

BUSINESSPLAN

Ihr Businessplan dient dazu, uns die Ziele und Strategien Ihres Unternehmens darzulegen. Er stellt kein statisches Werk dar, sondern sollte im Zeitablauf an neue Gegebenheiten angepasst werden. Insofern kann der Businessplan als Arbeitspapier angesehen werden, das für Sie als Basis Ihrer Entscheidungsfindung und Überprüfung der Unternehmensentwicklung dient.

Hinsichtlich der Darstellung existieren keine Formvorschriften; vielmehr muss für jedes Unternehmen eine individuelle Businessplan-Struktur entwickelt und zusammengestellt werden. Folgende Gliederung kann dabei als Grundmuster herangezogen werden:

- Zusammenfassung / Executive Summary
- Unternehmenskonzept / -idee
- Markt / Wettbewerb / Kunden
- Produkte / Dienstleistungen
- Marketing / Vertrieb
- Management und Organisation
- Chancen und Risiken
- Finanzplanung
- Anhänge

Im Folgenden werden die einzelnen Gliederungspunkte für Sie als Businessplan-Ersteller näher erläutert:

Executive Summary / Zusammenfassung

Die Executive Summary ist keine Einleitung im klassischen Sinne, sondern vielmehr das wichtigste Kapitel Ihres Businessplanes. In dieser vorweg gestellten Zusammenfassung sollten die Kernpunkte und -botschaften der folgenden Kapitel in komprimierter Form präsentiert werden.

Uns soll Ihre Unternehmensstrategie und Ihr Leistungsangebot überzeugen. Nutzen Sie dieses Kapitel um kurz und prägnant auf Ihre Produkte / Ihre Dienstleistungen, den Zielmarkt, das Marktpotential und Ihre Vorgehensweise (Vertriebskonzept) zur Abschöpfung dieses Potentials einzugehen.

Für uns als potenziellen Investor ist dabei von Bedeutung, dass Sie auf Ihre wesentlichen Finanzdaten und finanziellen Anforderungen eingehen. Beziffern Sie Ihren Finanzbedarf.

Unternehmenskonzept

Dieses Kapitel soll einen Überblick über Ihr Unternehmenskonzept geben. Stellen Sie die zur Umsetzung Ihrer Unternehmensstrategie angestrebten Mittel und Wege dar. Skizzieren Sie einen zeitlichen Rahmen und legen Sie Meilensteine fest.

Ihre bisherige Unternehmensentwicklung ist ebenso unter diesem Gliederungspunkt aufzuführen wie die reinen Firmendaten (Firmenname, Firmensitz, Gründungsjahr, Gesellschafterstruktur, Handelsregistereintragung).

Die angegebenen Beispiele sind nur als Anregungen für Sie gedacht und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Markt / Wettbewerb / Kunden

Im Rahmen der Analyse Ihres Zielmarktes untersuchen Sie das Marktpotential für Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung. Hierbei sollten Sie folgende Aspekte berücksichtigen:

- Marktvolumen und Wachstumsaussichten, Markttrends
- Eintrittsbarrieren und Marktbeschränkungen
- Lieferantenseite (Struktur, Wettbewerb)
- Abnehmer- / Kundenseite (Struktur, Notwendigkeit einer Differenzierung von Zielgruppen)
- Konkurrenz (Stärken und Schwächen der Wettbewerber; Marktanteile, Identität und Differenzierung von Produkten und Leistungen)

Produkte / Dienstleistungen

Erläutern Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen. Stellen Sie deutlich heraus, ob Ihre Produkte eine Innovation darstellen oder eine Weiterentwicklung bzw. Verbesserung am Markt bereits vorhandener Produkte sind.

Wodurch unterscheiden sich Ihre Produkte / Ihre Dienstleistungen von der Konkurrenz? Wo liegen die Vor- und Nachteile Ihrer Produkte / Ihrer Dienstleistungen im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern?

Für uns ist wichtig zu erfahren, welchen Nutzen der Kunde aus Ihren Produkten / Ihren Dienstleistungen ziehen kann und ob es Alleinstellungsmerkmale für die Produkte gibt. Diese können z.B. über Patente abgesichert sein, daher ist auch eine Übersicht Ihrer Patente mit Patentnummer, -laufzeit etc. von Relevanz.

Marketing / Vertrieb

Ihre Marketingstrategie sollte die Themen Vertrieb-, Preis- und Kommunikationspolitik (Werbung) umfassend darlegen und auch auf Ihre Ziele hinsichtlich Marktanteil, Marktführerschaft, Ertrag und Bekanntheitsgrad eingehen. Eventuelle Logistikthematiken können Sie ebenfalls an dieser Stelle behandeln.

Management und Organisation

Erläutern Sie die Fähigkeiten und Qualifikationen des Managements. Hierzu gehören Branchenkenntnisse und berufliche Erfahrungen. Stellen Sie neben dem Management auch die Mitarbeiter in wichtigen Unternehmenspositionen vor und beschreiben Sie kurz deren Tätigkeiten und Qualifikationen. Sofern vorhanden fügen Sie Ihr Organigramm bei.

Wie sind die Bereiche Beschaffung, Produktion und Absatz sowie Entwicklung und Verwaltung strukturiert und organisiert. Gibt es Schnittstellen zwischen einzelnen Bereichen, die bei der Umsetzung Ihrer Unternehmensstrategie von Bedeutung sind?

Chancen und Risiken

Im Rahmen Ihres Businessplanes sollten Sie uns nicht nur Ihre Chancen sondern auch erkennbare Risiken aufzeigen. Nehmen Sie in diesem Zusammenhang Stellung zu potentiellen internen Risiken (z.B. aus den Bereichen Finanzen, Produktion, Vertrieb, Management) und externen Risiken (z.B. aus ökonomischen, ökologischen, gesetzlichen und gesellschaftlichen Bereichen). Legen Sie dar, wie sich Ihre Unternehmung in folgenden drei Szenarien entwickelt:

- im günstigsten Fall (best case)
- im wahrscheinlichsten Fall (real case)
- im ungünstigsten Fall (worst case)

Finanzplanung

Die Finanzplanung gehört zu den wichtigsten Teilen des Businessplanes. Sie besteht aus folgenden drei Elementen:

- der Erfolgsplanung (Plan – Gewinn- und Verlustrechnung)
- der Planbilanz
- der Liquiditätsplanung

Eine Planung für die nächsten drei Geschäftsjahre ist erforderlich, eine Detailbetrachtung des ersten Planjahres auf Monatsbasis ist wünschenswert.

Die Planungsprämissen sollten Sie kurz und prägnant zusammenfassen und zur Erhöhung der Übersichtlichkeit gemeinsam mit detaillierten Planungstabellen dem Anhang anfügen.

Anhang

Anhanginformationen könnten z.B. sein:

- Handelsregisterauszug, Gesellschaftervertrag
- Lebensläufe
- Teile der Finanzplanung, z.B. Tabellenkalkulationen, Planungsprämissen
- Nachweise über Patente, Betriebserlaubnis, Lizenzen usw.
- Grafiken, Ablaufdiagramme
- Unternehmensprospekte
- usw.