

Geschäftsplan Business-Plan Unternehmensplan

Thomas Wendland, IHK Aachen

Unternehmenskonzept und -plan

■ Unternehmenskonzept

- Übersicht über die Unternehmensidee, -struktur und -finanzierung
- für die ersten Präsentationsgespräche

■ Unternehmensplan

- alle Details der ersten Jahre werden geplant (auch kritische Punkte)
- eigene Orientierungshilfe

Wozu dient ein Geschäftsplan?

- Kommunikation
- Planung
- Steuerung
- Kontrolle

Warum schreibt man einen Geschäftsplan?

Um eine überzeugende Präsentation für eine sichere Finanzierung einer Unternehmensgründung oder Expansion eines Unternehmens vorlegen zu können.

- um Externe zu überzeugen
- um Geld zu bekommen

Warum schreibt man einen Geschäftsplan?

Der Business-Plan muss die kommerzielle Durchführbarkeit Ihres Vorhabens auf gründliche Art und Weise demonstrieren.

- Überzeugungsargument
- kommerzielle Attraktivität
- Realisierbarkeit
- zeigt Ihre Unternehmer-Persönlichkeit

Warum schreibt man einen Geschäftsplan?

Weitere Funktionen:

- Durchführungs-Handbuch für das Team
- Detail-Analyse der wesentlichen Annahmen
- erstes Controlling-Instrument

➔ Wichtig: Regelmäßige Up-dates sind nötig !!

Wann schreibt man einen Geschäftsplan?

Nur, wenn es wirklich einen Markt für Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung gibt.

- Kann zu jedem beliebigen Zeitpunkt des Projektes geschrieben werden
- ist ein iterativer Prozess

➔ Wichtig: Regelmäßige Up-dates sind nötig !!

Wer liest einen Businessplan?

- Kunden
- Zulieferer
- Vertriebspartner
- Investoren
- Venture Capitalisten
- Business-Angels
- Banken
- Der Gründer
- Projektleiter
- Mitarbeiter / Team
- ...

Bausteine des Unternehmenskonzepts

- Executive Summary
- Unternehmensziele
- Produkt- / Dienstleistungsidee
- Branche / Markt
- Geschäftssystem und Organisation
- Marketingkonzept
- Geschäftssystem und Organisation
- Realisierungsplanung
- Finanz- und Kostenplanung (5 Jahre)
- Anhang

- Internet
- Markt-Analysten
- Experten verschiedenster Art
- Technische Fachkräfte
- Buchhalter / Finanzberater (Steuerberater, Rechnungsprüfer, ...)
- potenzielle Kunden
- Industrie- und Handelskammer / Handwerkskammer
- Fachverbände / Berufsorganisationen

- Unternehmensform
 - Freiberufler (§ 18 Einkommenssteuergesetz) oder Gewerbetreibender
 - Wahl der Rechtsform
 - Einzelunternehmen
 - Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) / Offene Handelsgesellschaft (OHG)
 - Kommanditgesellschaft (KG)
 - Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
 - kleine Aktiengesellschaft
- Visionen
- Ziele
- Anforderungen und Voraussetzungen
- Maßnahmen

- Suche nach Geschäftsidee
 - Marktlücken entdecken, erfolgreiche Geschäftsideen kopieren, neue Ideen in alten Branchen, Innovationen, neue Trends, Nachfolge ...)
- Entwicklung der Idee
 - (z.B. Patente, Marke, Stand der Technik)
- Funktionserläuterung der Idee
- Nutzen für den Kunden
- Marktsegment für die Idee
- Verwirklichung (Personal, Material, Raum, Auflagen)
- weitere Produktentwicklung, -differenzierung (Lebenszyklus, Sortiment)

- Keine Fachbegriffe, aber präzise Angaben
- Fokus auf Wettbewerbsvorteil (USP) = warum kauft der Kunde dein Produkt?
- Technologie-Details in Anhang
- Sicherung des Technologie-Vorsprunges / Schutzrechte

max. ca. 1 - 2 Seiten

- Zielgruppe / Kunde (Ziel- / Referenzkunden)
- Branche (Absatz, Umsatz)
- Lieferanten
- Branchenanalyse
 - Konkurrenzsituation
 - Marktstellung der Wettbewerber
 - Standort der Konkurrenten
 - Vorteile, Barrieren
 - Stand der Technik
- Hilfen:
 - Wirtschafts-, Fach, Verbandszeitschriften
 - Messebesuche, Testkäufe, Kunden-/Lieferantengespräche, Kammern

Der „Ort“, wo es passiert:

- Definition
- Kunden
- Wettbewerber

max. ca. 5 - 7 Seiten

Markt: Definition

- Keine ausschweifende Geschichte
- sei sehr exakt in
 - Geographie (Lokalisation des Marktes)
 - Branche
- Potenzial für Ausdehnung des Marktes und des Unternehmens aufzeigen

- Potenzielle Kunden detailliert aufführen
- Zahlen:
 - aktuelle Kundenprognose
 - prognostiziertes Wachstum
- Quellenangabe für Annahmen

- Unternehmen nicht Technologien aufführen
- Beschreibe die Wettbewerber
- bleibe neutral, objektiv
- Eintrittsbarrieren aufzeigen
- den Konkurrenzkampf mit den „ganz Großen“ vermeiden (zumindest am Anfang)

Marketingkonzept

- Markteintrittsstrategie, Werbung, Kommunikation
- Vertriebskonzept, Absatzsystem, -gebiet
- Produktstrategie:
 - Was biete ich in welchen Varianten an (Kundennutzen, Qualität, Problemlösung, Produktpalette etc.)?
 - Wie soll der Kunde das Produkt wahrnehmen?
- Preisstrategie:
 - Was sollen Produkt, Dienstleistung, Verfahren kosten (Listenpreise, Staffelpreise, Rabatte etc.)?

- Kundenakquisition
- zeige praktische Umsetzung (z.B.)
 - Besuche pro Woche
 - Zahl der Verkäufe pro Zeiteinheit
 - Erfolgsrate
 - ...
- Meilensteine
- Partnerschaften und deren Anforderungen

max. ca. 6 Seiten

- Management und Schlüsselpositionen
- Verantwortlichkeiten
- Persönliche Daten der Gründer
- Fachliche Qualifikation (Ausbildung/Studium)
- berufliche Erfahrung, Branchenkenntnis
- Kaufmännisches Know-how
- Unternehmensorganisation

- Investoren suchen nach erfahrenen Unternehmern / Teams
- Warum kannst du - und nur du - dieses Geschäft machen? (Investoren investieren in Personen - also „verkaufe“ dich selbst!)
- zeige auf, wie du deine Ziele erreichst (hier keine Zahlenspiele)

max. ca. 2 Seiten

- Meilensteine
- Zeitplan
- Erfolgskriterien
- Chancen
- Risiken
- Umsetzungsalternativen / Szenarien

max. ca. 3 Seiten

- Personalplanung
- Kapitalbedarfs- und Finanzierungsplan
 - Anlagevermögen, Umlaufvermögen, Gründungskosten, ...
 - Eigenkapital, Fördermittel, Fremdkapital, Beteiligungskapital
- Umsatz- und Rentabilitätsvorschau
 - voraussichtliche GuV
 - Bestimmung des Gewinns
- Liquiditätsplanung
 - fristgerechte Zahlung von Verbindlichkeiten trotz Ausgaben höher als Einnahmen

Liquidität: Historie und Ausblick

- Fokus auf cash
- monatliche / vierteljährliche Liquiditätsvorschau
- Gesamte Historie plus 3 Jahre in die Zukunft
- Voraussetzungen und Szenarien aufzeigen
- neutralen Zeitstrahl
- Tabellenkalkulation in Anhang

max. ca. 2 Seiten

Entscheidungsrelevante Fakten auf einen Blick:

- Unternehmensziel
- Produkt-, Verfahrens- oder Dienstleistungsidee und ihren Wettbewerbsvorteil
- Größe und Art des angestrebten Marktes
- Management (Ausbildung, Erfahrung, Kenntnisse)
- Zentrale Finanzdaten (Umsatz, Kosten, Gewinn, Cashflow)
- Kapitalbedarf und Angebote für Investoren
- erste Kundenkontakte

Executive Summary

- Wichtigster Teil des Business-Plans
- weniger als 500 Worte (1 - 2 Seiten)
- alle Aspekte müssen vorkommen
- der erste Teil, der gelesen wird (evtl. auch der letzte)
- Achtung: zuletzt schreiben
- kraftvolle und überzeugende Botschaft
- Wichtig: Grammatik, Rechtschreibung, Stil hier besonders wichtig.

- Verträge
- Gutachten
- Marktanalysen
- Technische Datenblätter
- Schutzrechte
- Referenzen

Das erste Produkt eines Unternehmens muss der
Unternehmensplan sein!

Einige Do's and Don'ts (1)

- Vollständig selber schreiben (ggf. im Team)
- praktische Ausrichtung: Fokus auf Umsetzung
- eigene Idee, Vision aufzeigen
- kein Frage - / Antworten-Stil -- eher eine Predigt
- logisch aufgebaute, fließend formulierte Abhandlung - keine Stichworte
- Bilder und Grafiken minimieren
- keine Wiederholungen
- knappe und einfach zu verstehende Sprache
- Achtung: auf korrekte Grammatik und Rechtschreibung achten

Einige Do's and Don'ts (2)

Präsentation:

- Separate Dokumente (Zusammenfassung, Business-Plan, Anhang)
- Maximal 20-25 Seiten (ohne Anhang)
- nur in ausgedruckter Form versenden (nicht elektronisch)

Herausforderung

Schreibe deine Vision auf - in einer Form, die einen Outsider davon überzeugt, dass mit der Investition in deine Firma Geld zu verdienen ist.

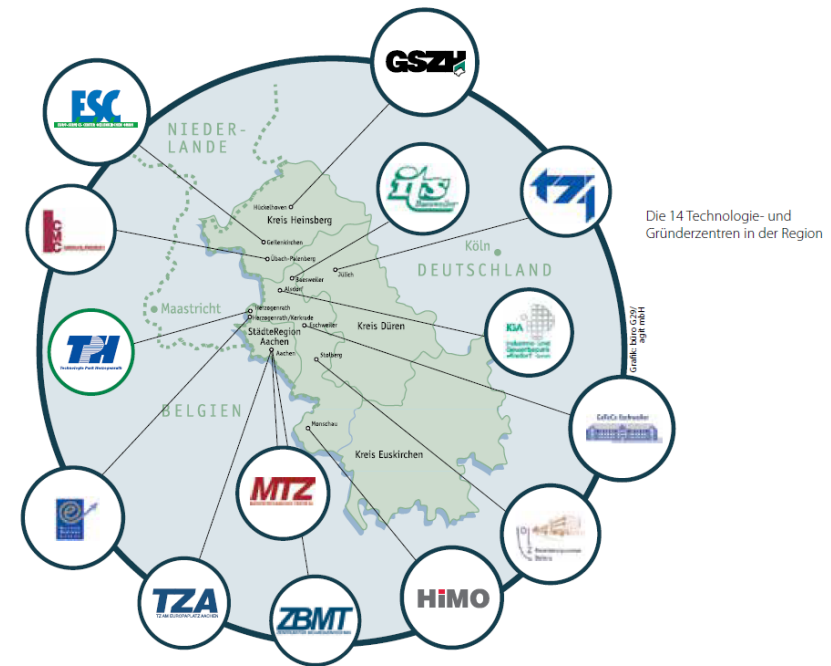
UND

Verkaufe dich selbst

Der Business-Plan ist ein Dokument, mit dem du dich selber, dein Team, deine Firma und dein Produkt „verkaufst“, mit dem Ziel, eine Verabredung mit einem möglichen Investor zu bekommen.

■ Technologie - und Gründerzentren

- 14 in der Region Aachen
 - Servicedienstleistungen
 - Gute Infrastruktur
 - günstige Mieten in der Anfangsphase
 - Hochschulnähe
 - Synergien und Austausch mit anderen Gründern
 - Beratung



Unterstützung bei der Gründung

Industrie- und Handelskammer
Aachen



TRÄUMST DU NOCH ODER GRÜNDEST DU SCHON?

Mit AC² – der Gründungswettbewerb zum eigenen Unternehmen.
0241 4460-350 oder www.ac-quadrat.de

WIRTSCHAFTSUNIVERSITÄT AACHEN
571. BAD MÜNSTERBERG | 571. GRAF-VALENBERG | 571. BÜREN | 521. AACHEN



GründerRegion Aachen

Theaterstr. 6 – 10

52062 Aachen

Telefon 0241 4460-350

Telefax 0241 4460-351

www.ac-quadrat.de

gruenderregion@aachen.ihk.de



**„Unternehmensführung
ist nicht die Beschäftigung mit
Gegenwartsproblemen,
sondern die Gestaltung der
Zukunft.“**

**Daniel Goeudevert,
ehem. Vorstand verschiedener Automobilkonzerne (Renault, Ford, VW)
und Buchautor**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

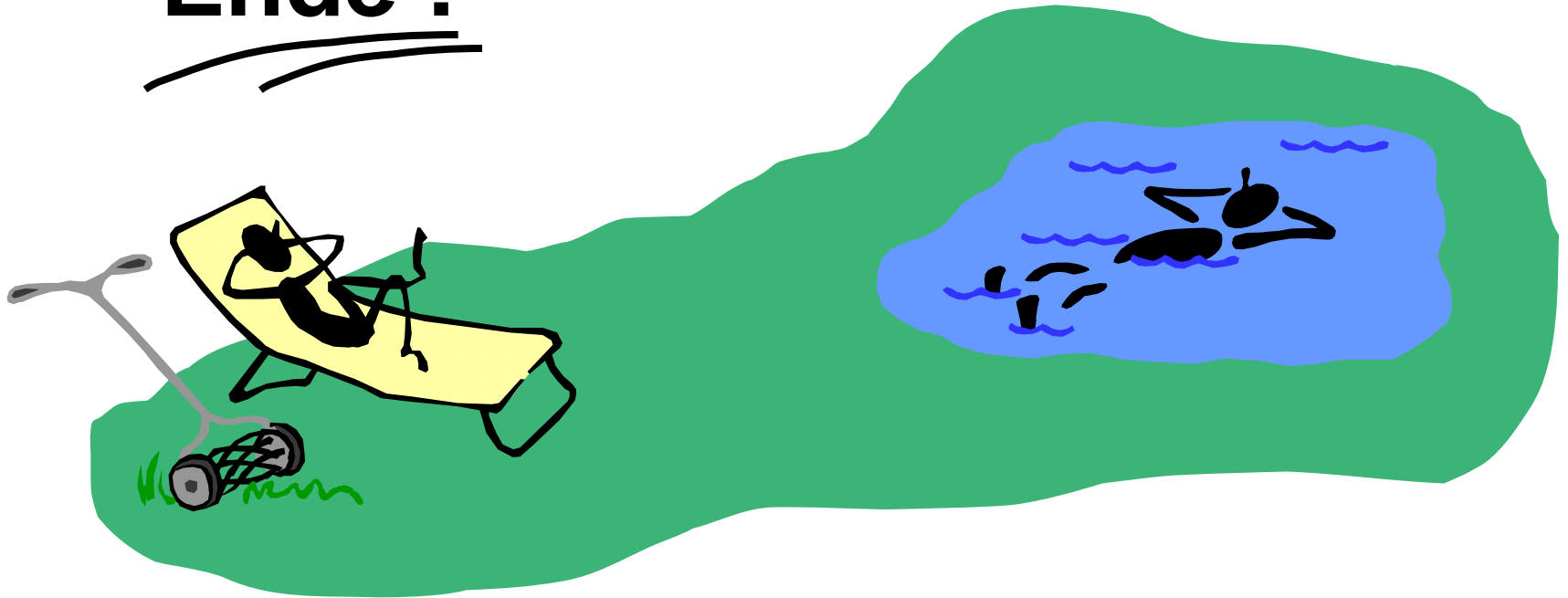
Dipl.-Ing. Thomas Wendland

Industrie- und Handelskammer Aachen

Tel.: 0241 4460-272

e-mail: thomas.wendland@aachen.ihk.de

Ende !



Schönes Wochenende !