

Inhaltsverzeichnis - Existenzgründung - Seite 1

Markteintritt & Wachstum

UVIS - Verlag e.K. , Burgrieden

1. Produkteinschätzung

Produktanalyse - Sortimentsgestaltung – Koppelprodukte

1.1. Alleinstellungsmerkmale

Neuerung - Aufmerksamkeit - Preispolitik - Plagiaterstellung - Trittbrettereigenschaften

1.2. Systemeigenschaften

Basiskomponenten - produktiver Kern - Nischenprodukt

1.3. Aktualität

Modernität - Technologiewettbewerb - Differenzierungsbedürfnisse - Produktidee

1.4. Perspektiven

Produktplanung - Denkprozesse - Produktentwicklung - Unternehmensstrategie - Marktvolumen - Vertriebsmöglichkeiten - Nutzeneffekt - Standortkriterien

1.5. Marken

Verdrängungswettbewerb - Qualität - Vertrauen - Outfit - Wiedererkennungsggrad - Corporate Identity - Markendesign - Nutzengefühl - Kontinuität

1.6. Kontrollfragen

2. Schutzrechte

Geistiges Eigentum - Copyright - Patentamt - Erstinformationen - Merkblätter - Ausgelegstellen - Erstberatung - Patentanwaltskammer

2.1. Patente

Schutzrechte - Recherchen - Offenlegungsschrift - Patentschutz - Prüfung

2.2. Fahrplan einer Patentanmeldung

Anmeldetag - Neuheit - Prüfungsantrag - Schutzdauer - Patentfähigkeit - Schutzvorkehrungen - Unterlassung - Schadensersatz - Patenterteilung

2.3. Gebrauchsmuster

Arbeitsgeräte - Gebrauchsgegenstände - technische Verbesserungen

2.4. Unterschied zwischen Patenten und Gebrauchsmuster

Technische und chemische Verfahren - Schutz - Verletzungsverfahren

2.5. Warenzeichen

Werbeträger - Verpackung - Schutzrecht

2.6. Titelschutz

Verfasser - Druckschriften - Filmwerke - Tonmarken - Bühnenwerke - Buchtitel - Rechtsgrundlage - Markengesetz - VLB

2.7. Firmenname

Handelsregister - Amtsgerichtbezirk - Branche

2.8. Domains für das Internet

Namensgleichheit

Inhaltsverzeichnis - Existenzgründung - Seite 2

Markteintritt & Wachstum

UVIS - Verlag e.K. , Burgrieden

- 2.9. **Lizenzen**
Lizenznehmer - Innovationsbörse - wirtschaftliche Verwertung
- 2.10. **Kontrollfragen**
- 3. **Marktbeobachtung**
Strategische Ausrichtung - Markteinführung - Nachfragestrukturen - Meinungsträger
- 3.1. **Zielgruppenanalyse**
Beschaffungsgang - Lieferanten - Einzelperson - Personengruppe - Unternehmen - Kriterien - Entfernungszonen - Bedürfnispotenzial - Marketingmaßnahmen - Akquisitionsmanagementsysteme - Absatzpotenziale - Investitionsgüter
- 3.2. **Konkurrenzanalyse**
Wettbewerbsvorteile - Markteintritt - Stärken-/Schwächenprofile - Dienstleistungsportfolio - Kontrollmechanismen - Marktlücke - Marktnische - Kaufströme - Image
- 3.2.1. **Qualität der Wettbewerber**
Marktführer - Nischenanbieter - Marktstellung - Stellenausschreibungen - Geschäftsberichte - Presseinformationen - Produktkonzeptionen - IHK - Handelsregister - Branchenvergleiche - Printmedien - Medieninformationen
- 3.2.2. **Strategien der Wettbewerber**
Langzeitbeobachtung - Sortiment - Einkaufsstrategien - Rabatte - Seminare - Events - Sonderveranstaltungen - Dossiers
- 3.2.3. **Ihre Abgrenzung zum Wettbewerb**
Stärken - Differenzierungen - Preise - Modernitätsgrad - Marktposition - Kundenbeziehungen - Internas
- 3.3. **Standortanalyse**
Kostenquellen - Umsatzerfolg - Laufkundschaft - Kommunikationsmöglichkeiten
- 3.3.1. **Orientierungshilfen in der Standorteinschätzung**
Absatz - Beschaffung - Material - Rohstoffe - Verkehr - Arbeitskraft - Abgabe
- 3.3.2. **Praktische Hilfestellungen zur Standortwahl**
Ort- und Gemeindezentrum - Erdgeschosslage - Sortiment - Kundenkreis - Parkmöglichkeiten - Risikoanteile - Wiederverkauf - Gebäudegröße - Entladevorrichtungen
- 3.3.3. **Typische Überlegungen für den Einzelhandel**
Spezialisierung - Grüne Wiese - Ladengeschäft - Frequenz - Gesamtladenfläche - Verkaufsfunktion - Lager- und Bebauungspläne - Werbegemeinschaften - Parkmöglichkeiten - Beurteilungsmix - Lauflage
- 3.4. **Sortiments- und Preisgestaltung**
Erstausrüstung - Preisdefinition
- 3.4.1. **Lieferantenauswahl und Erstbevorratung**
Kapitalbedarf - Erstes Warenlager - Zahlungs- und Lieferbedingungen - Mengenstaffel - Preislisten - Fragenkatalog - Mindestauftragswert - Rückgabemöglichkeiten - Produkt-/Lieferantenmatrix

Inhaltsverzeichnis - Existenzgründung - Seite 3

Markteintritt & Wachstum

UVIS - Verlag e.K. , Burgrieden

- 3.4.2. Hohe Kapitalbindung vermeiden**
Lieferantenpreise - Wiederverkäuferpreise - Staffelpreise - Lieferzeiten - Lagerkosten
- 3.4.3. Preisbildung und -bestimmung**
Kostenpreise - Marktpreise - Zuschlagsaktivitäten - Kalkulationsmodelle - Straßenpreis - Listenpreis
- 3.5. Kontrollfragen**

- 4. Vertriebssysteme**
Verkaufsförderung - Zwischenhandel - Marktdurchdringung - Kommissionäre - Verkaufsmarge - Wiederverkäuferrabatt
- 4.1. Traditionelle Vertriebswege**
 - 4.1.1. Fachhandel**
Service - Einführungsaufwendungen - Kundenstamm - Einkaufsverbund - Verhandlungsposition - Umsatzeinschätzung - Erklärungsbedürftigkeit - Zukunftsaussichten
 - 4.1.2. SB-Handel**
Handelsspanne - Abnahmemengen - Einführungsfrist – Logistik-Infrastruktur - Verbrauchermärkte - Verkaufsstellen
 - 4.1.3. Versandhandel**
Katalog – Non Food-Artikel
 - 4.1.4. Direktanbieter**
Vertriebskonzept - Haustürgeschäfte - Ramsch - Vorführeffekte - Haushaltsparty
 - 4.1.5. Großhandel**
Massenartikel - Logistikkonzepte - Loseinheit - Puffer - Lagerkosten - Lieferbereitschaft - Wiederverkäufer - Bestellfrequenz
 - 4.1.6. Handelsvertreter**
Vertrauensverhalten - Beratungskompetenz - Konfliktsituation - hochwertige Produkte
- 4.2. Alternative Vertriebswege**
Verbraucherverhalten - Schnellebigkeit - Trends
 - 4.2.1. Shop-in-Shop-Unternehmen**
Bauweise - Boutique-Charakter - Kundennähe
 - 4.2.2. Telefonverkauf**
Telefonansprache - Verkaufsgespräch
 - 4.2.3. Vertriebsverbund**
Eigenständige Rechtspersönlichkeit - durchgängiger Service - Synergien - Partnerschaftskonzepte
 - 4.2.4. Agenturvertrieb**
Agenturvertrag - Ladengestaltung - Vertragspartner

- 4.2.5. Franchising**
*Vertragssystem - Leistungsprogramm - Franchisepaket - Organisationskonzept
- Nutzungsrechte - Vor-/Nachteile Franchisegeber und Franchisenehmer*
- 4.2.6. Network Marketing - Strukturvertrieb**
*Multi-Level-Marketing - zweites Standbein - Pyramidenstruktur -
Kettensysteme*
- 4.3. Neuzeitliche Vertriebswege - Internethandel**
*Kommunikationswege - Handelsstufen - Geschäftsfelder - Kundenbindung –
Kundenansprache*
- 4.3.1. Portale, Marktplätze, Shops, Auktionsplattformen**
Hauptvertriebswege - Bannerwerbung - Online-Medien - Medienmix - Broker
- 4.3.2. B2B - Marktplätze**
*New Economy - Organisationsgrad - Workflowprozesse -
Business-Applikationen*
- 4.3.3. B2C-Marktplätze**
*Customer-Applikationen - Transaktionen - Sicherheitsaspekte - Daten- und
Zahlungsverkehr - Permission-Marketing*
- 4.3.4. Meilensteine für einen Shop**
*Verkaufsangebot - Warenkorb - Zahlungsmodalitäten - Automatisches
Bestellsystem - Produktdarstellung - Ladezeiten – Secure Socket Layer (SSL) -
Zahlungsarten – Rückgaberecht*
- 4.3.5. Integratives Affiliate Marketing**
Shop in Shop - Filialnetz - Merchant - Affiliate - POS
- 4.3.6. Zahlungssysteme per Internet**
*Lastschriftverfahren - SSL-Secure Socket Layer - Public Key - Session-Key -
Online-Überweisung - PIN - TAN - Kreditkarte - Paypal - Pago - Netdebit -
Ipayment*
- 4.3.7. Logistische Systeme beim Internet Handel**
Pick-Point-Netz - Erreichbarkeit - Zielort
- 4.3.8. Suchmaschinen-Marketing**
Suchmaschinen - Webkatalog - Cross-Linking - Ranking
- 4.4. Kontrollfragen**

- 5. Marketing & Werbung**
*Einflussfaktoren - Zielgruppen - Verbesserungsprozesse- Verkäufermarkt -
Käufermarkt - Marketingpolitik - Budget*
- 5.1. Kriterien für Werbekonzepte**
*Unternehmensgegenstand - Mehrumsatz - Koppelprodukte – Erscheinungsbild
- Problemlösung*
- 5.2. Werbeeinschränkungen**
Werbestrategie - Abmahnungen - Flopp
- 5.2.1. Werbung unter Telefonnummer oder Chiffre**

Inhaltsverzeichnis - Existenzgründung - Seite 5

Markteintritt & Wachstum

UVIS - Verlag e.K. , Burgrieden

- 5.2.2. *Kleinanzeigen- Anzeigenblätter - Firmenbezeichnung - Handelsregister*
Sondervorschriften für makelnde Selbständige
Kennzeichnungspflicht - kaufmännische Sitten - Unterlassungsansprüche
- 5.2.3. **Werbung über Telefax**
Abmahnungen - Schadensersatz - Gerichtsurteile
- 5.3. **Mailings - Werkzeuge zur Informations- und Neukundengewinnung**
Direct-Marketing - Werbeaktionen - persönliche Einladungen - Aufhänger
- 5.3.1. **Zielgruppen- und bedarfsgerechte Ideen**
*Gartencenter - Autohändler - Weinversender- Teppichmärkte -
Schmuckvertreter - Reisebüro - Versicherung - Immobilienmakler - Optiker-
Boutique - Fitnessstudio - Partyservice - Busunternehmen - Freizeitparks -
Malerbedarf - Baumärkte*
- 5.3.2. **Die persönliche Ansprache ist das A & O**
Zielperson - Kosten-/Nutzenverhältnis
- 5.3.3. **Definition der anzusprechenden Zielgruppe**
*Akquisitionsmanagementsysteme - Feedback-Analysen - Entscheidungsträger
- Adressverlage*
- 5.3.4. **Wie muss ein Mailing gestaltet sein?**
Minimalporto - Neugründer - Rückfax - Betreff- Eingangsseite - Nachbereitung
- 5.3.5. **e:Mail - Marketing**
Neukunden - Kundenbindung - Branding - Novitäten - Newsletter - e:Mail-Abruf
- 5.3.6. **Permission - Marketing**
*Eco e.V.- Opt in - Opt out - UWG - Fernabsatzrichtlinie - unzumutbare
Belästigung*
- 5.4. **Besondere Aspekte für den Einzelhandel**
UWG - Sonderaktionen - Wahrheit - Klarheit - Markenartikel
- 5.4.1. **Die Preiskennzeichnung in der Werbung**
*Preisangabenverordnung (PAngVO) - Irreführung - Preisherabsetzungen -
Werbetafeln - Preisbestandteile - Verkaufseinheiten*
- 5.4.2. **Preisermäßigungen und Rabatte**
Rabattgesetz - Preisnachlässe
- 5.4.3. **Eröffnungswerbung für Gründer**
Eröffnungspreise - zeitliche Dauer
- 5.4.4. **Jubiläumsverkäufe**
Gründungstermin - Geburtstagsaktionen - Preisvorteile
- 5.4.5. **Einkaufsausweise und Berechtigungsscheine – erlaubt oder verboten?**
Kaufgutscheine - UWG - Unterlassung
- 5.4.6. **Angaben zum Firmenprofil und zur unternehmerischen Stellung innerhalb der Werbung**
*Eigenschaft des Großhändlers - belästigende Werbung - UWG - elektronische
Werbemittel*
- 5.4.7. **Die persönliche und öffentliche Ansprache von Passanten**

Inhaltsverzeichnis - Existenzgründung - Seite 6

Markteintritt & Wachstum

UVIS - Verlag e.K. , Burgrieden

Unzulässiges Werbeverhalten

5.4.8. **Unangekündigte Warensendungen und besondere Suggestionen** *Flugblätter*

5.4.9. **Vergleich von Leistungen und Produkten** *Warenvergleiche - Exklusiv- und Alleinstellungsbehauptungen*

5.4.10. **Zugaben und Werbegeschenke - was geht und was nicht?** *Reklame - Preisrätsel - Verlosung - Vorspannangebote - Zugabenverordnung*

5.5. **Kontrollfragen**

6. **Markteinführung - Geschäftsbeginn** *Betriebseröffnung*

6.1. **Der erste Arbeitstag im neuen Unternehmen** *Hektik vermeiden - Notizzettel - Redewendungen - Eröffnungsgespräch - Tipps Verfahren - Eröffnungsfeier - Lokalpresse*

6.2. **Klappern gehört zum Handwerk** *Einführungswerbung - Permanentwerbung - Kollektive – Absatzförderung - Handzettel - Prospekte*

6.2.1. **Kollektive - interessante Chancen** *Sonderveröffentlichungen - Firmenname - Fotobeiträge - Lesersprache - Aufmerksamkeitsgrad*

6.2.2. **Gestaltungstipps für Inserate** *Blickfang - Anzeigentyp - Preisangebote - Schriftgrad - Sprachspiel - Freiräume - Farben - Werbewirksamkeitsgrad*

6.2.3. **Messen, - warum nicht von Anfang an?** *Verbrauchermessen - Marktplätze - Verkaufsabschlüsse - Messestand - Gemeinschaftsstände - Sondermessen - Messeveranstalter - Messegesellschaften - System-Messestand*

6.2.4. **Schautage - verkaufen verboten** *PR - Öffnungszeiten - Voraussetzungen - Vorbereitungsaufwand*

6.2.5. **Hausmesse - verkaufen erlaubt** *Produktpräsentationen - Hauptziele - Budget - Mailing - Messepreise*

6.2.6. **Nachhaltigkeit durch permanente Werbung** *Automobilwerbung - Paketzustelldienste - Dachträgerwerbung - Personenfrequenz - Einschränkungen - Handzettel - Prospektwerbung - Postwurfsendungen - Verteilerdienste - Direct-Mailing-Agentur*

6.3. **Wiederkehrende Ärgernisse bei Existenzgründern** *Gutmütigkeit - zwielichtige Geschäftsfreunde*

6.3.1. **Unaufgeforderte Adressbücher oder Aufnahmeersuchen in Branchenverzeichnisse** *Veröffentlichungen - Suggestion - Branchenbuchverlage - Bundesgerichtshof - Schutzverbund - Wirtschaftskriminalität*

Inhaltsverzeichnis - Existenzgründung - Seite 7

Markteintritt & Wachstum

UVIS - Verlag e.K. , Burgrieden

- 6.3.2. **Abmahnungen**
Wettbewerbshüter - Unterlassungserklärung - Abmahnvereine - Bagatellverstöße - UWG - IHK
- 6.4. **Kontrollfragen**
- 7. **Akquisition & Clienting**
Customer Relationship Management - Problemlösungen - Feedback - Verkaufsbemühungen - Existenzsicherung - Zielgruppenanalyse - Kundenbindungssysteme
- 7.1. **Rechnergestützte Datenbanksysteme**
Netzwerke - Stammdaten - Auswahlkriterien - Kommunikationsquelle - ABC-Analyse - Erfolgskontrolle - Response - Contentmanagement - Erstkunde - Wiedervorlage
- 7.2. **Erfolgreiche Erstkontakte**
Empfehlung - Zeitpotenzial - Ersteindruck - Nutzenversprechen - Aktives Zuhören - Neugierde - Geschäftskontakt
- 7.3. **Qualifizieren und Strukturieren von Zielgruppen**
Datenbanksystem - Kostenverursacher - Kundenbeziehungen - Datenbestand - Erscheinungsbild - Angebotspool - Verhandlungserkenntnisse
- 7.4. **Telefonmarketing und Telefonverkauf**
Durchwahlmöglichkeiten - professionelle Kompetenz - Verkaufsansätze - Einwände - Mitteilungsbedürfnisse - Emotionale Anrufer - Erfolgsquote - Kundenorientierung - Situativer Kontext - Ablehnung - Wiederaufsetzen
- 7.5. **Kontrollfragen**
- 8. **Controlling**
Analyse - Denkprozesse - Marktveränderungen - Organisationsformen - Liquiditätsprobleme
- 8.1. **Vertriebscontrolling**
Datenbanksysteme - Akquisitionsmanagement - Kundenwünsche - Kundenbeziehungen
- 8.1.1. **Tourenplanungs- und Navigationssysteme für Außendienstmitarbeiter**
Fuhrpark - Routen - Fahrtkosten
- 8.1.2. **Besucherberichtswesen und Datenaustausch**
Standardlösungen - Marktdaten
- 8.1.3. **Gebietsplanung und Produktionsabrechnung**
Verkaufsgebiete - Nachfragepotenziale - Umsatzbeteiligung - Existenzminimum - Optimierungsvorschläge
- 8.2. **Finanzcontrolling**
Erfolgsplanung - Rentabilität - Erfolgskontrolle

Inhaltsverzeichnis - Existenzgründung - Seite 8

Markteintritt & Wachstum

UVIS - Verlag e.K. , Burgrieden

- 8.2.1. Plan-Ist-Vergleich**
BWA-Hauptgruppen - Jahresplan - Planabschnitte - Gewinnsteuerung - saisonelle Schwankungen - Kostenpläne
- 8.2.2. Operatives Controlling**
Kostenabweichungen - Monatsberichte - Aufgaben - Diagnosehilfen - Unternehmensplanungen - Soll-Ist-Vergleich - Schätzfehler - Kennzahlen - Gegenmaßnahmen - Deckungsbeiträge - ROI - Portfolio – Preisuntergrenze
- 8.2.3. Kostenarten, -stellen, -trägerrechnung**
Wertschöpfungsprozesse - Kernelemente - Materialkosten - Personalkosten - Abschreibungen - Reparaturkosten - Kostenanalyse - Gemeinkosten - Fertigungsmaterialien - Fertigungslöhne - Sondereinzelkosten - Kalkulationsansätze - Workflowprozesse - Verursacherprinzip - Kostenträgerstückrechnung - Kostenträgerzeitrechnung - Massenfertigung - Sortenfertigung - Einzelfertigung - Serienfertigung
- 8.2.4. Aktuelle Tagesparameter**
Analyse - Istzustand - Tendenzen - Vorschläge - betriebswirtschaftliche - Ertragskraft - Zahlungsein- und -ausgänge - Kontokorrent - Kreditrahmen - Auftragsvorlage - Kommissionen - Außenstände - Cash flow - Eigenkapital - Debitorenziel - Lagerbindung
- 8.2.5. Liquiditätsmanagement**
Firmenpolitik - Rentabilität - Unternehmensziel - Stabilität – Bilanzkonstellation - Unabhängigkeit - Liquiditätsvorsorge - Firmendisposition - Anlagestrategie - Liquiditätskontrolle
- 8.3. Kontrollfragen**
- 9. Index**