

Büchertipps für GründerInnen und Startups



Auf der Suche nach Lesestoff?

Auf den nächsten Seiten findest du eine ganze Reihe an Büchern, die für GründerInnen und Startups interessant sein können. Mehr als die Hälfte, der hier aufgelisteten Bücher, sind für dich als Student/-in der Hochschule Koblenz kostenlos über die Bibliothek der Hochschule Koblenz als E-Book erhältlich.

Wir hoffen, dass auch für dich ein nützliches Buch in unseren Büchertipps enthalten ist. Falls du ein Buch empfehlen kannst und es in unserer Liste vermisst, schreib uns eine kurze E-Mail an:

E-Mail: gruenden@hs-koblenz.de

Enthalten sollte sein:

- Buchtitel + Verlag
- Erkläre uns in 3 Sätzen, warum du dieses Buch empfehlen kannst

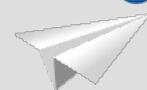
Viel Spaß beim Lesen und einen erfolgreichen Tag, wünscht dir das Gründungsbüro der Hochschule Koblenz!





Büchertipps für GründerInnen und Startups

Inhaltsverzeichnis	Seite
<u>„Erstkontakt“ Start-up/Gründung</u>	
<u>Das 4-Stunden-Startup</u>	<u>1</u>
<u>Gründen mit Erfolg</u> Free	<u>2</u>
<u>Machen!</u>	<u>3</u>
<u>Fail – Wie man als Start-up versagt</u> Free	<u>4</u>
<u>Arbeitsbuch Start-up</u>	<u>5</u>
<u>Der Startup Kompass - Das kompakte Handbuch zur Existenzgründung</u>	<u>6</u>
<u>Marketing</u>	
<u>Das Online-Marketing-Cockpit</u> Free	<u>7</u>
<u>Praxiswissen Online-Marketing</u> Free	<u>8</u>
<u>Wirkstoff Werbetext</u> Free	<u>9</u>
<u>Die Storytelling-Methode</u> Free	<u>10</u>
<u>Mehr Kunden für Kleinunternehmen und Solopreneure</u> Free	<u>11</u>
<u>Marken und Start-ups</u> Free	<u>12</u>
<u>Finanzierung</u>	
<u>Finanzierung von Start-up-Unternehmen</u> Free	<u>13</u>
<u>Quick Guide Unternehmensfinanzierung für KMU und Start-ups</u> Free	<u>14</u>
<u>Einführung in das Crowdfunding</u> Free	<u>15</u>
<u>Social Media</u>	
<u>Berufsziel Social Media</u> Free	<u>16</u>
<u>Social goes Mobile - Kunden gezielt erreichen</u> Free	<u>17</u>
<u>Der Social-Media-Zyklus</u> Free	<u>18</u>



Büchertipps für GründerInnen und Startups

Inhaltsverzeichnis	Seite
<u>Recht</u>	
<u>Startup-Recht</u>	<u>19</u>
<u>Rechtsformen und Rechtsformwahl</u> 	<u>20</u>
<u>Wirtschaftsrecht für Hightech-Start-ups</u> 	<u>21</u>
<u>Controlling</u>	
<u>Controlling in Start-up-Unternehmen</u> 	<u>22</u>
<u>Human Resource Management</u>	
<u>HR-Basics für Start-ups</u> 	<u>23</u>
<u>Praxishandbuch Social Media Recruiting</u> 	<u>24</u>
<u>Gründung-Spezial</u>	
<u>Sprint</u>	<u>25</u>
<u>Quick Guide Wissensbasiert entscheiden</u> 	<u>26</u>
<u>Female Founders in der Games- und Medienbranche</u> 	<u>27</u>
<u>Geschäftsmodell Nachhaltigkeit</u> 	<u>28</u>
<u>Erfolgreich ein Software-Startup gründen</u> 	<u>29</u>
<u>Besonderheiten bei der Bewertung junger Unternehmen</u> 	<u>30</u>
<u>Innovationsumgebungen gestalten</u> 	<u>31</u>
<u>Souverän präsentieren - Die erste Botschaft bist Du</u> 	<u>32</u>
<u>Dein Mutmacher bist du selbst!</u> 	<u>33</u>
<u>Fallstudien zu akademischen Ausgründungen</u> 	<u>34</u>
<u>Entrepreneurship im Gesundheitswesen I</u> 	<u>35</u>
<u>Entrepreneurship im Gesundheitswesen II</u> 	<u>36</u>
<u>Entrepreneurship im Gesundheitswesen III</u> 	<u>37</u>
<u>Startups international: Gründergeschichten rund um den Globus</u> 	<u>38</u>



Das 4-Stunden-Startup

Felix Plötz

Wie Sie Ihre Träume verwirklichen, ohne zu kündigen

Immer mehr Menschen gehen nach Feierabend ihren Leidenschaften nach und gründen „nebenher“. Für ein solches "4-Stunden-Startup" braucht man kein Büro in Berlin und kein Venture-Capital, sondern bloß Neugier, Mut und Leidenschaft.

Neben der Denkweise von Start-up-Gründern stellt Felix Plötz die Tools vor, um außergewöhnliche Ideen schnell und günstig zu testen und professionell umzusetzen. Er erklärt u.a., wie Crowdfunding funktioniert und wie man dem Vorgesetzten am besten verklickert, dass man künftig pünktlich aus dem Büro geht, um demnächst selbst Chef zu sein. Echte Beispiele zeigen, welche Ideen andere umgesetzt haben – und dadurch ihr Leben spannender, selbstbestimmter und finanziell unabhängiger wurde.

Das 4-Stunden-Start-up zeigt die vielfältigen Chancen, neben dem Job die eigene Idee als kleines Business aufzuziehen – und so ein erfüllteres Leben zu führen.

Wirtschaft Karriere Ratgeber

Ullstein Taschenbuch

Broschur

272 Seiten

ISBN: 9783548062303

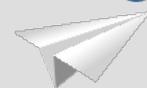
Erschienen: 14.09.2020



Quelle:

Plötz: Das 4-Stunden-Startup, 2020,

URL: <https://www.ullstein-buchverlage.de/nc/buch/details/das-4-stunden-startup-9783430202022.html> [abgerufen am 23.11.2020]



Gründen mit Erfolg

Anabel Ternès von Hattburg, Juliane Reiber

Das eigene Startup-Unternehmen

Erfolgreiche Firmengründungen sind eine Frage der Vorbereitung. Eine professionelle Firmengründung beginnt bei der Entwicklung einer tragfähigen Geschäftsidee – und ist dann noch lange nicht zu Ende. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie die richtige Geschäftsidee finden, einen Businessplan erstellen, die Gründung orchestrieren und gegebenenfalls das eigene Unternehmen verkaufen. Anhand von Beispielen aus der Praxis und mit hilfreichen Expertentipps zeigen die Autoren, wie Sie Ihre eigene erfolgreiche Gründerstory schreiben.

Inhaltlich umfasst das Buch unter anderem die folgenden Punkte:

- Aktuelle Trends der Unternehmensgründung
- Erfolgsfaktoren einer Geschäftsidee
- Zielgruppen-, Konkurrenz- und Marktanalyse
- Wahl eines Geschäftsmodells
- Erstellung eines Businessplans
- Herausforderungen der Finanzierung
- Branding und Marketing
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Exit-Strategien

Copyright 2020

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-25565-7

DOI: 10.1007/978-3-658-25565-7

Softcover ISBN: 978-3-658-25564-0

Auflage 1

Seitenzahl: XX, 309

Anzahl der Bilder: 94 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Ternès von Hattburg, Reiber: Gründen mit Erfolg, 2020,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658255640#aboutBook> [abgerufen am 25.11.2020]

Machen!

Hubertus Bessau, Philipp Kraiss, Max Wittrock

Das Startup-Buch der mymuesli-Gründer

Dieses Buch ist für all diejenigen, die einen Traum haben. Einen Traum, an den sie glauben, der sie nachts wach hält, glücklich und ängstlich zugleich macht. Vielleicht träumt ihr diesen Traum schon länger. Damit er Wirklichkeit werden kann, fehlt eigentlich nur eines: das Machen.

Wir haben es gemacht. Unseren Traum verwirklicht. Am 30. April 2007 ging unsere Webseite mymuesli.com online. Ganz leise. Klick.

Zehn Jahre später beschäftigt mymuesli mehr als 800 Menschen, betreibt über 50 eigene Läden und ist in sechs Ländern aktiv. Wir haben vieles gelernt bei diesem Abenteuer, mit unserem Team unzählige Fuckups erlebt, vieles falsch, noch mehr glücklicherweise richtig und anders als die anderen gemacht. Aber warum hat unser Startup funktioniert? Gibt es eine Erfolgsformel für Unternehmer? Ja, die gibt es: MACHEN! Wie das geht, unsere Geschichte und was Gründer aus ihr und unseren Fehlern lernen können, das erzählen wir in diesem Buch. Damit hoffentlich noch mehr Träume wahr werden.

224 Seiten

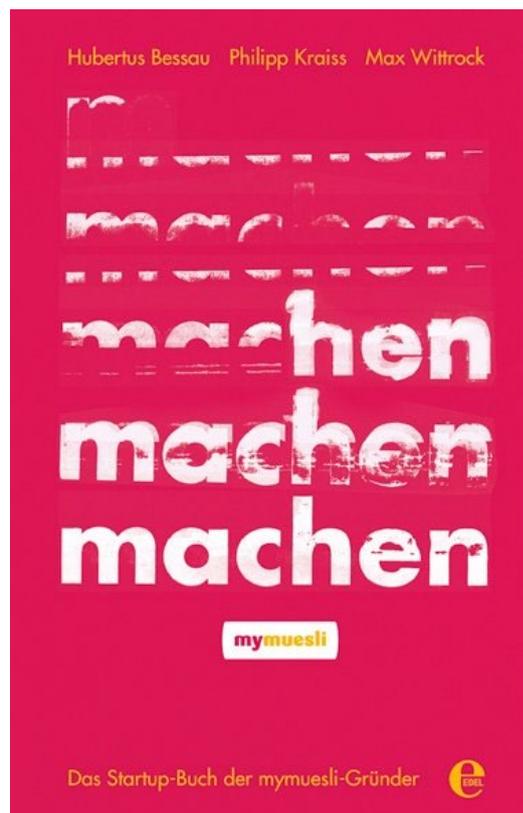
Broschur

13,5 x 21,0 cm

ISBN 978-3-8419-0522-2

Erscheinungsdatum:

30.04.2017

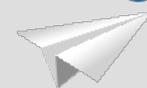


Quelle:

Bessau, Kraiss, Wittrock: Machen!, 2017,

URL: <https://www.edelbooks.com/book/machen-6-broschur-ohne-klappen-978384195222/>

[abgerufen am 10.12.2020]



Fail – Wie man als Start-up versagt

Carsten Lexa

Eine Anleitung in 10 Schritten

Innovativer Ansatz zum Thema „Erfolg mit einem Startup“: Scheitern als ultimativer Erfolg mit Darstellung, wie man diesen Erfolg erreicht

Sieben von zehn Startups scheitern. Die Gründe sind bekannt. Aber warum wird das Scheitern nicht mit der notwendigen Gründlichkeit durchgeführt? Dieses Buch verfolgt einen neuen Ansatz zum Thema „Unternehmensgründungen“. Aufgebaut als „Anleitung zum Fehlschlag“ werden zehn typische Themenkomplexe dargestellt und mit Beispielen aus der Praxis angereichert, in denen Gründer Fehler machen, die sich später als fatal für junge Unternehmen herausstellen. Wer auf der Suche ist nach einem Ratgeber, um sein Unternehmen erfolgreich "an die Wand zu fahren", bekommt mit diesem Buch das notwendige Rüstzeug - und lernt, was wirklich wichtig ist.

Copyright 2020

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-29807-4

Softcover ISBN: 978-3-658-29806-7

DOI 10.1007/978-3-658-29807-4

Auflage 1

Buchreihen ISSN: 2730-6941

Seitenzahl: XIX, 96

Anzahl der Bilder: 13 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Lexa: Fail – Wie man als Start-up versagt,

2020, URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658298067> [abgerufen am 25.11.2020]

Arbeitsbuch Start-up

Felix Thönnessen

Das 7-Stufen-Programm

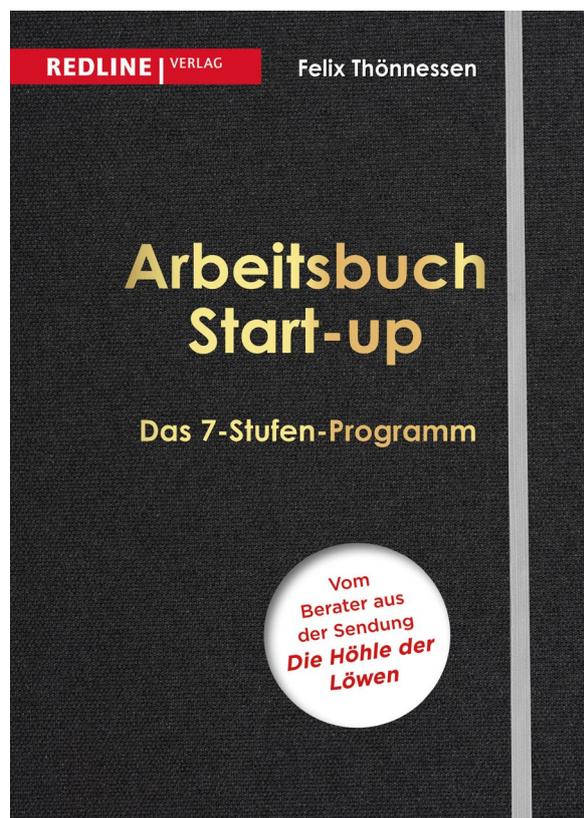
Um sich erfolgreich mit einem Start-up selbstständig zu machen oder um ein eigenes Unternehmen zu gründen, bedarf es nur eines 7-Stufen-Programms zur Existenzgründung. Das klingt unmöglich? Nicht, wenn man die richtige Anleitung zur Hand und den richtigen Ratgeber an seiner Seite stehen hat. Felix Thönnessen, der Berater der Kandidaten von Die Höhle der Löwen begleitet Gründer in diesem Arbeitsbuch systematisch durch den Gründungsdschungel und hilft, dass jeder seinem Ziel, einem eigenen Unternehmen, näherkommt.

Hardcover, 240 Seiten

Erschienen: September 2016

Gewicht: 496 g

ISBN: 978-3-86881-646-4

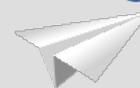


Quelle:

Thönnessen: Arbeitsbuch Start-up, 2016,

URL: <https://www.m-vg.de/redline/shop/article/11542-arbeitsbuch-start-up/>

[abgerufen am 24.11.2020]



Der Startup Kompass - Das kompakte Handbuch zur Existenzgründung

André Schopp

Souverän Unternehmen gründen und selbständig machen

Hast du keine Lust auf „Nine to five“? Willst du selbstbestimmt arbeiten und deine eigenen Ideen umsetzen, die dir Spaß bringen? In diesem Buch lernst du, wie du als Entrepreneur durchstarten und dein eigenes, profitables Startup Unternehmen gründen kannst. Von der Ideenfindung über die Erstellung des Businessplans bis hin zur Sicherung des Startkapitals – das Buch durchleuchtet alle wichtigen Bausteine einer erfolgreichen Gründung.

Die im Buch enthaltenen Praxisbeispiele aus der Startup Szene zeigen: Mit einer guten Idee und dem richtigen Know-how kannst du im Nu als Solopreneur durchstarten, und deinen Traum von der Selbstständigkeit realisieren – und zwar auch ohne großes Risiko und riesiges Investment.

Der Gründungsfahrplan für Startups wird dich Schritt für Schritt auf dem Weg zur Verwirklichung deiner Business-Idee unterstützen. Egal, ob du bereits eine konkrete Business-Idee hast oder noch nach Inspiration suchst: Das Buch begleitet dich schrittweise zum Erfolg und enthält alle wichtigen Informationen, Tipps und Tricks, die du für die Gründung deines Unternehmens benötigst.

ISBN-13 : 979-8664342345

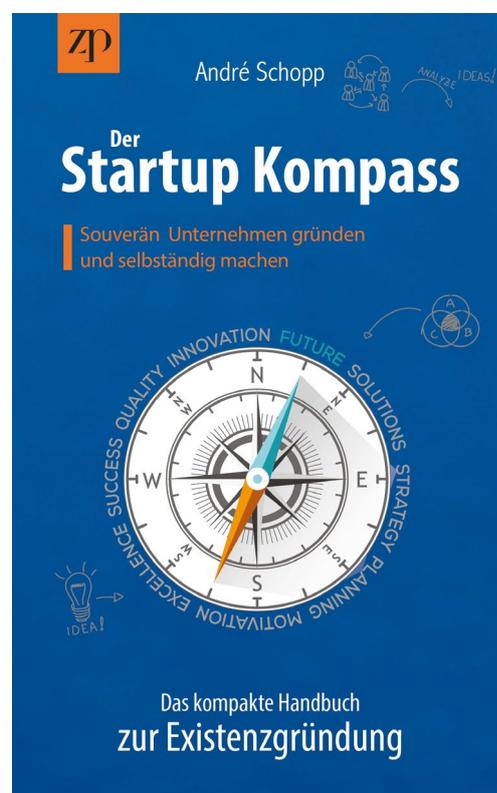
Taschenbuch : 208 Seiten

Abmessungen : 13.34 x 1.32 x 20.32 cm

Herausgeber : Independently published

(9. Juli 2020)

Sprache: : Deutsch



Quelle:

Schopp: Der Startup Kompass - Das kompakte Handbuch zur Existenzgründung, 2020,
URL: <https://www.amazon.de/Startup-Kompass-Existenzgr%C3%BCndung-Unternehmen-selbst%C3%A4ndig/dp/B08CMYCDF1> [abgerufen am 24.11.2020]

Das Online-Marketing-Cockpit

Bastian Sens

8 Phasen einer erfolgreichen Online-Marketing-Strategie

Dieses Buch zeigt kleinen und mittelständischen Unternehmen, wie sie in acht Phasen ihr eigenes Online-Marketing-Konzept erstellen und umsetzen können. So können sie alle für sie relevanten Plattformen identifizieren und bedienen. Dabei wird auch ein Augenmerk auf das immer wichtiger werdende Thema des Bewerbermarketings gelegt. Viele Unternehmen haben im Bereich Online-Marketing Nachholbedarf, weil sie nicht wissen, welche Plattformen für sie geeignet sind oder wie und welche Inhalte sie konzipieren können. Solche Wissenslücken können mit diesem Buch geschlossen werden. Es ist Pflichtlektüre für alle, die ihr Unternehmen in Sachen Online-Marketing voranbringen möchten.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-23615-1

DOI: 10.1007/978-3-658-23615-1

Softcover ISBN: 978-3-658-23614-4

Auflage 1

Seitenzahl: XIX, 137

Anzahl der Bilder: 11 schwarz-weiß Abbildungen,

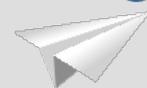
38 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Sens: Das Online-Marketing-Cockpit, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658236144> [abgerufen am 26.11.2020]



Praxiswissen Online-Marketing

Erwin Lammenett

Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online- inklusive Facebook-Werbung

Wie gelingt profitables Online-Marketing? Diese Frage beantwortet Erwin Lammenett, Gründer einer renommierten Internetagentur, mit seinem Buch „Praxiswissen Online-Marketing“. Praxisnah und theoretisch fundiert erläutert er die gesamte Palette der Online-Marketing-Instrumente. Sie erfahren, wie Sie sie erfolgreich nutzen, welche von ihnen Sie sinnvoll miteinander kombinieren und wie Sie ein effizientes Controlling aufbauen. Angesprochen werden speziell:

- Führungskräfte und Mitarbeiter aus Marketing und PR
- Produktmanager und Unternehmensberater
- Dozierende und Studierende mit dem Schwerpunkt Marketing

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-25135-2

DOI: 10.1007/978-3-658-25135-2

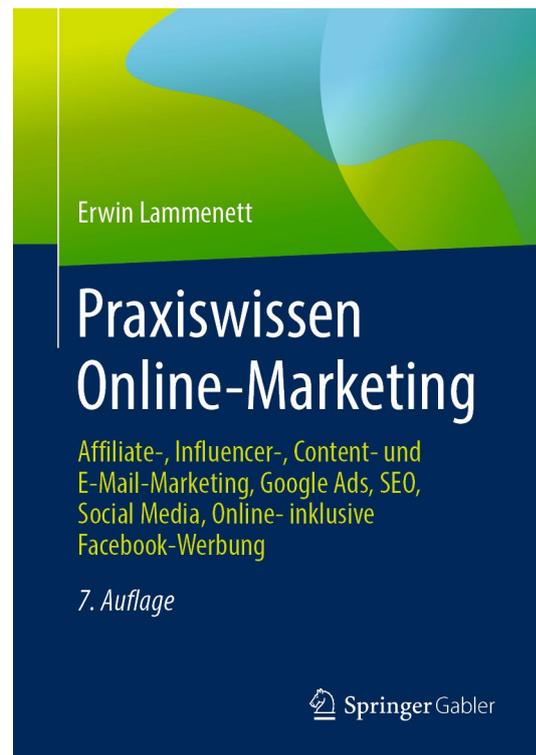
Softcover ISBN: 978-3-658-25134-5

Auflage 7

Seitenzahl XXVII, 539

Anzahl der Bilder: 105 schwarz-weiß

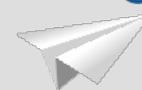
Abbildungen, 2 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Lammenett: Praxiswissen Online-Marketing, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658251345> [abgerufen am 26.11.2020]



Wirkstoff Werbetext

Albert Heiser

Storytelling on- und offline. Für Konzeptioner, Werbetexter, Grafiker, Autoren, Redakteure und Auftraggeber

Dieses Buch legt die Kriterien und den Konstruktionsplan für kreative und wirkungsvolle Werbetexte frei. Es führt Sie Schritt für Schritt zum Erzählen, von der Headline über den Fließtext bis zum Call-to-Action. Im Mittelpunkt stehen das Storytelling und die Erzähltechniken für atemberaubende Texte, die lieber gelesen und besser erinnert werden. Besonders spannend: Der Autor öffnet dem Leser die Augen für das, was er „Bullshit-Werbetexte“ nennt und zeigt am konkreten Beispiel und mit ausgezeichnetem Handwerk, wie es besser geht.

Wenn Sie wirklich gute Werbetexte schreiben wollen, dann ist dieses Buch die erste Hilfe für mehr Kreativität. Praktische und vielfach erprobte Kreativ-Übungen führen Sie sofort zu wirkungsvollen Texten. Für Anzeigen, Imagetexte, Produkttexte, Newsletter, Direct Mailings, Internetseiten, Social Media Posts und Ihre Corporate Language. Arbeiten Sie das Buch durch, und Sie werden besser schreiben und Textentwicklung leichter moderieren können. Es ist auch für Entscheider, die Texte beurteilen müssen, die erste Wahl.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-26135-1

DOI: 10.1007/978-3-658-26135-1

Softcover ISBN: 978-3-658-26134-4

Auflage 1

Seitenzahl: XX, 315

Anzahl der Bilder: 51 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Heiser: Wirkstoff Werbetext, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658261344> [abgerufen am 26.11.2020]



Die Storytelling-Methode

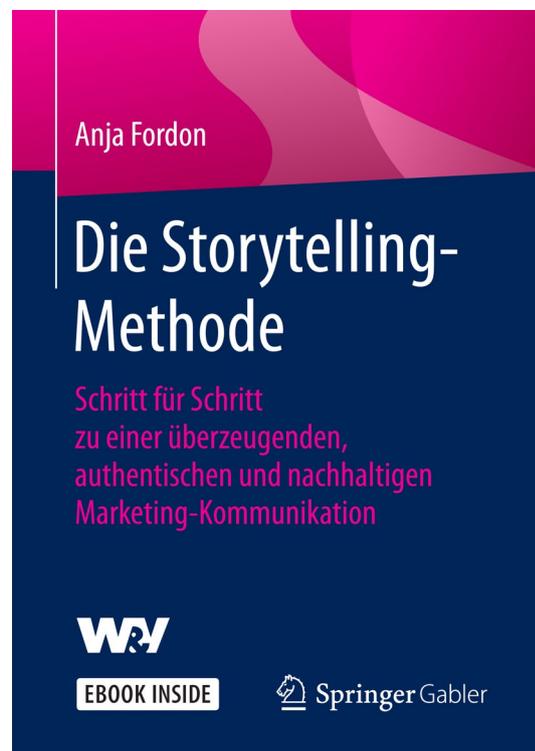
Anja Fordon

Schritt für Schritt zu einer überzeugenden, authentischen und nachhaltigen Marketing-Kommunikation

Dieses Buch erklärt anwendungsorientiert und spannend zu lesen, wie das Prinzip Storytelling funktioniert und warum es die Kommunikations-Strategie von Marken und Unternehmen in Zukunft bestimmen muss und wird. Mit zahlreichen Praxisbeispielen und wirksamen Werkzeugen hilft dieses Werk Marketingverantwortlichen und Unternehmen, sich neu, wertvoll und nachhaltig zu positionieren.

Anja Fordon zeigt einen vollständigen Leitfaden, der Ihnen helfen wird, Ihren eigenen Storytelling-Stil zu entwickeln – konkret mit vielen Tipps und Tools und überaus hilfreich im Marketing- und PR-Alltag. Zudem erklärt sie, warum neue Generationen einen neuen Ansatz im Marketing erwarten und erläutert dies – erfrischend provozierend und fundiert – aus soziokultureller und psychologischer Perspektive. Die Motivation dahinter: in Zeiten extremer Veränderungen, Gewalt, Terrorismus, politischer Instabilität, Digitalisierung und Globalisierung kommen wir Menschen wieder an einen Punkt der Sinnzäsur. Wir spüren das – da ist etwas in der Luft, der Wunsch nach mehr Realität, nach Bedeutung und Sinn. Deswegen muss sich die Vermarktung als Konzept jetzt kritisch hinterfragen und neu erfinden. Authentisches Storytelling bietet eine Antwort dazu.

Copyright 2018
Verlag: Gabler Verlag
Copyright Inhaber: Springer Fachmedien
Wiesbaden GmbH
eBook ISBN: 978-3-658-18810-8
DOI: 10.1007/978-3-658-18810-8
Softcover ISBN: 978-3-658-18809-2
Auflage 1
Seitenzahl: XV, 189
Anzahl der Bilder: 20 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Fordon: Die Storytelling-Methode, 2018,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658188092> [abgerufen am 26.11.2020]



Mehr Kunden für Kleinunternehmen und Solopreneure

Robert Flachenäcker

Klare Positionierung, gezielte Kommunikation, modernes Marketing und erfolgreicher Verkauf

Dieses Buch erläutert die wichtigsten Erfolgsrezepte für Einzel- oder Kleinunternehmer, die nach modernen und praktikablen Möglichkeiten suchen, um an mehr Kunden und Aufträge zu kommen. Sie lernen, wie Sie Ihr Business strategisch angehen können, Ihre Erfolgsnische finden und sich so positionieren, dass Sie als Experte vom Markt wahrgenommen werden. Anhand konkreter Beispiele wird deutlich, wie Sie soziale Medien für die Kundengewinnung nutzen, wie Sie es schaffen, von Interessenten im Internet gefunden und kontaktiert zu werden und wie Ihre Webseite zu Ihrem besten Verkäufer wird. Außerdem: Das Wichtigste über Menschentypen, Verkaufsgespräche, Honorarverhandlungen und wie es gelingt, im direkten Kontakt mit Kunden Aufträge zu gewinnen. Mit zahlreichen Praxistipps, die Ihnen helfen, Ihr Unternehmen auf den Prüfstand zu stellen und die Sie wirtschaftlich erfolgreicher machen können.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-25909-9

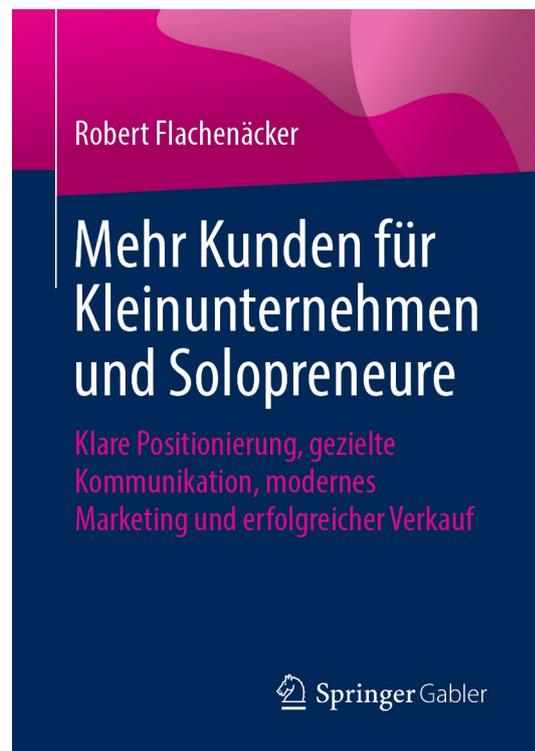
DOI: 10.1007/978-3-658-25909-9

Softcover ISBN: 978-3-658-25908-2

Auflage 1

Seitenzahl: XII, 175

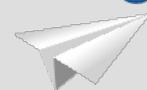
Anzahl der Bilder: 3 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Flachenäcker: Mehr Kunden für Kleinunternehmen und Solopreneure, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658259082> [abgerufen am 26.11.2020]



Marken und Start-ups

Christoph Kochhan, Thomas Könecke, Holger Schunk

Markenmanagement und Kommunikation bei Unternehmensgründungen

Dieser Herausgeberband beleuchtet das Thema Marke aus der Perspektive von Start-ups. Es werden Anregungen zur Gestaltung der Markenführung und Kommunikation während und kurz nach der Unternehmensgründung gegeben, die auch für etablierte Unternehmen von Interesse sind. Die Autoren der einzelnen Beiträge geben sowohl Einblicke in die Bedeutung von Marken für Start-ups als auch konzeptionelle und praktische Empfehlungen, die dabei helfen, starke Marken aufzubauen und somit erfolgreich am Markt zu agieren. Das Buch richtet sich einerseits an Unternehmensgründer, Marken- und Kommunikationsberatungen und Venture-Capital-Unternehmen. Ebenso können Wissenschaftler und Lehrende aus den Bereichen Markenmanagement und Marketing diesen Herausgeberband gewinnbringend nutzen.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-24586-3

DOI: 10.1007/978-3-658-24586-3

Softcover ISBN: 978-3-658-24585-6

Auflage 1

Seitenzahl: VIII, 242

Anzahl der Bilder: 52 schwarz-weiß Abbildungen,
1 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Kochhan, Könecke, Schunk: Marken und Start-ups, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658245856> [abgerufen am 27.11.2020]

Finanzierung von Start-up-Unternehmen

Christopher Hahn

Praxisbuch für erfolgreiche Gründer: Finanzierung, Besteuerung, Investor Relations

Gründer von Start-up-Unternehmen verfügen nicht selten über herausragende Ideen, können jedoch häufig nicht auf Eigenkapital bzw. Sicherheiten für Fremdkapital zurückgreifen. Die Finanzierung des Start-ups, als Teil der Umsetzung der Unternehmensidee hin zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell, ist daher Voraussetzung für den Erfolg und überhaupt die Existenz des Unternehmens.

Dieses nach den jeweiligen Unternehmensphasen gegliederte Praxisbuch zur Gründungs- und Wachstumsfinanzierung richtet sich an die Start-up-Szene sowie an Investoren, Rechtsanwälte, Unternehmens- und Steuerberater.

Die 2. Auflage wurde vollständig überarbeitet und berücksichtigt aktuelle Trends der Start-up-Finanzierung. Mit einer Erweiterung zum Thema „Initial Coin Offering“ (ICO) werden nun auch aktuelle und alternative Finanzierungsmöglichkeiten behandelt. Im neuen Kapitel "Public/Investor Relations" werden zudem Themen wie Öffentlichkeitsarbeit und Investorenansprache, samt Praxisteil mit zahlreichen Tipps und Tricks, erläutert.

Copyright 2018

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-20642-0

DOI 10.1007/978-3-658-20642-0

Auflage 2

Seitenzahl: XIII, 309

Anzahl der Bilder: 62 schwarz-weiß Abbildungen

Zusätzliche Informationen:

Ursprünglich erschienen unter dem Titel:

Finanzierung und Besteuerung von

Start-up-Unternehmen. Praxisbuch für

erfolgreiche Gründer



Quelle:

Hahn: Finanzierung von Start-up-Unternehmen,

2018, URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658206413>

[abgerufen am 24.11.2020]

Quick Guide Unternehmensfinanzierung für KMU und Start-ups Christopher Käser-Ströbel

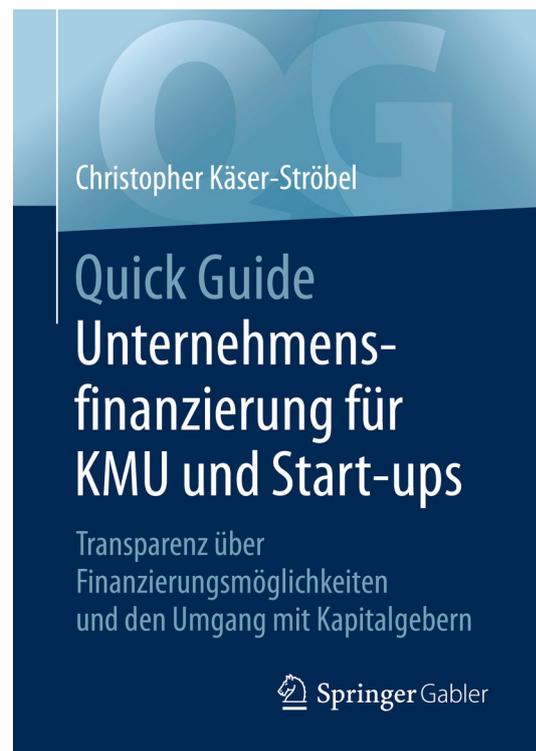
Transparenz über Finanzierungsmöglichkeiten und den Umgang mit Kapitalgebern

Das Buch geht auf konkrete Fragestellungen und kritische Punkte im Rahmen der Unternehmensfinanzierung und dem Umgang mit Kreditgebern ein. Handlungsempfehlungen schaffen dabei Transparenz für die Praxis sowie Hilfestellungen und Anregungen. Auf theoretischen Tiefgang wurde bewusst verzichtet, das Buch soll einzelne Sachverhalte und Fragestellungen komprimiert und direkt auf den Punkt bringen.

Der Inhalt

Finanzierungsplanung
Planrechnungen
Finanzierungsmöglichkeiten und Finanzierungspartner
Bonitätseinstufung und Berichtswesen
Unternehmenssteuern
Praxistipps

Copyright 2020
Verlag: Gabler Verlag
Copyright Inhaber: Der/die Herausgeber bzw.
der/die Autor(en), exklusiv lizenziert durch
Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein
Teil von Springer Nature
eBook ISBN: 978-3-658-31094-3
DOI: 10.1007/978-3-658-31094-3
Softcover ISBN: 978-3-658-31093-6
Auflage 1
Seitenzahl: XII, 118
Anzahl der Bilder: 5 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Käser-Ströbel: Quick Guide Unternehmensfinanzierung für KMU und Start-ups, 2020,
URL: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-31094-3#about>
[abgerufen am 26.11.2020]



Einführung in das Crowdfunding

Elmar Günther, Tobias Riethmüller

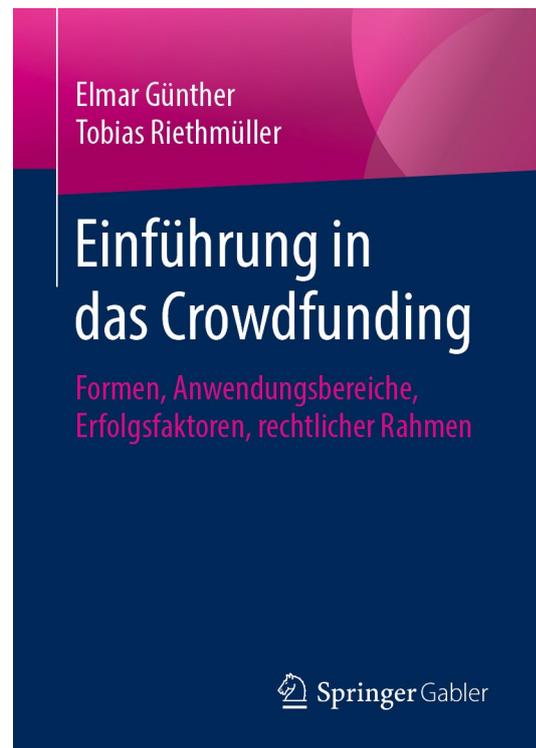
Formen, Anwendungsbereiche, Erfolgsfaktoren, rechtlicher Rahmen

Dieses Buch erklärt kompakt und fundiert, wie Crowdfunding eine erfolgsversprechende Alternative zur klassischen Projekt- oder Unternehmensfinanzierung sein kann. Crowdlending und Crowdinvesting haben sich in den vergangenen Jahren in Deutschland deutlich professionalisiert und sind heute oft fester Bestandteil der Finanzierung auch mittelständischer Unternehmen.

Gleichzeitig kann Crowdfunding noch viel mehr: Es kann als bekanntheitssteigerndes Marketinginstrument insbesondere für Start-ups und junge Unternehmen dienen, die Marktforschung unterstützen und wertvolle Rückmeldungen zu neuen Produkten geben.

Die Autoren, beide ausgewiesene Experten zum Thema, bieten mit diesem Werk einen Einstieg in das Crowdfunding und liefern praktische Informationen für die Entscheidungsfindung zur optimalen Finanzierungsform.

Copyright 2020
Verlag: Gabler Verlag
Copyright Inhaber: Springer Fachmedien
Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature
eBook ISBN: 978-3-658-14590-3
DOI: 10.1007/978-3-658-14590-3
Softcover ISBN: 978-3-658-14589-7
Auflage: 1
Seitenzahl: XII, 94
Anzahl der Bilder: 6 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Günther, Riethmüller: Einführung in das Crowdfunding, 2020,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658145897> [abgerufen am 25.11.2020]





Berufsziel Social Media

Nico Lumma, Stefan Rippler, Branko Woischwill

Wie Karrieren im Web 2.0 funktionieren

„Berufsziel Social Media“ gibt einen fundierten und aktuellen Überblick zur Entwicklung eines Arbeitsfelds, das dem Ruf des Arbeitsmarktes nach Spezialisierung wie Strategie-Kompetenz oder Wissen um „Kundenbindung 2.0“ folgt. Das Werk stellt Einstiegs- und Aufstiegsmöglichkeiten vor, wagt einen Blick in die zukünftige Entwicklung der interaktiven Arbeitswelt und gibt anhand von Best-Practice-Beispielen Anregungen und Inspiration für die operative Social Media Arbeit.

Der Arbeitsmarkt für Social Media Fachkräfte entwickelt sich rasant. Der unmittelbare und schnelle informelle Austausch, Beschäftigte als Aushängeschild bzw. Botschafter des Unternehmens und weitere interaktive Aspekte haben Kommunikationsstrukturen und Arbeitsformen grundlegend verändert. Immer mehr Unternehmen nutzen soziale Netzwerke zur Steuerung von Unternehmenszielen wie Markenloyalität durch Interaktion, Marktforschung oder Produktentwicklung. Dennoch sind in vielen Betrieben die Chancen und Risiken von Social Media noch weitestgehend unerprobt – wie social Unternehmen sind und welche Herausforderungen sie stemmen müssen, zeigt u.a. eine Befragung von mehr als 100 Social Media Managern.

Copyright 2015

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden

eBook ISBN: 978-3-658-06673-4

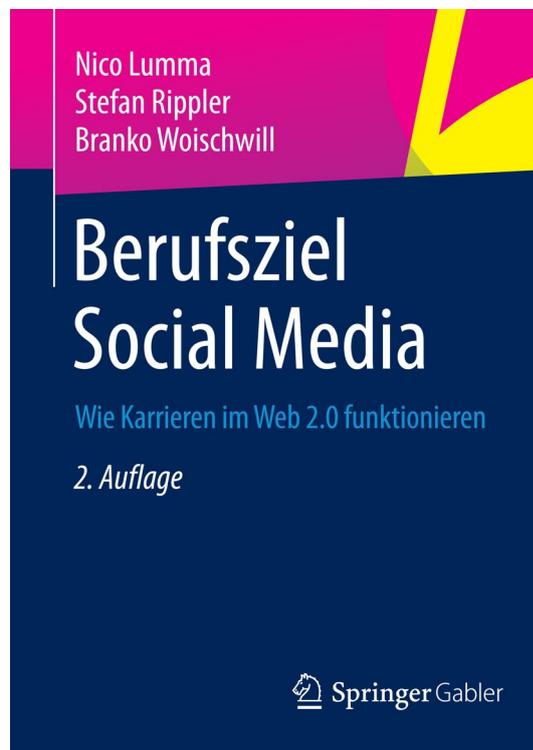
Softcover ISBN: 978-3-658-06672-7

DOI 10.1007/978-3-658-06673-4

Auflage 2

Seitenzahl: XII, 151

Anzahl der Bilder: 4 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Lummer, Ripper, Woischwill: Berufsziel Social Media,

2015, URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658066727#aboutBook>

[abgerufen am 25.11.2020]

Social goes Mobile - Kunden gezielt erreichen

Heike Scholz

Mobile Marketing in Sozialen Netzwerken

In diesem Buch erläutern ausgewiesene Digital-Profis, wie Unternehmen ihre Kunden zielsicher mobil in Sozialen Netzwerken erreichen und daraus den größtmöglichen Profit ziehen können. Denn: Mobile Geräte wie Smartphones, Tablets, Phablets oder Smartwatches sind zu ständigen Begleitern geworden und besetzen jeden denkbaren Nutzungskontext. Insbesondere Social Networks werden intensiv auf mobilen Devices genutzt – eine große Chance für Unternehmen, ihre Zielgruppen in persönlichen Momenten abzuholen. Dieses Buch liefert wertvolles Wissen und praktische Tipps für alle, die ihre mobilen Social-Media-Aktivitäten optimal und punktgenau gestalten wollen: von rechtlichen Basics über Messenger Marketing und Live Streaming bis hin zu nützlichen Tools, mobiler Suchmaschinenoptimierung sowie Monitoring- und Controlling-Ansätzen.

Der Inhalt

- Märkte, Strategie, Recht
- Plattformen, Inhalte, Services
- Management, Marketing, Controlling

Copyright 2017

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien
Wiesbaden GmbH

eBook ISBN: 978-3-658-16604-5

DOI: 10.1007/978-3-658-16604-5

Softcover ISBN: 978-3-658-16603-8

Auflage 2

Seitenzahl: XIII, 227

Anzahl der Bilder: 10 schwarz-weiß Abbildungen,
19 Abbildungen in Farbe

Zusätzliche Informationen

Die erste Auflage erschien 2015 im Heike Scholz
Verlag, Hamburg



Quelle:

Scholz: Social goes Mobile - Kunden gezielt erreichen, 2017,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658166038#aboutBook> [abgerufen am 25.11.2020]



Der Social-Media-Zyklus

Alexander Decker

Schritt für Schritt zum systematischen Social-Media-Management im Unternehmen

Das Buch bietet mit dem Social-Media-Zyklus einen systematischen Ansatz zum strategischen Management von Social Media. Es illustriert die Vorgehensweise praxisnah mit vielen Beispielen und Checklisten. Unternehmen können anhand des Social-Media-Zyklus Schritt für Schritt die strategische Ausrichtung ihres Social-Media-Marketings entwickeln und im Alltag erfolgreich managen. Studierende lernen Grundlagen und einen konkret anwendbaren Ansatz für systematisches Social-Media-Management kennen. Als Unternehmen kann man heute nicht nicht Social-Media betreiben. Jedoch kommt im Alltag das systematische Vorgehen häufig zu kurz. Der strategiegeleitete Social-Media-Zyklus füllt diese Lücke. Er bietet Entscheidern und Social-Media-Managern eine konkrete Schritt-für-Schritt-Hilfestellung – beginnend bei „dem Kunden zuhören“, über die Strategie, Planung und Redaktion, den Umgang mit Shitstorms bis hin zu Social-Media-Analytics.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH

eBook ISBN: 978-3-658-22873-6

DOI: 10.1007/978-3-658-22873-6

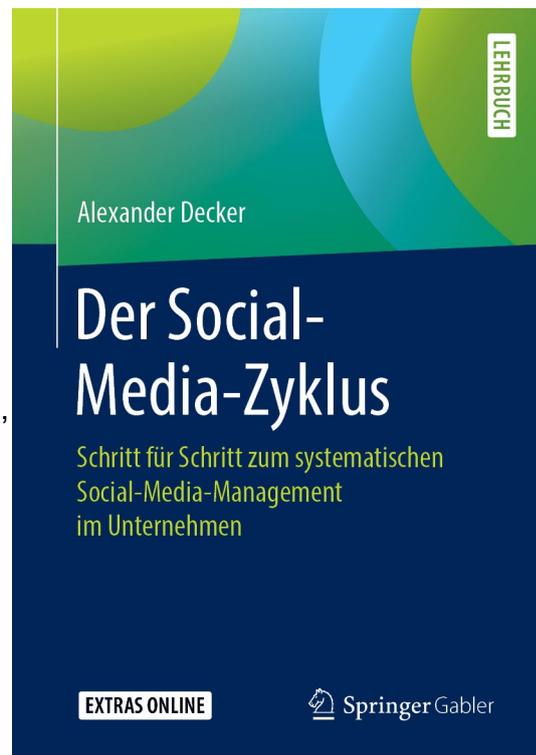
Softcover ISBN: 978-3-658-22872-9

Auflage 1

Seitenzahl: XXI, 575

Anzahl der Bilder: 98 schwarz-weiß Abbildungen,

113 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Decker: Der Social-Media-Zyklus, 2019, URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658228729>

[abgerufen am 25.11.2020]



Startup-Recht

Jan Schnedler

Praktischer Leitfaden für Gründung, Unternehmensführung und -finanzierung

- für Gründer: um informiert wichtige Entscheidungen zu treffen und folgenreiche Fehler zu vermeiden
- Erfahrungen aus langjähriger Beratungstätigkeit verständlich zusammengefasst
- alle Rechtsgebiete im Überblick: von der Wahl der Gesellschaftsform, der Ausgestaltung des Gesellschaftsvertrags, dem Schutz von Marken und Technologien über Finanzierungsmöglichkeiten bis hin zu den Pflichten des Geschäftsführers
- hoher Praxisnutzen durch Formulierungsvorschlägen für Verträge, Mustertexte und Checklisten

Jan Schnedler, Rechtsanwalt in Hamburg, berät seit vielen Jahren Startups in allen relevanten Fragestellungen. In diesem Praxisleitfaden fasst er seine Erfahrungen zusammen – in einer Sprache, die für Nichtjuristen verständlich ist. Die erweiterte und durchgehend aktualisierte zweite Auflage deckt die neuesten Entwicklungen in allen Rechtsbereichen ab und klärt über typische Deal Breaker sowie die 10 häufigsten Fehler von Startups auf.

Erscheinungsdatum: 30.06.2020

Seitenanzahl: 452

Verlag: O'Reilly

Auflage: 2., aktualisierte und erweiterte Auflage

Einband: Broschur

ISBN Print: 978-3-96009-144-8

ISBN PDF: 978-3-96088-999-1

ISBN ePub: 978-3-96910-000-4

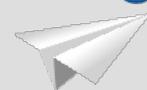
ISBN Mobi: 978-3-96910-001-1



Quelle:

Schnedler: Startup-Recht, 2020,

URL: <https://oreilly.de/produkt/startup-recht-2/> [abgerufen am 11.12.2020]



Rechtsformen und Rechtsformwahl

Steffen Huber, Axel Rinnert

Recht, Steuern, Beratung

Dieses Buch stellt die verschiedenen Rechtsformen, die für die Gründung eines Unternehmens zur Auswahl stehen, in einem direkten Vergleich gegenüber und nennt ihre Vor- und Nachteile in Recht und Steuern. Es berücksichtigt die aktuelle Rechtslage und vereint somit alle wichtigen Informationen zur optimalen Rechtsformwahl auf einen Blick.

Für die 2. Auflage wurde das Werk vollständig überarbeitet. Die neue Auflage verarbeitet zahlreiche Änderungen in Rechtsprechung, Literatur und durch den Gesetzgeber, insbesondere das MoMiG, die Aktienrechtsnovelle, die Reform der Insolvenzordnung und des Umwandlungssteuerrechts.

Copyright 2019
Verlag: Gabler Verlag
Copyright Inhaber: Springer Fachmedien
Wiesbaden, ein Teil von Springer Nature
eBook ISBN: 978-3-658-20225-5
DOI: 10.1007/978-3-658-20225-5
Softcover ISBN: 978-3-658-20224-8
Auflage 2
Seitenzahl: XX, 328



Quelle:

Huber, Rinnert: Rechtsformen und Rechtsformwahl, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658202248> [abgerufen am 26.11.2020]

Wirtschaftsrecht für Hightech-Start-ups

Nicolai Schädel

Viele Start-ups scheitern. Gelegentlich scheitern besonders originelle Geschäftsmodelle am Recht. Das muss nicht so sein. Aber Unternehmer, die keine Rechts-, sondern lieber Wirtschaftsgeschichte schreiben wollen, sollten das Recht von Beginn an in den Blick nehmen. Denn das Ausblenden der durch das Recht gesetzten Marktrahmenbedingungen macht eine Unternehmung ähnlich riskant wie das Ignorieren von Kundenwünschen, das Unterschätzen der Wettbewerber oder das Überschätzen technischer Möglichkeiten. Dieses Werk soll dazu beitragen, dass dem Recht bei Start-up-Projekten mit technikbasierten Geschäftsmodellen von vorneherein ebenso Aufmerksamkeit geschenkt wird wie den betriebswirtschaftlichen und technischen Fragen, um das Risiko des Scheiterns zu verringern. Gründern mit betriebs- oder ingenieurwissenschaftlichem Hintergrund sollen etwaige Berührungsängste mit dem deutschen Wirtschaftsrecht genommen, ihren rechtlichen Beratern die eine oder andere neue Sichtweise aufgezeigt werden.

Copyright 2020
Verlag: Gabler Verlag
Copyright: Springer Fachmedien Wiesbaden
GmbH, ein Teil von Springer Nature
eBook ISBN: 978-3-658-27033-9
DOI: 10.1007/978-3-658-27033-9
Softcover ISBN: 978-3-658-27032-2
Auflage 1
Seitenzahl: XXXI, 368
Anzahl der Bilder: 32 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Schädel: Wirtschaftsrecht für Hightech-Start-ups, 2020 URL:
<https://www.springer.com/de/book/9783658270322> [abgerufen am 26.11.2020]



Controlling in Start-up-Unternehmen

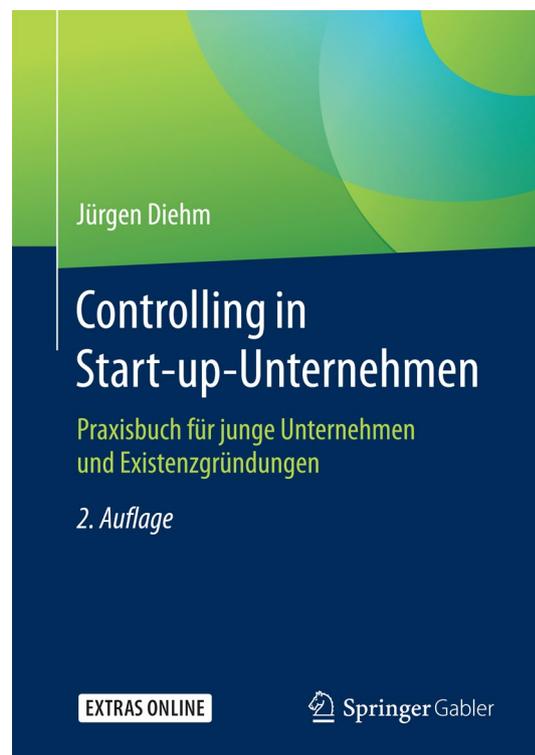
Jürgen Diehm

Praxisbuch für junge Unternehmen und Existenzgründungen

Dieses Buch zeigt, wie Gründer Schritt für Schritt zu aussagekräftigen Führungs- und Entscheidungsinformationen kommen und berücksichtigt dabei die Besonderheiten von jungen Unternehmen. Ein systematisches Controlling mit Planung, Steuerung und Kontrolle ist dort mehr Ausnahme als Regel. Was anfangs überschaubar ist, wächst so manchem Gründer jedoch bald über den Kopf. Dabei könnten der Einsatz der richtigen Controllinginstrumente und die regelmäßige Auseinandersetzung mit den wichtigsten Kennzahlen dazu beitragen, Chancen und Risiken rechtzeitig zu erkennen und vor allem verhindern, an vermeidbaren Fehlern zu scheitern. Und spätestens, wenn Gespräche mit Banken und Investoren anstehen, ist ein solides Berichtswesen ein Muss.

Zahlreiche praktische Tipps, Beispiele und Übersichten sowie die wichtigsten Rechnungswesen-Grundlagen machen den Einstieg auch für Quereinsteiger möglich. Hilfreiche Checklisten zum Controlling in Start-up-Unternehmen stehen zum Download auf springer.com zur Verfügung. Die 2. Auflage berücksichtigt den aktuellen Rechtsstand.

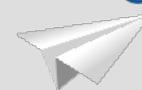
Copyright 2017
Verlag: Gabler Verlag
Copyright Inhaber: Springer Fachmedien
Wiesbaden GmbH
eBook ISBN: 978-3-658-14422-7
DOI: 10.1007/978-3-658-14422-7
Softcover ISBN: 978-3-658-14421-0
Auflage 2
Seitenzahl XI, 310
Anzahl der Bilder: 62 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Diehm: Controlling in Start-up-Unternehmen, 2017,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658144210> [abgerufen am 27.11.2020]





HR-Basics für Start-ups

Constanze Buchheim, Martina Weiner

Recruiting und Retention im Digitalen Zeitalter

Dieses Werk bietet erstmals umfassende und praxisnahe Informationen für Personalverantwortliche im Start-up und deckt dabei alle relevanten Bereiche des Human Resources Management in Aufbauphasen ab. Entlang des künftig zentralen Recruiting-Prozesses werden die verbundenen Themenbereiche wie Employer Branding, Mitarbeitersuche und -auswahl, Onboarding und Retention Management speziell für Start-ups beleuchtet und miteinander in Beziehung gebracht. Jeder Themenbereich ist gespickt mit praxisnahen Tipps für die direkte Umsetzung. So wird ein ganzheitliches System vorgestellt, das die Motive der Generation Y in konkrete Handlungsempfehlungen und Tipps übersetzt und den Aufbau eines modernen Human Resources Bereichs ermöglicht, in dem der Fokus auf der Anziehung und Bindung der Talente im Unternehmen gesetzt wird.

Copyright 2014

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden

eBook ISBN: 978-3-658-03893-9

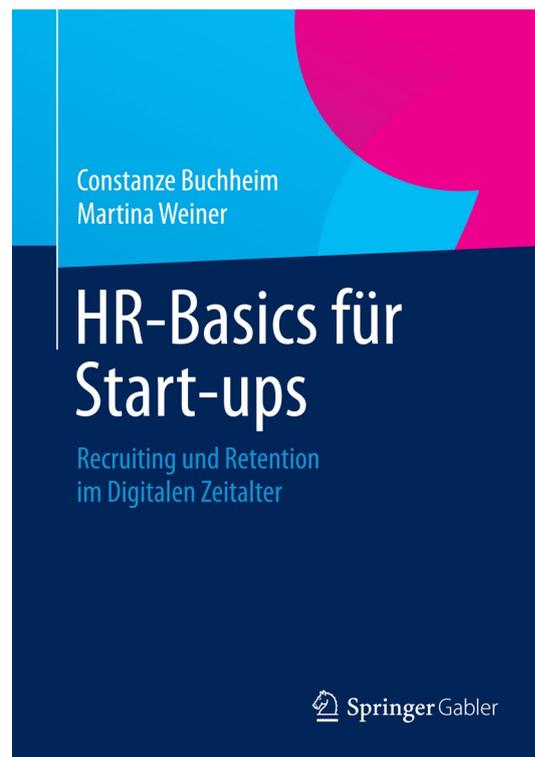
DOI: 10.1007/978-3-658-03893-9

Softcover ISBN: 978-3-658-03892-2

Auflage 1

Seitenzahl: X, 168

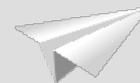
Anzahl der Bilder: 28 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Buchheim, Weiner: HR-Basics für Start-ups, 2014,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658038922> [abgerufen am 26.11.2020]





Praxishandbuch Social Media Recruiting

Ralph Dannhäuser

Experten Know-How / Praxistipps / Rechtshinweise

Erfahrene Experten zeigen, wie man die wichtigsten Social-Media-Kanäle für die Personalgewinnung erfolgreich nutzen kann. Die Autoren offenbaren ihre Erfolgsgeheimnisse und zeigen auf, wie Sie mit Social Recruiting mehr und besser qualifizierte Bewerber finden. Sie erfahren auch, welche Möglichkeiten es mit „Employer Branding“ für Ihr Unternehmen gibt, um im „War for Talents“ Ihrem Mitbewerber einen Schritt voraus zu sein. Rechtshinweise, Praxisbeispiele, Interviews und Leitfäden sowie eine systematische Gliederung bieten Ihnen eine praktische Entscheidungshilfe für die tägliche Arbeit.

Neu in der 4. Auflage

u.a. „Instagram“, „Recruiting-Videos“, „Corporate Influencer“, „Social Recruiting in der Schweiz und in Österreich“, „HR-Analytics“, „Desinformationsangriffe gegen die Arbeitgebermarke“ sowie aktualisierte Themenkapitel und Praxisinterviews.

Copyright 2020

Verlag: Gabler Verlag

Copyright: Springer Fachmedien Wiesbaden
GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-29438-0

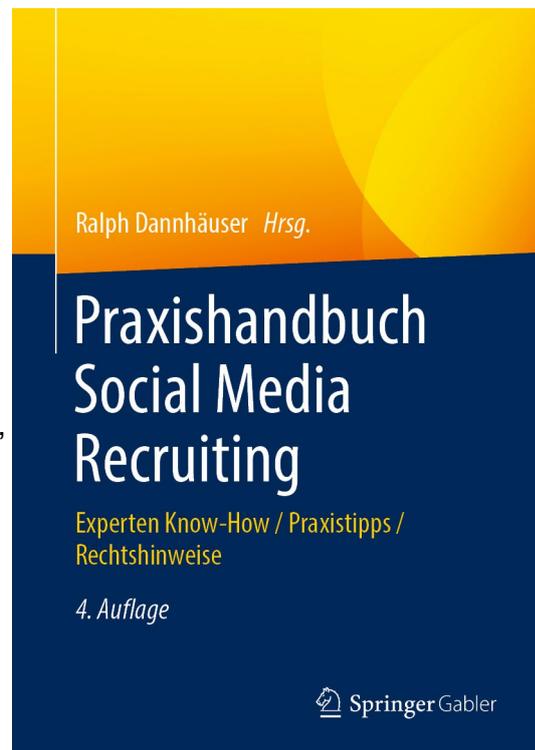
DOI: 10.1007/978-3-658-29438-0

Hardcover ISBN: 978-3-658-29437-3

Auflage 4

Seitenzahl: XXXV, 824

Anzahl der Bilder: 11 schwarz-weiß Abbildungen,
272 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Dannhäuser: Praxishandbuch Social Media Recruiting, 2020, URL:
<https://www.springer.com/de/book/9783658294373> [abgerufen am 26.11.2020]

Sprint

Jake Knapp | John Zeratsky | Braden Kowitz

Wie man in nur fünf Tagen neue Ideen testet und Probleme löst

Unternehmer, Gründer und Teams stehen täglich vor der Herausforderung: Womit soll man zuerst anfangen, worauf sich am meisten fokussieren? Und wie viele Diskussionen und Meetings sind nötig, bevor man ganz sicher die garantiert richtige Lösung hat? Die Folge ist, dass allzu oft das Projekt auf der Stelle tritt und man überhaupt nicht vorwärtskommt.

Dafür gibt es eine geniale Lösung: Sprint. Die ist ein einzigartiger, innovativer und narrensicherer Prozess, mit dem sich die härtesten Probleme in nur fünf Tagen lösen lassen – von Montag bis Freitag. Der Entwickler Jake Knapp entwarf diesen Prozess bei und für Google, wo er seither in allen Bereichen genutzt wird. Zusammen mit John Zeratsky und Braden Kowitz hat er darüber hinaus bereits mehr als 100 Sprints in Firmen aus unterschiedlichen Bereichen durchgeführt.

Der Sprint-Prozess bietet praktische Hilfe für Unternehmen aller Größen, vom kleinen Start-up bis hin zum Fortune-100-Unternehmen. Die Methode ist auch für alle anderen bewährt, die vor einem großen Problem stehen, schnell eine Idee testen oder einfach eine Möglichkeit schnell ergreifen wollen.

Softcover, 256 Seiten

Erschienen: Oktober 2016

Gewicht: 504 g

ISBN: 978-3-86881-638-9



Quelle:

Knapp, Zeratsky, Kowitz: Sprint, 2016, URL: <https://www.m-vg.de/redline/shop/article/11412-sprint/>
[abgerufen am 24.11.2020]



Quick Guide Wissensbasiert entscheiden

Sebastian Pioch

Wie Sie strukturierte Entscheidungen treffen können

Dieses Buch gibt einen kompakten Überblick über die wissensbasierte Entscheidungsfindung. Gute Entscheidungen zu treffen ist oft die Voraussetzung dafür, dass Projekte gelingen, Strategien erfolgreich umgesetzt und eigene Ziele erreicht werden. Komplexe Sachverhalte lassen sich durch Anwendung der multikriteriellen wissensbasierten Entscheidungsfindung am ehesten beherrschen. Der vorliegende Leitfaden bietet eine Einführung in verschiedene Arten von Entscheidungen und zeigt einen Prozess auf, wie relevante Informationen beschafft und Entscheidungsfehler vermieden werden können. Es werden nach einer theoretischen Betrachtung zehn Anwendungsszenarien als Beispiel genutzt, um nach der Lektüre den skizzierten Prozess direkt in der Praxis anzuwenden.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-25869-6

DOI: 10.1007/978-3-658-25869-6

Softcover ISBN: 978-3-658-25868-9

Buchreihen ISSN: 2662-9240

Auflage 1

Seitenzahl: VIII, 86

Anzahl der Bilder: 5 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Pioch: Quick Guide Wissensbasiert entscheiden, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658258689> [abgerufen am 26.11.2020]

Female Founders in der Games- und Medienbranche

Sabine Hahn

Experteninterviews und Erfolgsgeschichten: Gründerinnen berichten über ihren Weg

Der Begriff des Unternehmertums war lange Zeit stark männlich konnotiert. Inzwischen stellen Frauen in Deutschland rund ein Drittel der Selbstständigen und immer mehr Frauen können sich eine Selbstständigkeit vorstellen. Allerdings stagniert der Anteil gründender Frauen seit Jahren, sie sind vornehmlich als Einzelunternehmerinnen in spezifischen Branchen tätig und bekommen weniger Gelder von Investoren.

In dem nun vorliegenden Buch sollen vor allem die Gründerinnen zu Wort kommen. Ihre individuellen und unterschiedlichen Situationen werden dabei um die Perspektive ausgewählter Experten ergänzt. Im Sinne einer induktiven Forschungslogik soll so die bestehende Literatur im Bereich Existenzgründung und Entrepreneurship um ein weiteres Puzzleteil erweitert werden, im Bemühen, das Thema „Weibliche Existenzgründung“ tiefer zu durchdringen.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer-Verlag GmbH
Deutschland, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-662-57832-2

DOI: 10.1007/978-3-662-57832-2

Softcover ISBN: 978-3-662-57831-5

Auflage 1

Seitenzahl: XII, 272

Anzahl der Bilder: 21 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Hahn: Female Founders in der Games- und Medienbranche, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783662578315> [abgerufen am 26.11.2020]

Geschäftsmodell Nachhaltigkeit

Klaus-Michael Ahrend

Ökologische und soziale Innovationen als unternehmerische Chance

Dieses Praxishandbuch vermittelt, neben den theoretischen Grundlagen für die Bewertung von Nachhaltigkeit, eine positive Haltung zu ökologischen und sozialen Geschäftsmodellen. Nachhaltigkeit ist dabei mehr als eine gesellschaftliche Anforderung oder eine philanthropische Erwägung. Vielmehr ist sie eine unternehmerische Chance für Gründer und für etablierte Unternehmen. Für beide Zielgruppen stellt dieses Buch einen integrierten Ansatz für die Entwicklung von nachhaltigen Geschäftsmodellen bei Neugründungen und bei etablierten Unternehmen zur Verfügung. Mit rund 800 aktuellen Beispielen nachhaltiger Geschäftsmodelle aus verschiedenen Branchen wird es zu einem wichtigen Berater für jeden Unternehmer.

Der Inhalt

- Grundlagen, Typologie und integrierter Ansatz für die Entwicklung nachhaltiger Geschäftsmodelle für Neugründungen und etablierte Unternehmen
- Zahlreiche Studienergebnisse für Erfolg durch Nachhaltigkeit
- Über 800 aktuelle Praxisbeispiele nachhaltiger Geschäftsmodelle

Copyright 2016

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer-Verlag GmbH
Deutschland

eBook ISBN: 978-3-662-52880-8

DOI: 10.1007/978-3-662-52880-8

Softcover ISBN: 978-3-662-52879-2

Auflage 1

Seitenzahl: XXI, 406



Quelle:

Ahrend: Geschäftsmodell Nachhaltigkeit, 2016,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783662528792#aboutBook> [abgerufen am 26.11.2020]

Erfolgreich ein Software-Startup gründen

Christian Demant

Tipps und Erfahrungen eines Tech-Unternehmers

Die Industrie befindet sich weltweit in einem gewaltigen Umbruch und entwickelt sich immer mehr zur Softwarewelt. Dies steigert die Nachfrage nach IT-Spezialisten rund um den Globus. In Deutschland fehlen in den Unternehmen mittlerweile über 120 000 IT-Experten, in den USA verweisen Vertreter der großen Tech-Konzerne auf 500 000 offene Stellen. Die weltweit hohe Nachfrage nach qualifizierten Entwicklern lässt sich aus Gründersicht geschickt ausnutzen, denn in vielen Unternehmen wird die Frage lauten, ob diese dringend benötigten Ressourcen selbst aufgebaut oder ob mit externen Anbietern kooperiert werden soll.

Dieser externe Anbieter könnten zukünftig Sie sein – mit Ihrem neu gegründeten Software-Startup

Die zweite Auflage des Buches wurde inhaltlich grundlegend überarbeitet und mit aktuellen Erfahrungen aus der Berater- und Gutachtertätigkeit des Autors erweitert. Diverse Daten und Statistiken wurden aktualisiert und neue Technologien und IT-Trends berücksichtigt. Folgende Themenschwerpunkte werden hier vorgestellt:

Copyright 2020

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer-Verlag GmbH
Deutschland, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-662-60954-5

Softcover ISBN: 978-3-662-60953-8

DOI 10.1007/978-3-662-60954-5

Auflage 2

Seitenzahl: XXI, 535

Anzahl der Bilder: 2 schwarz-weiß Abbildungen,
34 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Demant: Erfolgreich ein Software-Startup gründen,
2020, URL: <https://www.springer.com/de/book/9783662609538>
[abgerufen am 25.11.2020]

Besonderheiten bei der Bewertung junger Unternehmen

Mario Smeets

Stellt einen neuen Ansatz zur Bewertung junger Unternehmen dar

Junge Unternehmen benötigen im Rahmen ihres Unternehmenswachstums regelmäßig Finanzierungsmittel – insbesondere Eigenkapital. Die für eine Bereitstellung von Eigenkapital erforderliche Ermittlung des Unternehmenswertes ist bei jungen Unternehmen mit Besonderheiten verbunden, da diese zum Bewertungszeitpunkt vielfach negative Erträge erwirtschaften, stark wachsen und hohen Risiken hinsichtlich ihrer zukünftigen Entwicklung ausgesetzt sind. Der Autor analysiert diese Besonderheiten und untersucht mögliche Lösungsansätze. Hierzu werden ein geeignetes Bewertungsverfahren ermittelt und Prognosemethoden für die Bestimmung künftiger Cashflows verglichen. Mit der Kombination aus Discounted-Cashflow-Verfahren und Szenariotechnik stellt sich eine in der Praxis anwendbare Verfahrensweise dar, die anhand der Jahresabschlussberichte der Zalando SE sowohl geprüft als auch rückwirkend validiert wird. Hieraus ergibt sich eine hohe Relevanz für Praktiker, Investoren und Gründer sowie für die Forschung.

Copyright 2018

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-22880-4

DOI: 10.1007/978-3-658-22880-4

Softcover ISBN: 978-3-658-22879-8

Auflage 1

Seitenzahl: XV, 144

Anzahl der Bilder: 27 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Smeets: Besonderheiten bei der Bewertung junger Unternehmen, 2018,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658228798> [abgerufen am 26.11.2020]

Innovationsumgebungen gestalten

Philipp Plugmann

Impulse für Start-ups und etablierte Unternehmen im globalen Wettbewerb

Die Ansicht, die deutsche Wirtschaft, samt der sogenannten Hidden Champions, wäre auf Jahrzehnte unangreifbar, ist eine riskante Wette auf die Zukunft. Entscheidend wird sein, wie innovativ die Unternehmen auch künftig sein werden und es bleiben. Wie man in seinem Unternehmen die Innovationsprozesse organisiert, die Ideen verwertet, Mitarbeiter aktiviert, Regeln aufstellt, Freiheiten einräumt und sich strukturiert, ist der jeweiligen Organisation überlassen, ist einzigartig und nur eingeschränkt planbar. Aber diese Innovationsumgebungen zu ermöglichen, ist eine unabdingbare Voraussetzung dafür, dass in Unternehmen Innovationen überhaupt entstehen und vorangetrieben werden können. Kombiniert mit einer positiv motivierenden Arbeitsatmosphäre, damit aus Neugier, Spieltrieb und Leistungsbereitschaft innovative Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden können, bedarf es zusätzlich der Geschichten und Erfahrungen anderer Menschen bzw. aus interdisziplinärer Vernetzung. Die Beiträge in diesem Buch liefern Beispiele für gelingende Innovationsumgebungen, erzählen von besonderen Konstellationen und bieten so eine Reihe von frischen Impulsen für Unternehmer und Start-ups. Die Hidden Champions von heute werden auch die Champions von morgen bleiben, doch sollten wir langfristig übermorgen im Auge behalten.

Copyright 2018

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-22127-0

DOI: 10.1007/978-3-658-22127-0

Softcover ISBN: 978-3-658-22126-3

Auflage 1

Seitenzahl: XI, 277

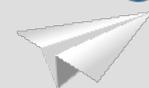
Anzahl der Bilder: 29 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Plugmann: Innovationsumgebungen gestalten, 2018,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658221263> [abgerufen am 26.11.2020]





Souverän präsentieren - Die erste Botschaft bist Du

Dominik Umberto Schott

Wie Sie Körpersprache authentisch und wirkungsvoll einsetzen

Wenn Präsentationen gelingen, liegt es meist nicht nur am Inhalt, sondern auch am authentischen Vortragsstil und einer natürlichen Körpersprache des Redners. Viele haben jedoch Schwierigkeiten, ihr Lampenfieber bei Präsentationen am Rednerpult zu überwinden und Kontakt mit dem Publikum aufzunehmen. Dabei ist gerade in der mündlichen Kommunikation die Person entscheidend. Wie souveränes Präsentieren gelingt, vermittelt Ihnen Dominik Umberto Schott Schritt für Schritt in diesem Buch. Er stellt Ihnen die wichtigsten Stellschrauben vor, die Ihren Worten mehr Wirkung verleihen, und zeigt an konkreten Beispielen, wie Sie die Dramaturgie eines Redeaufbaus nutzen. Zudem lernen Sie, wie Sie Ihre Körpersprache und Storytelling natürlich einsetzen, um einen glaubhaften Auftritt hinzulegen.

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-24848-2

DOI: 10.1007/978-3-658-24848-2

Softcover ISBN: 978-3-658-24847-5

Auflage 1

Seitenzahl: XVIII, 184

Anzahl der Bilder 24 schwarz-weiß Abbildungen,

1 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Schott: Souverän präsentieren - Die erste Botschaft bist Du, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658248475> [abgerufen am 26.11.2020]

Dein Mutmacher bist du selbst!

Kai Hoffmann

Faustregeln zur Selbstführung

Mut ist die fundamentale Antriebskraft, damit wir im Leben das erreichen, was wir wirklich wollen. Um mutig und erfolgreich handeln zu können, benötigen wir eine emotionale Intelligenz und Metaphern einer mutigen Selbsterzählung. Denn in jedem Augenblick unseres Lebens handeln wir nach Geschichten, die wir uns selbst erzählen – so der Managementberater und Coach Kai Hoffmann. Mithilfe der Metapher des Boxens wirft der Autor einen überraschenden Blick auf unser Denken, Fühlen und Verhalten im Alltag. Eindringliche Praxisfälle belegen seine einzigartige und bewährte Coachingmethode, die auf neuesten Erkenntnissen der Gehirnforschung und Körperpsychotherapie basiert. Um seine Selbstführung im täglichen Leben wirksam durchzuboxen, muss der Leser nicht in den Ring steigen.

Eine fundierte, klar strukturierte und spannende Anleitung für das Selbstvertrauen in die eigenen Stärken und damit in Siegerwerte wie Mut, Selbstüberwindung, Risikofreude, Selbststreuung und Entschlossenheit. Jetzt in der 3., aktualisierten Auflage.

Copyright 2020
Verlag Springer
Copyright Inhaber: Springer Fachmedien
Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature
eBook ISBN: 978-3-658-30989-3
DOI: 10.1007/978-3-658-30989-3
Hardcover ISBN: 978-3-658-30988-6
Auflage 3
Seitenzahl: XXIV, 182
Anzahl der Bilder
83 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Hoffmann: Dein Mutmacher bist du selbst!, 2020,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658309886> [abgerufen am 26.11.2020]

Fallstudien zu akademischen Ausgründungen

Petra Dickel, Achim Walter, Monika Sienknecht, Anke Rasmus

Werdegang technologieorientierter und sozialunternehmerischer Gründer

Dieses Buch veranschaulicht die Herausforderungen akademischer Gründungen

Akademiker, die aus Hochschulen und öffentlichen Forschungseinrichtungen heraus Startups gründen, sind Treiber des technologischen Wandels und bedeuten ein hohes ökonomisches Potential für eine Gesellschaft.

Dieses Buch über die akademische Gründung widmet sich der Frage, inwieweit Prägungen aus der Vergangenheit zukünftige Gründungsentscheidung beeinflusst haben.

Die Autoren beschäftigen sich unter anderem mit den folgenden Inhalten:

- Prägungen technologieorientierter Unternehmensgründungen
- Prägung des unternehmerischen Verhaltens von Akademikern durch biographische Netzwerke
- Prägung akademischer Gründer durch die makroökonomische Umwelt
- Prägungen von Gründungen von Sozialunternehmen

Copyright 2019

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-25700-2

DOI: 10.1007/978-3-658-25700-2

Softcover ISBN: 978-3-658-25699-9

Auflage 1

Seitenzahl: XV, 255

Anzahl der Bilder: 11 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Dickel, Walter, Sienknecht, Rasmus: Fallstudien zu akademischen Ausgründungen, 2019,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658256999> [abgerufen am 27.11.2020]

Entrepreneurship im Gesundheitswesen I

Mario A. Pfannstiel, Patrick Da-Cruz, Christoph Rasche

Unternehmensgründung – Geschäftsideen – Wertschöpfung

Dieser Sammelband gibt einen Überblick über die Entwicklung konkreter Strategien und Maßnahmen bei der Umsetzung von Geschäftsmodellen, wobei auf die operative und strategische Unternehmensebene bei Unternehmensgründungen Bezug genommen wird. Durch Unternehmensgründungen im Gesundheitsmarkt können neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden, um neue Märkte und Arbeitsplätze zu schaffen. Die Herausforderung für neue Unternehmen besteht darin, sich am Gesundheitsmarkt so zu positionieren, dass Erträge erwirtschaftet werden und Wachstum bei sich verändernden Rahmenbedingungen entsteht. Marktanteile und die langfristige Überlebensfähigkeit des eigenen Unternehmens müssen dazu gesichert werden. Die Beiträge bieten einen Handlungsrahmen, zeigen Problembereiche und Lösungsansätze aus verschiedenen Perspektiven auf und sind daher sowohl für Praktiker als auch für Wissenschaftler von Interesse.

Copyright 2018

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

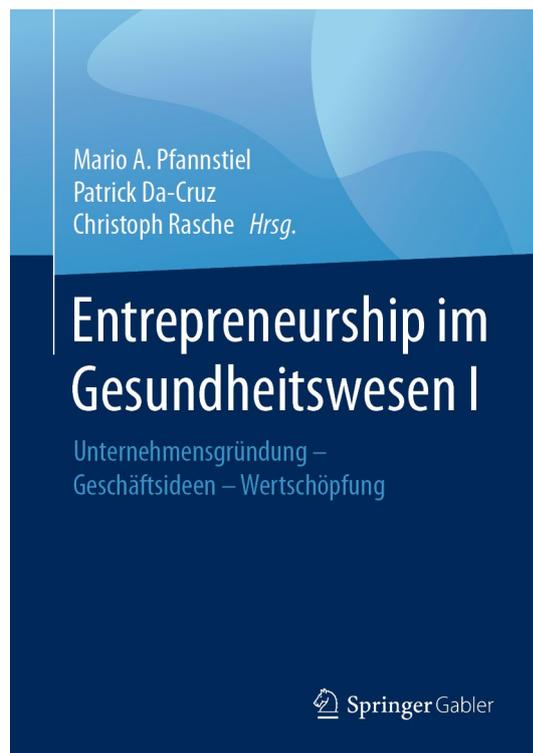
Wiesbaden, ein Teil von Springer Nature

Hardcover ISBN: 978-3-658-14778-5

Auflage 1

Seitenzahl: XIV, 313

Anzahl der Bilder: 40 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Pfannstiel, Da-Cruz, Rasche: Entrepreneurship im Gesundheitswesen I, 2018,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658147785#aboutBook> [abgerufen am 26.11.2020]



Entrepreneurship im Gesundheitswesen II

Mario A. Pfannstiel, Patrick Da-Cruz, Christoph Rasche

Geschäftsmodelle – Prozesse – Funktionen

Dieser Sammelband befasst sich mit den Phasen des Gründungsprozesses, dem Unternehmertum und dem Markteintritt von Produkten und Dienstleistungen im Gesundheitswesen. Unternehmensgründungen werden entscheidend beeinflusst durch die gesetzten Rahmenbedingungen und wirtschaftlichen Bedingungen in einem System. Ein tragfähiges Unternehmenskonzept ist genauso wichtig wie ein Management-, Marketing-, Finanzierungs- und Investitionsplan und eine gesicherte Investitionssumme, die in der Gründungsphase eines Unternehmens vorhanden sein muss, damit die Unternehmensgründung erfolgen kann. Die Autoren aus Wissenschaft und Praxis erläutern anhand von zahlreichen Beispielen die wesentlichen Erfolgsfaktoren für den Erfolg bei der Unternehmensgründung im Gesundheitsbereich.

Copyright 2018

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-14781-5

DOI: 10.1007/978-3-658-14781-5

Hardcover ISBN: 978-3-658-14780-8

Auflage 1

Seitenzahl: XII, 299

Anzahl der Bilder

52 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Pfannstiel, Da-Cruz, Rasche: Entrepreneurship im Gesundheitswesen II, 2018,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658147808> [abgerufen am 26.11.2020]





Entrepreneurship im Gesundheitswesen III

Mario A. Pfannstiel, Patrick Da-Cruz, Christoph Rasche

Expertise aus dem Kompetenzzentrum „Vernetzte Gesundheit“

Unternehmertum im Gesundheitswesen ist geprägt durch Gründerpersönlichkeiten, die sich einbringen und durch neue Innovationen dazu beitragen, die Bedürfnisse von Kunden zu befriedigen. Die effiziente Nutzung von Ressourcen ist neben der systematischen Entwicklung von innovativen Geschäftsmodellen entscheidend für den Erfolg. Die Beiträge in diesem Sammelband beschäftigen sich mit dem Gründertum im Bereich der digitalen Transformation und der Entwicklungsphase zu einem innovativen Unternehmen im Gesundheitsmarkt. Unternehmerisches Denken von der Gründung bis zur Umsetzung und unternehmerischen Exzellenz wird analysiert und anhand von Fallbeispielen erörtert. Der Sammelband ist durch die Vielzahl an praktischen Beispielen von besonderem Interesse für Praktiker und Wissenschaftler.

Copyright 2018
Verlag: Gabler Verlag
Copyright Inhaber: Springer Fachmedien
Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature
eBook ISBN: 978-3-658-18413-1
DOI: 10.1007/978-3-658-18413-1
Hardcover ISBN: 978-3-658-18412-4
Auflage 1
Seitenzahl: XII, 323
Anzahl der Bilder: 60 schwarz-weiß Abbildungen



Quelle:

Pfannstiel, Da-Cruz, Rasche: Entrepreneurship im Gesundheitswesen III, 2018,

URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658184124#aboutBook> [abgerufen am 26.11.2020]



Startups international: Gründergeschichten rund um den Globus

Matthias Schäfer, Anabel Ternès

Erfolgsfaktoren, Motivationen und persönliche Hintergründe

Die 2. Auflage dieses Bandes überzeugt durch aktualisierte Daten und einen erweiterten allgemeinen Teil, der neue Erkenntnisse zum Thema mit in den Blick nimmt.

Was macht erfolgreiches Gründen aus? Und wie wird man eigentlich zum Gründer? Startup-Gründer aus der ganzen Welt wurden für dieses Buch zu ihrer Kindheit, ihrer Unternehmensgeschichte und zu ihrer Motivation, ihren Krisen und ihren Erfolgsgeheimnissen interviewt. Die mehrstündigen Gespräche wurden mit jedem Gründer auf der Basis eines Leitfadens mit zentralen Fragen geführt. Herausgekommen sind Geschichten, spannende Einblicke in die Höhen und Tiefen der Biographien der Gründer. Kurz, ganz persönliche Einblicke in die internationale Welt der Startups. Ergänzend zu den Geschichten wurden alle Interviews wissenschaftlich ausgewertet und analysiert, um einen Einblick in den internationalen Startup-Kosmos zu bekommen.

Copyright 2018

Verlag: Gabler Verlag

Copyright Inhaber: Springer Fachmedien

Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature

eBook ISBN: 978-3-658-21722-8

Softcover ISBN: 978-3-658-21721-1

DOI 10.1007/978-3-658-21722-8

Auflage 2

Seitenzahl: XXX, 352

Anzahl der Bilder: 8 schwarz-weiß Abbildungen,
102 Abbildungen in Farbe



Quelle:

Schäfer, Ternès: Startups international: Gründergeschichten rund um den Globus

2018, URL: <https://www.springer.com/de/book/9783658217211> [abgerufen am 25.11.2020]