

Vorgaben zur Erstellung eines Businessplans

1. Planung

Dem tatsächlichen Verfassen des Businessplans sollte eine Phase der Planung vorausgehen. Zur detaillierten Ausarbeitung eines Businessplans werden viele Informationen benötigt, die zunächst zusammengetragen werden müssen. Dazu gehören zum Beispiel die Daten, die für die Marktanalyse benötigt werden oder eine Aufstellung der zu erwartenden Kosten.

Daher ist es sinnvoll, einen großzügigen Zeitplan zum Erstellen des Businessplans festzusetzen. Dieser sollte die einzelnen Schritte bis zur Fertigstellung des Plans enthalten und eingehalten werden.

2. Formales/ Tipps

Der Seitenumfang sollte zwischen 20 und 40 Seiten betragen. Die Gliederung sollte klar strukturiert sein und alle wesentlichen Informationen über die Unternehmung enthalten.

Um eine klare Darstellung zu gewährleisten, sollte auf zu viele technische Details bei der Beschreibung der wirtschaftlichen Chancen, der Marktsituation sowie der zukünftigen Unternehmensaufgaben verzichtet werden.

Ein Businessplan soll durch einen strukturierten Aufbau, ein einheitliches Layout und durch einen gut verständlichen Inhalt überzeugen. Dabei sollte eine sachliche, seriöse und realistische Darstellung gewählt werden.

1. Executive Summary/ Zusammenfassung

Das Executive Summary ist nicht mit einer Einleitung zu verwechseln, sondern stellt vielmehr eine Zusammenfassung des Businessplans dar. Es macht daher Sinn, das Summary im Laufe der Ausarbeitung des Businessplans immer wieder zu überarbeiten, um es an den Businessplan anzupassen oder es sogar erst nach Beendigung des übrigen Businessplans zu verfassen.

Das Executive Summary soll unabhängig vom übrigen Businessplan gelesen und verstanden werden können und einen Einblick in das Unternehmen geben. Die Zielsetzung des Businessplans muss klar dargelegt werden.

Auf nicht mehr als zwei Seiten wird eine kurze Beschreibung zu folgenden Themen gegeben:

- Geschäftsidee
- Leistungsangebot
- Unternehmensstrategie

In diesem Zusammenhang sollen knapp die Produkte und Dienstleistungen erläutert werden, die das Unternehmen anbieten möchte. Dabei soll deutlich werden, mit welchen Mitteln die relevanten Märkte erobert werden und wie groß das Marktpotential für die Unternehmung ist. Weiter sollte eine Darstellung der Wettbewerbsvorteile des Unternehmens und des Kundennutzens sowie der geplanten Kommunikationsmaßnahmen vorhanden sein.

Auch sollte kurz auf das Führungsteam eingegangen werden, auf dessen Kompetenzen und auf die vorhandenen Erfahrungen. Abschließend sollten knapp die wichtigsten Finanzdaten und die finanziellen Anforderungen an das Unternehmen aufgeführt werden.

Es ist darauf zu achten, dass nichts in das Executive Summary Eingang findet, was sich nicht im weiteren Verlauf des Businessplans wieder findet.

2. Unternehmenskonzept/ Geschäftsidee und Strategie

Dieser Abschnitt dient dazu, einen Überblick über das Unternehmenskonzept zu geben. Das Unternehmenskonzept veranschaulicht dabei sowohl die Geschäftsidee als auch die Mittel und Wege, wie diese Idee erfolgreich umgesetzt werden kann. Der zeitliche Ablauf der Umsetzung des Unternehmenskonzepts soll hier dargestellt werden. In diesem Gliederungspunkt sollen auch Angaben bezüglich der Unternehmung ausgeführt werden. Hierzu gehören zum einen Angaben über Firmennamen, Ort des Hauptsitzes und Ähnliches, zum anderen gehört dazu auch die Wahl der Rechtsform der Unternehmung.

3. Zielmarkt

Hier sollte eine detaillierte Analyse des Zielmarktes dargestellt werden. In diesem Punkt ist wichtig realistisch zu planen. Es sollte eine Analyse von Branche und Markt durchgeführt werden, um das Potential, das der Zielmarkt bietet, besser bewerten zu können.

In der Analyse sollte auf jeden Fall auf das Marktvolumen, das vorhandene Marktpotential, die Wachstumsmöglichkeiten des Marktes, Eintrittsbarrieren und Marktbeschränkungen sowie auf die Stellung der Lieferanten auf dem Markt eingegangen werden. Wenn nötig, sollten Gesetze und Bestimmungen erläutert werden, die den Markt beeinflussen.

Des Weiteren sollten auch die Wettbewerber berücksichtigt werden: Hier gilt es, sich vor allem mit den Stärken und Schwächen der Mitbewerber und deren Leistungs- und Produktangebot zu befassen.

Nicht zuletzt sollte auf die potentielle Kundschaft eingegangen werden.

Es ist wichtig, den Markt selbst zu erforschen und auf eine kostspielige Marktstudie zu verzichten oder sie nur ergänzend heranzuziehen.

4. Produkte und Dienstleistungen

In diesem Teil des Businessplans werden die der Unternehmung zugrunde liegenden Leistungen und Produkte erläutert.

Produkte und Dienstleistungen haben nur dann gute Chancen am Markt, wenn sie sich von den Wettbewerbern hinsichtlich Kundennutzen und Wettbewerbsvorteilen differenzieren. Vorhandene Alleinstellungsmerkmale sollen sind hierbei besonders wichtig.

Zunächst ist daher darzulegen, ob es sich um eine technische Innovation oder um eine Verbesserung eines bereits vorhandenen Produktes handelt. In letzterem Fall muss ausgeführt werden, inwiefern sich das Angebot der Unternehmung von den bereits bestehenden Angeboten unterscheidet. Wichtig ist dann zu erläutern, wie man sich von der Konkurrenz abhebt, falls Wettbewerber vorhanden sind. Zudem ist es notwendig darzustellen, welchen Nutzen der Kunde aus dem Produkt oder der Dienstleistung ziehen kann.

Bei der Beschreibung des Produkt- und/ oder Leistungsspektrums sollte eine zu technische Erläuterung vermieden werden. Falls vorhanden, sollten bestehende Patent- oder Schutzrechte angeführt werden.

5. Marketing und Vertriebsplanung

In diesem Kapitel steht im Vordergrund, wie die Leistung/ das Produkt der Unternehmung vermarktet werden soll. Dazu ist zunächst die Beschreibung der Marketingstrategie notwendig. Daneben sollte ein Zeitplan für die erforderlichen Aktivitäten aufgestellt werden. Hierin sollten auch Maßnahmen miteinbezogen werden, die zur Vorbereitung des Markteintritts durchgeführt werden müssen.

Des Weiteren sind hier die Ziele darzustellen, die für das Unternehmen im Bezug auf Marktführerschaft, Marktanteil, Ertrag und Bekanntheit gesetzt werden. Dabei sollte auch auf Erfolgsfaktoren und mögliche Trends eingegangen werden.

Bei der Darstellung des Marketingkonzepts sollten verschiedene Aspekte berücksichtigt werden:

- Vertriebspolitik
- Preispolitik
- Kommunikationspolitik und Werbung

a. Vertriebspolitik

Hierbei gilt es darzustellen, welche Mittel und Wege gewählt werden, um das Produkt/ die Dienstleistung zu verkaufen. An dieser Stelle sollte man auf zukünftige Entwicklungen eingehen. Dabei ist zu berücksichtigen, wie die Vertriebsstrategien an veränderte Produkte und Kundenbedürfnisse, wenn nötig, angepasst werden können.

b. Preispolitik

Hier soll das Zustandekommen der Preise erläutert werden. Dabei gilt es darzulegen, auf welcher Basis die Preise kalkuliert wurden, wobei es gilt, die zugrunde liegende Preisstrategie zu begründen.

c. Kommunikationspolitik und Werbung

Die Kommunikationspolitik trägt wesentlich zum Verkauf eines Produktes bei. Aus diesem Grund sollte dargelegt werden, welche Strategie gewählt wird und mit welchen Mitteln sie umgesetzt werden soll. Dabei ergibt sich die Möglichkeit, auf die Mittel der Werbung einzugehen. In diesem Zusammenhang sollte abgewogen werden, in welchem Kosten-Nutzen-Verhältnis die Werbemaßnahmen stehen.

6. Management, Personal und Organisation

a. Management und Personal

Hier sollen zum einen die vorhandenen Fähigkeiten und Qualifikationen des Managements dargelegt werden. Zum anderen sollen die Mitarbeiter, die wichtige Positionen in der Unternehmung übernehmen, vorgestellt werden.

Dabei sollten jene Aspekte besonders hervorgehoben werden, die für die Umsetzung der Geschäftsidee oder für das Unternehmen von Bedeutung sind. Dazu gehören zum Beispiel Branchenkenntnisse, bisherige Erfolge, soziale Kompetenzen und berufliche Erfahrung.

Hier sollte auf das Thema Personalplanung eingegangen werden. Bei komplexen Strukturen sollte eine anschauliche Grafik (zum Beispiel ein Organigramm mit Funktionsbereichen), den quantitativen und qualitativen Personalbedarf darstellen. Hierbei sollte auch die Personalentwicklung berücksichtigt werden.

Zuletzt sollte in diesem Abschnitt noch das gewählte Entlohnungssystem erläutert werden.

b. Organisation

An dieser Stelle sollte dargestellt werden, wie das Unternehmen organisiert werden soll oder bereits organisiert ist. Dabei ist es sinnvoll, auf die Bereiche Beschaffung und Entwicklung, Produktion und Vertrieb sowie auf die Verwaltung einzugehen. Auch hier sollte ein Organigramm zur grafischen Darstellung beigefügt werden.

7. Chancen und Risiken

Bei den Chancen ist es sinnvoll zu erläutern, welches Potential in der Geschäftsidee steckt und unter welchen Bedingungen dieses Potential ausgeschöpft werden kann.

Bei der Darstellung der Risiken besteht die Möglichkeit, denkbare Szenarien durchzuspielen, also eine Chancen-Risiken-Analyse durchzuführen. Dabei kann man eine Unterteilung in drei verschiedene Szenarien wählen:

- der günstigste Fall
- der wahrscheinlichste Fall
- der schlechteste Fall

Anhand dieser Szenarien können die möglichen Risiken erläutert werden. Gleichzeitig bietet sich die Möglichkeit, entsprechende Maßnahmen und Entscheidungen aufzuzeigen.

Die Chancen als auch die Risiken sollte ausgewogen dargestellt werden, um den Eindruck der Beschönigung zu vermeiden.

8. Finanzplanung

In diesem Abschnitt müssen alle vorher angeführten Analysen und Vorhaben in konkrete Zahlen umgewandelt werden.

a. Bestandteile

Die Finanzplanung besteht aus folgenden **Elementen**:

- der Erfolgsplanung
- der (Plan-) Bilanz
- dem Liquiditätsplan

Die Erfolgsplanung besteht aus der Gewinn- und Verlustrechnung. Die Bilanz gibt einen Überblick über die Vermögenslage der Unternehmung. Dabei wird die Vermögenslage jeweils nach Herkunft und Verwendung der Mittel dargelegt. In der Liquiditätsplanung werden die Ausgaben den jeweils verfügbaren Geldmitteln gegenübergestellt.

Die Finanzplanung sollte für einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren dargelegt werden. Dabei sollte für das erste Jahr monatsgenau Zahlen erstellt werden, während für die weiteren Jahre Jahreszahlen genügen.

b. Abbildung der Finanzplanung

Wichtig ist, dass die angeführten Zahlen nachvollziehbar und natürlich gut recherchiert sind.

9. Anhang

An dieser Stelle sind alle notwendigen Unterlagen beizulegen, wie zum Beispiel Lebensläufe, Gewerbeanmeldung etc. Zudem können hier Tabellen oder Grafiken eingefügt werden, für die in den vorherigen Abschnitten kein Platz war. Allerdings gilt auch hier, dass auf Unnötiges verzichtet werden sollte.

Im Einzelnen sollen sich folgende Unterlagen im Anhang wiederfinden:

- Handelsregisterauszug, Gewerbeanmeldung, Gesellschaftervertrag, Rechtsform
- Lebensläufe, Zeugnisse etc.
- Teile der Finanzplanung, wie Tabellenkalkulationen o.ä.
- Patente, Betriebserlaubnisse, Lizenzen etc.
- Broschüren oder Prospekte
- Schaubilder, Graphiken oder Organigramme