

Grundlagen Businessplan

(Stand: Oktober 2011)

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1. Was ist ein Businessplan?	1
2. Was sind die Erfolgsfaktoren eines Businessplans?	1
3. Wie beginnt man einen Businessplan?	1
4. Welche Bausteine hat ein Businessplan?	2
5. Gibt es eine Standard-Gliederung?	3
6. Welche Informationen müssen unbedingt enthalten sein? (Checkliste)	4
7. Wie testet man die Wirkung eines Businessplans?	7

1. Was ist ein Businessplan?

Ein Businessplan (auch: Geschäftsplan) ist die schriftliche Fixierung der Unternehmensplanung zur betriebswirtschaftlichen Absicherung von Chancen und Risiken. Er dient vor allem zur Beschaffung von Fremdkapital (z.B. Fördermittel, Venture Capital) sowie zur unternehmensinternen Planung und Kontrolle.

2. Was sind die Erfolgsfaktoren eines Businessplans?

- FORM** – Ansprechende Gestaltung und klare Struktur
- INHALT** – Klare, einfache und neutrale Formulierungen
- LAENGE** – Nicht zu knapp und nicht zu lang (Anhaltspunkt: 20 – 30 Seiten)

Der erste Eindruck muss stimmen.

Dieser Aspekt wird häufig unterschätzt. Was lesen Sie lieber, ein schönes, gebundenes Buch mit Inhaltsangabe oder eine lose, verknickte Blattsammlung? Dies ist vielleicht ein bisschen überspitzt dargestellt, aber die durch die Form erzeugte Grundhaltung des Lesers wird deutlich. Je positiver der Leser gestimmt ist, desto besser für Sie.

Was Sie zu sagen haben muss klar und einfach verständlich sein.

Vermeiden sie Worthülsen und schreiben Sie nur das, was wirklich interessiert. Der Leser soll das Wichtigste über Ihr Geschäft erfahren. Langweilen Sie ihn nicht mit Nebenschauplätzen oder weitausholenden Details. Schreiben Sie sachlich.

In der Kürze liegt die Würze.

Vielleicht denken jetzt einige „je länger um so besser“. Aber versetzen Sie sich wieder in die Situation des Lesers. Er will Ihre Geschäftsidee verstehen und auf der Grundlage der vorliegenden Informationen bewerten. Je mehr Detailinformationen er hat, desto schwieriger und aufwändiger wird es für ihn, die wichtigen Informationen herauszufiltern und Ihren Businessplan zu bewerten. Kommen Sie auf den Punkt.

➤ **UNTERSTÜTZER-Tipp:**

Überprüfen Sie Ihren Businessplan immer wieder aus der Sicht des Lesers. Versuchen Sie, den Leser zu fesseln. Ein guter Businessplan ist interessant und spannend.

3. Wie beginnt man einen Businessplan?

An dieser Stelle möchten wir Ihnen keinen fertigen Businessplan vorlegen. Nein, wir warnen hiermit ausdrücklich vor Anbietern, die Ihnen einen Businessplan auf „Knopfdruck“ versprechen. Wir geben Ihnen Tipps zu Inhalt und Struktur Ihres Businessplans.

➤ **UNTERSTÜTZER-Tipp:**

*Lassen Sie sich helfen, aber **schreiben Sie Ihren Businessplan selbst**. Bei keiner anderen Vorbereitungsstätigkeit lernen Sie soviel über Ihr künftiges Unternehmen.*

Zum Einstieg sollten Sie sich intensiv und kritisch mit Ihrer Geschäftsidee auseinandersetzen. Folgende Fragen sind hierbei hilfreich:

- Welchen Zweck verfolgen Sie mit Ihrem Businessplan?
- Wer ist der Adressat Ihres Businessplans?
- Welche Leistungen/Produkte bieten Sie an?

Sie haben Fragen?

Wir freuen uns über Ihren Anruf:
02131 / 313 67 73

www.dieunterstuetzer.de/existenzgruendungsberatung

- Wer möchte die Leistungen/Produkte?
- Wo bieten Sie die Leistungen/Produkte an (regional, bundesweit, weltweit)?
- Wieso sind Ihre Leistungen/Produkte für potenzielle Kunden interessant?
- Wie möchten Sie Ihre Leistungen den potenziellen Kunden bekannt machen?
- Wer bietet ähnliches oder gleiches an?
- Was grenzt Sie von anderen Anbietern ab?
- Mit welcher Rechtsform möchten Sie auf dem Markt auftreten?
- Wie hoch sind die notwendigen Investitionen?
- Benötigen Sie zur Finanzierung fremde Mittel?
- Wie hoch ist Ihr finanzielles Risiko?

Schreiben Sie Ihre Antworten auf.

Jetzt haben Sie schon mal die groben Eckpunkte Ihres Businessplans. Einige Fragen konnten Sie ausführlich beantworten, bei anderen Fragen müssen Sie noch tiefer nachfeilen oder benötigen externe Informationen. Somit sind Sie schon mittendrin – im Entstehungsprozess Ihres Businessplans.

4. Welche Bausteine hat ein Businessplan?

- Eine **Zusammenfassung** (Management Summary, Executive Summary), die Ihren gesamten Businessplan knapp und präzise darstellt. Die Zusammenfassung wird zum Schluss geschrieben. Erst wenn Sie alle anderen Teile ausgearbeitet haben, können Sie eine knappe, essenzielle Zusammenfassung schreiben.
- **Beschreibung der Unternehmensorganisation** (Rechtsform, Schlüsselpersonen, Kooperationen)
- Eine **Marktanalyse**, die aus einer Ist-Analyse des Marktes, der erwarteten Entwicklung und der Beschreibung und Einschätzung der Wettbewerber besteht.
- Ihre **Marketing- und Vertriebsstrategie**. Hier gilt es zu beschreiben, wie Sie in den Markt eintreten möchten, wie Sie Ihre Kunden erreichen und schließlich Ihre Produkte oder Leistungen an den Mann bzw. an die Frau bringen möchten.
- Die **zeitliche Planung der Umsetzung** Ihrer Geschäftsidee, untermauert durch die Setzung von sogenannten Meilensteinen (z.B. Markteinführung von Produkt B bis Ende August) die Zielstrebigkeit und Entschlossenheit Ihres geplanten Vorgehens.
- Eine **Risikoanalyse** in der Sie auch ein „Worst-Case“-Szenario aufzeigen, d.h. Sie machen dem Leser deutlich, dass Sie sogar das „Schlechteste“ bedacht haben.
- Das Thema **Finanzen** decken Sie mit folgenden Unterlagen ab:
 - Kapitalbedarfsplanung
 - Umsatz- und Rentabilitätsplanung
 - Prognose der Gewinn- und Verlustrechnung
 - Liquiditätsplanung

➤ **UNTERSTÜTZER-Tipp:**

Gehen Sie bei den Prognosen von realistischen Annahmen aus. Umsätze, die weit über

Sie haben Fragen?

Wir freuen uns über Ihren Anruf:

02131 / 313 67 73

www.dieunterstuetzer.de/existenzgruendungsberatung

denen Ihrer Wettbewerber liegen, sind nicht glaubwürdig. Solche Luftschlösser wirken sich negativ auf die Qualität Ihres gesamten Businessplans, sowie auf Ihr Ansehen als Geschäftsmann/-frau aus.

5. Gibt es eine Standard-Gliederung?

Es gibt keine allgemeingültige Gliederung eines Businessplans. Zur Anregung eine mögliche Gliederung:

1. Management Summary (Zusammenfassung)

2. Produkt-/Leistungsbeschreibung

3. Unternehmensorganisation

4. Markt

4.1 Marktvolumen und Marktpotenzial

4.2 Wettbewerber

5. Marketing und Vertrieb

5.1 Zielgruppen

5.2 Kommunikationspolitik

5.3 Preispolitik

5.4 Vertrieb

6. Realisierungsplanung (Meilensteine)

7. Chancen und Risiken

8. Finanzen

8.1 Kapitalbedarfsplan

8.2 Umsatz- und Rentabilitätsplan

8.3 Gewinn- und Verlustrechnung

8.4 Liquiditätsplan

9. Anlagen

Je nach Zweck des Businessplans, Branche und Unternehmensart, variieren die Gliederungspunkte sowie die Schwerpunktsetzung.

➤ **UNTERSTÜTZER-Tipp:**

Lesen Sie andere Businesspläne. Dies nimmt Ihnen die Scheu vor der Erstellung Ihres Businessplans und gibt Ihnen viele Anregungen.

6. Welche Informationen müssen unbedingt enthalten sein? (Checkliste)

Hierzu haben wir Ihnen einige Fragen aufgelistet, die Sie als Checkliste nutzen können. Wenn Sie alle Fragen eindeutig mit „Ja“ beantworten können, sind Sie auf dem richtigen Weg.

Formalien

- Ist Ihr Deckblatt ansprechend und mit Titel, Firma, Kontaktdaten, Verfasser, Datum versehen?
- Besteht ein Inhaltsverzeichnis mit Seitenzahlen?
- Stimmen die Seitenzahlen auf den Seiten mit den Seitenzahlen im Inhaltsverzeichnis überein?
- Sind alle Überschriften hervorgehoben und stimmen diese mit den Gliederungspunkten im Inhaltsverzeichnis überein?
- Sind alle externen Informations-Quellen benannt?
- Sind die Lebensläufe der Schlüsselpersonen im Anhang?

Zusammenfassung (Management Summary)

- Ist die Geschäftsidee kurz, prägnant und verständlich beschrieben?
- Ist die Einzigartigkeit bzw. die Besonderheit der Geschäftsidee herausgestellt?
- Sind die anvisierten Marktsegmente und Zielgruppen dargestellt?
- Ist der Kundennutzen der Produkte bzw. Dienstleistungen herausgestellt?
- Sind die Unternehmensziele kurz umrissen?

Unternehmensorganisation

- Wurde die Aufbauorganisation (Geschäftsstruktur) inkl. Kooperations-/Geschäftspartner dargestellt?
- Sind alle Schlüsselpersonen, insbesondere Geschäftsführer/in mit ihren vorgesehenen Funktionen genannt?
- Wird auf die Lebensläufe der Schlüsselpersonen im Anhang verwiesen?
- Sind Berufserfahrungen, Spezialwissen und persönliche Stärken der Schlüsselpersonen (bezüglich des Geschäftsvorhabens) herausgestellt?
- Wurde die Kompensation von evtl. fehlendem Fachwissen Beschrieben (z.B.: durch Schulungen, Kooperationen, externer Unterstützung)?

Sie haben Fragen?

Wir freuen uns über Ihren Anruf:
02131 / 313 67 73

www.dieunterstuetzer.de/existenzgruendungsberatung

- Ist die Personalplanung dargestellt (qualitativ und quantitativ)?
- Sind Rechtsform, Kapitalausstattung und Gesellschafter mit Ihrem jeweiligen Anteilen genannt?
- Ist die Rechtsformwahl plausibel begründet?
- Ist die Vergütung der Schlüsselpersonen beschrieben?

Marktanalyse

- Ist der Ist-Zustand der Branche des anvisierten Marktes klar beschrieben (Marktvolumen, Wettbewerbssituation, Kundengruppen)?
- Wurde die Entwicklung des abgegrenzten Marktes realistisch eingeschätzt und durch Quellenangaben objektiver Stellen untermauert (z.B. Marktforschungsinstitute, IHK)?
- Wurden die wichtigsten Wettbewerber identifiziert und ihre Marktstellung, Wettbewerbsverhalten und Vertriebskanäle analysiert?
- Haben Sie die Leistungen/Produkte und Strategien der Wettbewerber mit Ihren verglichen und Ihre Chancen und Risiken eingeschätzt?
- Sind alle Markteintrittsbarrieren identifiziert und beschrieben?
- Haben Sie herausgestellt, wie Sie die Markteintrittsbarrieren überwinden möchten?
- Haben Sie eine Standortanalyse durchgeführt und Ihre Standortwahl plausibel begründet?

Marketing- und Vertriebsstrategie

- Haben Sie Ihre Marketing- und Vertriebsziele formuliert (z.B. 20% Marktanteil im Segment A)?
- Haben Sie auch Zwischenziele formuliert (z.B. Absatz von 100 Mengeneinheiten in den ersten drei Monaten)?
- Sind Ihre Zielgruppen definiert?
- Kennen Sie Ihre Zielgruppen (z.B. Konsumverhalten, Interessen, Medienverhalten)?
- Haben Sie detailliert beschrieben, wie Sie die Zielgruppen auf Ihre Leistungen/Produkte aufmerksam machen wollen?
- Haben Sie begründet, wieso Sie welche Werbemittel und welche Werbemedien für welche Zielgruppen nutzen möchten?
- Haben Sie Ihre Preisstrategie umschrieben?

Sie haben Fragen?

Wir freuen uns über Ihren Anruf:
02131 / 313 67 73

www.dieunterstuetzer.de/existenzgruendungsberatung

- Haben Sie Ihre Vertriebswege klar umschrieben und ggf. Ihre Vertriebspartner benannt?
- Wenn Sie mehrere Vertriebswege einplanen: Haben Sie beschrieben, mit welchem Vertriebsweg welche Zielgruppe erreicht werden soll?
- Besteht für Ihre Marketing- und Vertriebsaktivitäten ein Zeitplan?
- Haben Sie Ihre Plan-Mengen und Ihren Plan-Umsatz ermittelt?
- Haben Sie für Ihre Marketingaktivitäten ein Budget festgelegt?

Realisierungsplanung

- Sind die Eckpunkte zur Umsetzung der Geschäftsidee identifiziert?
- Wurden diese Eckpunkte als sogenannte Meilensteine definiert und terminiert?
- Wurden die Abhängigkeiten der Meilensteine dargestellt?
- Ist die zeitliche Planung plausibel und realistisch?
- Wurde die Realisierungsplanung grafisch aufbereitet?

Risikoanalyse

- Sind die bestehenden Risiken inklusive ihrer Auswirkungen auf die Geschäftsidee dargestellt (Technologie, Wettbewerb, Kunden)?
- Sind künftige Risiken dargestellt?
- Wurden die Wahrscheinlichkeiten der Risiken abgeschätzt und benannt?
- Ist das Verhalten der Unternehmensorganisation bei den verschiedenen Risiken dargestellt?
- Ist ein „Worst-Case“-Szenario dargestellt?

Finanzplanung

- Haben Sie Ihren Kapitalbedarf ermittelt?
- Wurde eine Umsatz- und Rentabilitätsplanung durchgeführt?
- Wurde eine Prognose der Gewinn- und Verlustrechnung dargestellt?
- Wurde eine Liquiditätsplanung durchgeführt?

7. Wie testet man die Wirkung eines Businessplans?

Hier sind Ihre Freunde, Verwandte und Bekannte an der Reihe. Lassen Sie Ihre Businessplan von mehreren Personen lesen und nehmen Sie ihre Anregungen, Lob und Kritik ernst.

➤ **UNTERSTÜTZER-Tipp:**

Lassen Sie Ihren Businessplan von Fachleuten und von Laien lesen. Vor allem die Zusammenfassung Ihres Businessplans sollte auch von Laien verstanden werden.

Für Fragen rund um Ihre Existenzgründung stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Ihr Ansprechpartner:



Markus Gürtler, Dipl.-Kfm.
Tel.: 02131 / 313 67 73
m.guertler@dieunterstuetzer.de

DIE UNTERSTÜTZER
Giemesstraße 1a
41564 Kaarst (bei Düsseldorf)

Weitere Infos zu unseren Leistungen für Gründer finden Sie hier:
www.dieunterstuetzer.de/existenzgruendungsberatung