

Businessplan

Betriebswirt (VWA) René Oebel
Industrie- und Handelskammer Aachen
Tel.: 0241 4460-227
e-mail: rene.oebel@aachen.ihk.de

Wozu dient ein Businessplan?

- Kommunikation
- Planung
- Steuerung
- Kontrolle

Warum schreibt man einen Businessplan?

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

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

Warum schreibt man einen Businessplan?

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 Businessplan?

Nur, wenn es wirklich einen Markt für das Produkt, die Dienstleistung gibt.

- kann zu jedem beliebigen Zeitpunkt des Projektes geschrieben werden

Wer liest einen Businessplan?

- Investoren
- Venture Capitalisten
- Business-Angels
- Banken
- die Gründer
- ...

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

- IHK / HWK
- Internet (z. B. Markt-Analysen)
- Experten verschiedenster Art
- Unternehmensberater / Steuerberater
- potenzielle Kunden
- Fachverbände / Berufsorganisationen

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.

- 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)

- 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 (ggfs. 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

Markt: Definition

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

Markt: Kunden

- 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
- Voraussetzungen und Szenarien aufzeigen

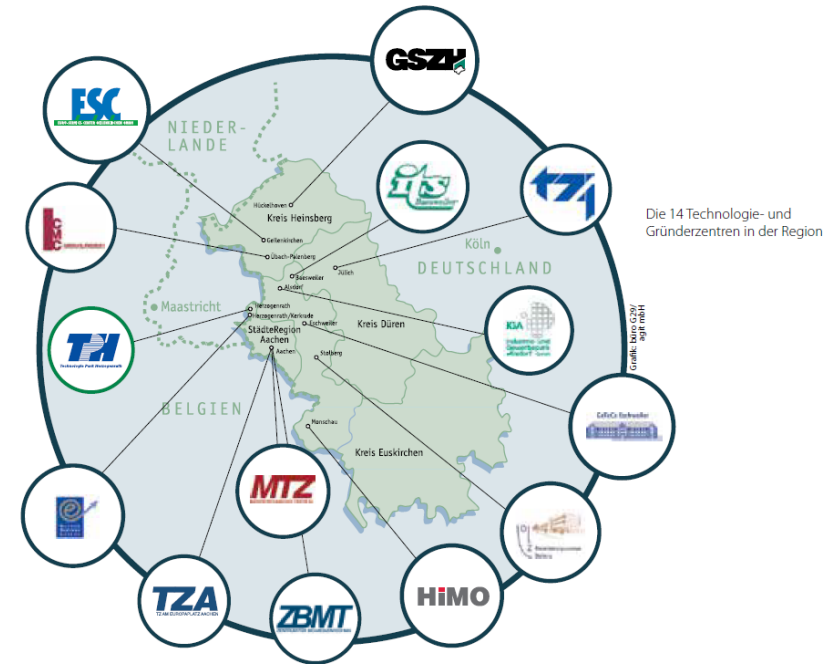
max. ca. 2 Seiten

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

Das erste Produkt eines Unternehmens muss der
Businessplan sein!

■ Technologie - und Gründerzentren

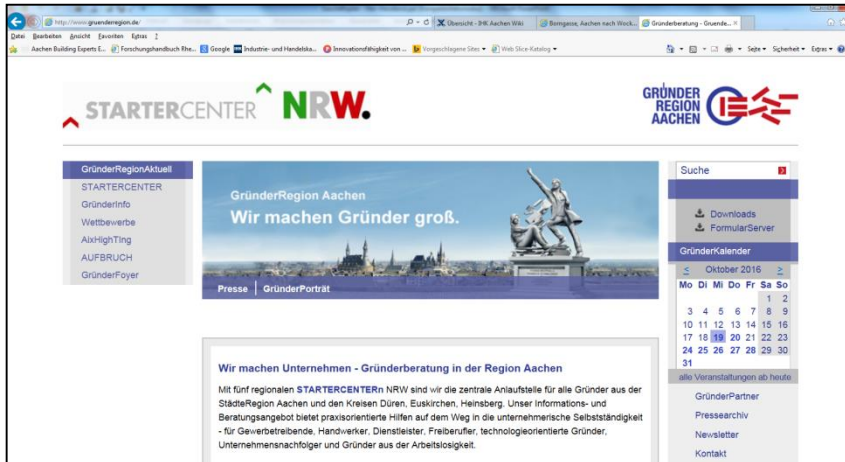
- 14 in der Region Aachen
 - Servicedienstleistungen
 - Gute Infrastruktur
 - günstige Mieten in der Anfangsphase
 - Hochschulnähe
 - Synergien und Austausch mit anderen Gründern
 - Beratung



Unterstützung bei der Gründung



Industrie- und Handelskammer
Aachen



■ gruenderregion@aachen.ihk.de

■ www.gruenderregion.de

AC² – der Gründungswettbewerb

AC²
GRÜNDUNG
WACHSTUM
INNOVATION

- Eigene Geschäftsidee ohne Risiko verproben
- Mentoring durch Profis aus der Wirtschaft
- Zugang zu Expertenwissen
- Gründer- und Innovationsveranstaltungen, Workshops
- Qualifiziertes Gutachter-Feedback
- Handbuch mit wertvollen Tipps
- Geld- und Sachpreise
- Kontakte zu Unternehmern, Beratern und Kapitalgebern

aus IDEEN
werden
UNTER-
NEHMEN

Vielen Dank und viele gute Ideen!

