nicht aufrecht stehen“ – Die zweite Stufe der Aufklärung zünden	203

10 Von Denkgewohnheiten Abschied nehmen – Aus der Vergangenheit nicht auf die Zukunft schließen	207
10.1 Was tun, wenn die ökonomische Basis wegbricht? – Das Beispiel Manaus, Brasilien	208
10.2 Wir brauchen innovative Gründungen	213
10.3 ... aber es muss nicht immer Hightech sein ...	214
10.4 Initialzündung im Ideenraum – cultural entrepreneurship	217
10.5 Bereitet unser Bildungssystem auf Entrepreneurship vor?	221
10.6 Ist der Unternehmensgeist ausgewandert? ...	224
10.7 Declaration of Independence	227
11 Aufforderung zum Tanz	231
Anhang	235
Jeder kann Entrepreneur werden	
Interview mit Professor Muhammad Yunus (Auszug) ...	235
Anmerkungen	239
Literaturverzeichnis	245
Der Autor	250
Dank	252