




Inhaltsverzeichnis

- 1. Funktionen eines Businessplans.....
 - 1. Der Businessplan – ein Unternehmensfahrplan für alle Zwecke
 - 2. Der Businessplan als Planungsinstrument.....
 - 3. Der Businessplan als Kommunikationsinstrument.....
 - 4. Der Businessplan als Kontrollinstrument.....
- 2. Aufbau eines Businessplans.....
 - Markt, Branche und Wettbewerb (5 Seiten).....
 - Team, Prozesse, Organisation, Geschäftssystem (3 Seiten).....
 - Umsetzung/Realisierungsfahrplan (2 Seiten).....
 - Planung/Entwicklung (10 Seiten).....
- 3. Fehler, die Sie vermeiden sollten.....
- 4. Checkliste.....





Sie wollen ein Unternehmen gründen? Lernen Sie wie man die Investoren richtig überzeugt

Haben Sie schon einen Businessplan? Wenn nicht, sollten Sie jetzt schnell handeln und die Zukunft Ihres Unternehmens in einem schlüssigen Plan zusammenstellen. Denn ohne Businessplan geht kaum noch etwas: Banken setzen ihn voraus, wenn sie heute Kredite vergeben. Auch wenn Sie neue Geldquellen – etwa Venture Capital – für sich erschließen wollen, ist der Businessplan von geradezu existenzieller Bedeutung. Aber auch intern ist der Plan hilfreich: als Kontroll- und Kommunikationsinstrument und als Unternehmensfahrplan für Sie und Ihre Mitarbeiter.



Businessplan

1. Der Businessplan – ein Unternehmensfahrplan für alle Zwecke


Einen Businessplan zu erstellen ist im Leben eines Unternehmens keine einmalige, sondern eine permanente Angelegenheit. Er ist auf die jeweilige Lebensphase des Unternehmens abzustellen und soll es positiv begleiten. Ein Businessplan dient Ihnen – je nach Ausgestaltung und Zielsetzung – zur Planung, Kommunikation und Kontrolle der unternehmerischen Tätigkeit.

2. Der Businessplan als Planungsinstrument

Als Unternehmensgründer benötigen Sie einen Businessplan, um erstmals Ihr Geschäftsmodell virtuell aufzubauen und in seinen Auswirkungen darzustellen. Unternehmen, die bereits am Markt sind, nutzen den Businessplan, um beabsichtigte Aktivitäten theoretisch durchzuspielen, bevor sie Kapital und Zeit am Markt verschwenden. In diesem Fall kann ein Businessplan als Diskussionsgrundlage für Strategien und Entscheidungen dienen. Er wird zum Unternehmensfahrplan.

3. Der Businessplan als Kommunikationsinstrument

Sowohl intern als auch extern kann der Businessplan von Ihnen als Kommunikationsinstrument ersten Ranges eingesetzt werden. Intern kann er dazu dienen, Mitarbeiter zu motivieren und die Geschäftsleitung zu überzeugen. Die Hauptbedeutung gewinnt er jedoch gegenüber Unternehmensexternen. Hier ist der Schwerpunkt bei Verhandlungen zum Akquirieren von Fremdkapital zu sehen.




Ohne einen Businessplan oder vergleichbare Unterlagen sind heutzutage Kreditverhandlungen zum Scheitern verurteilt. Gleiches gilt für Verhandlungen mit Venture-Capital-Gebern. Auf Bankenseite sind die Kreditvergabeprozesse standardisiert. Persönliche Beziehungen zählen immer weniger. Was zählt, sind die Offenlegung der Geschäftsprozesse der Kreditnehmer und deren Auswirkungen auf Rentabilität, Liquidität und Kapitaldienstfähigkeit.



4. Der Businessplan als Kontrollinstrument

Ein Businessplan ist für Sie eine gute Basis zur Kontrolle Ihrer Planwerte. Innerhalb fest definierter Zeitintervalle sind die Soll- Vorgaben mit den Ist-Ergebnissen abzugleichen, um sowohl positive als auch negative Abweichungen festzustellen. Werden die festgelegten Zielwerte nicht erreicht, können rechtzeitig Gegenmaßnahmen eingeleitet werden. So besteht nicht nur die Chance, Fehler frühzeitig zu erkennen, zu korrigieren und zu vermeiden, sondern es werden auch wertvolle Erkenntnisse für die künftige Planung gewonnen.



Nicht nur das Unternehmen selbst, sondern auch Fremdkapitalgeber wie Venture-Capital-Gesellschaften oder die Hausbank haben mit dem Businessplan ein Kontrollinstrument zur Hand, das es Ihnen ermöglicht, den Einsatz und die Verwendung der von Ihnen zur Verfügung gestellten Gelder zu überwachen. Mit einem Businessplan kann der Fremdkapitalgeber nicht nur quantitative Kontrollen (beispielsweise Plan-Umsatz kontra Ist-Umsatz), sondern sogar qualitative Kontrollen (zum Beispiel Entwicklung im Marketingbereich) durchführen.

2. Aufbau eines Businessplans

Der gesamte Businessplan sollte nicht mehr als 30 Seitenumfassen.

Zusammenfassung/Executive Summary (2 Seiten)

Unternehmen, Ziele, Visionen (1 Seite)

Produkte und Dienstleistungen (2 Seiten)

- ▶ Produkt- und Dienstleistungsangebote
- ▶ Vergleich zur Konkurrenz
- ▶ Entwicklung von Produkten/Dienstleistungen

Markt, Branche und Wettbewerb (5 Seiten)

- ▶ Wettbewerbssituation
 - ▶ Wettbewerbsvergleich
-


- 
- ▶ Zielkunden
 - ▶ Produktgestaltung
 - ▶ Distribution
 - ▶ Kommunikation
 - ▶ Marketing und Vertrieb (4 Seiten)
 - ▶ Markteintrittsstrategie
 - ▶ Absatzstrategie
 - ▶ Preisstrategie
 - ▶ Verkaufsunterstützende Maßnahmen
 - ▶ Organisation des Vertriebs
 - ▶ Kostensituation im Vertriebsbereich

Team, Prozesse, Organisation, Geschäftssystem (3 Seiten)

- ▶ Gründer
- ▶ Prozesse
- ▶ Organisation

Umsetzung/Realisierungsfahrplan (2 Seiten)

- ▶ Entwicklungsstand
 - ▶ Stand der Unternehmenssituation (Gründung, Lebensphase)
-

-
- 
- ▶ Leistungserstellung
 - ▶ Weiteres Vorgehen
 - ▶ Chancen und Risiken (1 Seite)
 - ▶ Darstellung von Chancen
 - ▶ Darstellung von Risiken
 - ▶ Strategie zur Nutzung von Chancen und Vermeidung von Risiken



Planung/Entwicklung (10 Seiten)

- ▶ Umsatzplanung
 - ▶ Investitionsplanung
 - ▶ Rentabilitätsvorschaurechnung
 - ▶ Finanz- und Liquiditätsplanung
 - ▶ Finanzierungsrisiken
-




3. Fehler, die Sie vermeiden sollten

- ▶ fehlendes Inhaltsverzeichnis
- ▶ fehlende und/oder nicht korrekte Seitennummerierung
- ▶ schlechte und unsaubere Fotokopien
- ▶ unsauberes Schriftbild, unterschiedliche Schrifttypen
- ▶ fehlerhafte Rechtschreibung, schlechter Schreibstil
- ▶ inhaltliche Ungereimtheiten, fehlende klare Argumentation
- ▶ fehlende Angaben über Kontaktmöglichkeiten zu Ansprechpartner (Telefon, Fax, E-Mail, Hinweis auf Internetauftritt)

4. Checkliste

- ▶ Halten Sie fest, wozu Sie Ihren Businessplan benötigen, z.B.: Gewinnung von Klarheit über das Unternehmenskonzept, Kapitalbeschaffung, Rating-Vorbereitung.
- ▶ Benennen Sie die Adressaten, die Sie in erster Linie ansprechen wollen, z.B. Banken, Förderinstitute, Kooperationspartner.



- 
- ▶ Versetzen Sie sich in die Lage der Empfänger und fragen Sie sich, welche Sachverhalte diese vor allen Dingen sehen möchten.
 - ▶ Fragen Sie sich, wer Sie bei der Konzeption und Umsetzung unterstützen kann/soll.
 - ▶ Erstellen Sie eine Übersicht mit Datenquellen, die Sie nutzen möchten.
 - ▶ Legen Sie einen Termin fest, bis zu dem Sie eine erste grobe Version fertig stellen möchten.
 - ▶ Prüfen Sie, ob alle Daten wirklich konsistent sind. Wenn Sie z.B. in mehreren Kapiteln Aussagen zu Umsätzen oder Kosten treffen, sollten diese übereinstimmen.
 - ▶ Planen Sie realistisch und stellen Sie Ihre Lage bzw. Ihre Vorhaben nicht zu positiv oder zu negativ dar. Große Abweichungen nach oben oder unten zeugen von mangelnder Sachkompetenz und Einschätzungsvermögen.
 - ▶ Wenn es in Ihrer Branche regelmäßig zu starken Schwankungen z.B. bei Umsätzen oder Kosten kommt, sollten Sie mehrere Versionen des Finanzteils erstellen: die Basisversion, den „worst case“, den
 - ▶ „best case“.
 - ▶ Stellen Sie sicher, dass Sie alle Zahlen erläutern können, denn nur so können Sie in einer Präsentation Ihre Gesprächspartner überzeugen.
 - ▶ Ihr Businessplan ist nie fertig und muss ständig überprüft, ergänzt und an sich ändernde Gegebenheiten angepasst werden
-