

Merkblatt 13.228 W

Wie schreibe ich einen guten Businessplan?

Ein guter Businessplan muss sich nicht über 20 Seiten erstrecken – auch hier gilt eher der Grundsatz „in der Kürze liegt die Würze“. Es geht also nicht darum, eine möglichst umfangreiche Ausarbeitung zur Beschreibung Ihres Vorhabens zu erstellen, sondern vielmehr in kurzer und übersichtlicher Form die wesentlichen Merkmale Ihres geplanten Gründungsvorhabens darzustellen. Die Inhalte im Businessplan sollen klar, eindeutig und verständlich formuliert sein – häufig kennen die Empfänger Ihres Businessplanes die Branche nicht im Detail (z.B. Ihr persönlicher Betreuer bei der Bank). Vermeiden Sie deshalb die Darstellung komplexer technischer Details oder für den Leihen unverständliche Fachausdrücke. Umfangreiches „Fachchinesisch“ kann sich eher negativ auf Ihre Beurteilung auswirken, da man den Eindruck gewinnt, Sie verzetteln Sie zu stark im Detail und verlieren den Blick für das Wesentliche. Viel wichtiger als das branchenspezifische Fachwissen ist im Businessplan die Herausstellung der persönlichen unternehmerischen Fähigkeiten des Gründers – Wie möchten Sie das Unternehmen führen? Wie gehen Sie das Thema Kundengewinnung an? Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Selbständigkeit? Sind die erforderlichen kaufmännischen Kenntnisse vorhanden? Dies sind nur einige Fragen die Ihr Businessplan dem Leser klar beantworten soll.

Die nachfolgende Gliederung soll Sie beim Aufbau Ihres persönlichen Konzeptes unterstützen. Verwenden Sie diese oder ähnliche Teilüberschriften, um Ihr Konzept strukturiert und übersichtlich aufzubauen. Sie müssen nicht alle Punkte bearbeiten – nur was zu Ihrer Gründung auch passt!

Tipp: Nutzen Sie Grafiken, Fotos, Logos etc., um einzelne Aspekte Ihres Konzeptes anschaulicher darzustellen (z. B. Fotos der geplanten Betriebsstätte, Landkarte des Einzugsgebietes, Statistiken über Kunden- oder Marktpotentiale etc.).

1. Zusammenfassung

Stellen Sie Ihrem fertig erarbeiteten Businessplan eine Zusammenfassung voran. Stellen Sie hier kurz und übersichtlich die Argumente vor, die Ihre Kapitalgeber von Ihrer Geschäftsidee überzeugen sollen.

2. Geschäftsidee/Produktplanung/Dienstleistungsprogramm

Die Geschäftsidee:

Es muss Ihnen gelingen, einem Nicht-Fachmann Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung "schmackhaft" zu machen. Welches ist das "Alleinstellungsmerkmal", also der Zusatznutzen im Verhältnis zu bestehenden Angeboten? Wie können Sie potentielle

Kunden davon überzeugen, bei Ihnen „einzukaufen“ bzw. Ihre Dienstleistung in Anspruch zu nehmen?

Produktplanung:

Vor allem bei aufwendigen Produkten ist es notwendig, die einzelnen Produktionsschritte deutlich zu machen. Was wird zum Beispiel im Unternehmen selbst, was außerhalb bearbeitet?

Dienstleistungsprogramm:

Welche Dienstleistungen (Handwerke) werden konkret von Ihnen angeboten?

Prüfen Sie vorher, ob Sie berechtigt sind das gewünschte Dienstleistungsprogramm auch auszuführen (z. B. Meisterpflicht ja - nein?) – Hierbei ist die Handwerksrolle Ihnen gerne behilflich.

3. Standort/Markt/Konkurrenz

Standort:

Benennen und beschreiben Sie kurz den gewählten Betriebsstandort. Gehen Sie auch darauf ein, ob notwendige Genehmigungen vorliegen und die geplante Tätigkeit am Standort auch ausgeübt werden darf. Wie ist die Infrastruktur? Welches Einzugsgebiet möchten Sie von Ihrem Standort aus bearbeiten?

Konkurrenz:

Konkurrenten können auch branchennahe etablierte Unternehmen sein, die schnell reagieren können. Ermitteln Sie z.B. in den "Gelben Seiten", wer zu Ihren Konkurrenten zählt. Vergessen Sie auch nicht die Internet-Präsentation Ihrer Stadt oder Region. Außerdem gibt es bei den Kammern Experten, die den lokalen oder regionalen Markt kennen.

Marktpotenzial:

Kann in dem anvisierten Marktsegment auch tatsächlich "Geld verdient" werden? Und: Wer sind Ihre Kunden? Recherchieren Sie, wie sich Ihre Branche entwickelt.

Machen Sie eigene Umfragen! Telefonieren Sie mit Unternehmen Ihrer Branche.

Fragen Sie bei Banken und Sparkassen nach aktuellen Branchenuntersuchungen. Stellen Sie dar, wie sich Ihr Unternehmen im Vergleich dazu entwickeln wird.

4. Management/persönliche Qualifikation

Stellen Sie das Team als Ganzes und seine einzelnen Mitglieder vor. Berücksichtigen Sie auch Faktoren wie soziale Kompetenz, Kommunikationsfähigkeit, Durchsetzungsvermögen oder Verhandlungsgeschick.

Motiv für Unternehmensgründung:

Teilen Sie Ihre Gründe mit. Zeigen Sie, dass Sie gewillt und in der Lage sind, Ihr „Schicksal“ in Ihre eigenen Hände zu nehmen.

Die glaubhafte Darstellung der persönlichen unternehmerischen Fähigkeiten ist eines der wichtigsten Entscheidungskriterien für Kapitalgeber. Haben Sie in vergangenen Tätigkeiten Führungsqualitäten entwickelt oder verfügen Sie über Erfahrungen in der Kundengewinnung? . Solche Erfahrungen bzw. Fähigkeiten sollten Sie deutlich darstellen.

5. Mitarbeiter

Denken Sie bei Ihrer Mitarbeiterplanung auch über den Start hinaus. Planen Sie wenigstens ein Jahr voraus.

6. Marketing

Preisstrategie:

Erklären Sie, welche Preisstrategie Sie verfolgen. Achten Sie darauf, dass der Preis wettbewerbsfähig ist, nennen Sie auch die Preise Ihrer Konkurrenten. Begründen Sie dabei auch, wie viel Ihre Leistung/Ihr Produkt mindestens kosten muss. Wie setzt sich Ihr Preis zusammen?

Vertriebsstrategie:

Wenn Sie Ihr Angebot nicht oder nicht nur einfach über den Ladentisch verkaufen, sollten Sie ein schlüssiges Vertriebskonzept erstellen, das zum Produkt passt. Überlegen Sie, inwieweit auch Vertriebsmöglichkeiten, wie z.B. über Groß- und Einzelhändler, Kataloge, Electronic Commerce, Vertriebspartner usw., in Frage kommen.

Werbestrategie:

Erläutern Sie anhand einzelner Schritte, wann Sie welche Werbemaßnahmen einsetzen werden.

7. Rechtsform/Organisation

Rechtsform:

Welche Rechtsform wird für die Gründung des Unternehmens gewählt? Warum wurde diese Rechtsform gewählt?

Lassen Sie sich im Vorfeld beraten (z.B. durch die Betriebsberater der Handwerkskammer, Ihren Steuerberater oder ggf. in Einzelfällen auch durch einen Rechtsberater oder Notar).

Aufbau-Organisation:

Erkundigen Sie sich über die verschiedenen Organisationsformen. Neben der streng gegliederten linearen Organisation gibt es z. B. auch projektbezogene Organisationsformen, bei denen die Verantwortung bei den jeweiligen Projektleitern liegt.

Bei Unternehmen mit mehreren Gesellschaftern bzw. Geschäftsführern (z. B. GbR, OHG etc.) sollten die genauen Verantwortlichkeiten der einzelnen Personen beschrieben sein (z. B. technischer Leiter, kaufmännischer Leiter, Vertrieb etc.).

Bei kleineren Gründungen bzw. Einmannunternehmen fällt dieser Punkt i. d. R. weg.

8. Chancen/Risiken

Viele Banker können mit Risiken leben, wenn sie den Eindruck haben, der Gründer geht verantwortungsbewusst damit um. Machen Sie hier unbedingt worst-case (schlechtester Ausgangspunkt) und best-case (bester Ausgangspunkt) Betrachtungen. Begründen Sie Ihre Annahmen mit recherchierten und belegbaren Zahlen und Fakten.

9. Finanzierung

Eigenkapital:

Geben Sie hier die Höhe des Eigenkapitals an, das Sie in das Unternehmen einbringen werden. Ein angemessenes Eigenkapital (mind. 10 – 20 %) ist heutzutage ein wichtiger Baustein der Unternehmensfinanzierung. Durch neuen Richtlinien (z. B. MAKs und Basel II) und geändertes Kreditvergabeverhalten der Banken, hat das Eigenkapital einen wesentlich höheren Stellenwert bei der Beurteilung Ihres Unternehmens bekommen.

Anteilige Fremdmittel:

Die Finanzierung kann durch mehrere Kapitalgeber erfolgen. Die Laufzeiten von Bankkrediten oder öffentlichen Fördermitteln sollten dabei mit der technischen Nutzungsdauer der jeweiligen Wirtschaftsgüter übereinstimmen (z. B. eine Maschine kann voraussichtlich 10 Jahre eingesetzt werden – die Finanzierung sollte dann auch nicht länger als 10 Jahre gewählt werden ⇒ dann muss bereits die Folgeinvestition getätigt werden).

Kapitalbedarf:

Der Kapitalbedarfsplan zeigt Ihnen, wie viel Eigen- und Fremdkapital Sie für welche Posten brauchen. Berücksichtigen Sie auch eine Reserve für unvorhergesehene Ausgaben und für die Kosten der privaten Lebensführung. Kalkulieren Sie über mindestens sechs Monate. Denken Sie auch an die unterschiedlichen Laufzeiten der Fremdfinanzierungsmittel. Wenn die tilgungsfreie Zeit vorbei ist, kommt u. U. eine erhebliche finanzielle Mehrbelastung auf Sie zu (Rücklagenbildung nicht vergessen).

Umsatzplan:

Die Zahlen müssen - auch wenn es sich um Schätzungen handelt - nachvollziehbar sein. Zeigen Sie, welche Umsätze Sie mit welchem Produkt oder welcher Dienstleistung bei welchen Kunden machen. Zu wie viel Prozent werden die Kapazitäten ausgelastet? Was geschieht, wenn ein geringer Umsatz bis gar kein Umsatz erzielt wird?

Plan-Gewinn- und Verlustrechnung/Umsatz- und Ertragsvorschau für 1-2 volle Geschäftsjahre

Hier stellen Sie die Umsätze aus der Umsatzplanung den betrieblichen Aufwendungen gegenüber.

Liquiditätsvorschau:

Eine fundierte Liquiditätsvorschau zeigt Ihre Zahlungsfähigkeit für einen bestimmten Zeitraum an. Legen Sie Branchendaten zur Zahlungsmoral Ihrer Kunden vor und erklären Sie, wie Sie zum Beispiel lange Zahlungsfristen überbrücken können. Erklären Sie, wie lange es dauern wird, bis wann Sie tatsächlich "schwarze Zahlen" schreiben werden und wie Sie diesen Zeitraum finanziell überbrücken können (z. B. Überbrückungsgeld).

10. Lebenslauf

Zur Vollständigkeit Ihres Businessplans können Sie einen tabellarischen Lebenslauf beifügen.