



Businessplan Textkonzept

Anmerkung: Dieser Leitfaden enthält alle für einen Businessplan möglichen Aspekte und Fragestellungen – nicht alle sind für jede Gründungsidee relevant. Es ist Ihrer Einschätzung überlassen, was Sie besonders ausführlich darstellen und was Sie evtl. weglassen wollen. Fragen Sie, wenn Sie hierfür Unterstützung wünschen, gern Ihren Berater.

Deckblatt

- ✓ Unternehmensbezeichnung und Logo
- ✓ Name, Anschrift, Telefon, E-Mail
- ✓ Ort und Datum
- ✓ Ggf. Hinweis auf Vertraulichkeit

0. Zusammenfassung (Executive Summary)

- ✓ Vermittelt den ersten Eindruck von Ihrem Businessplan,
- ✓ umfasst maximal zwei Seiten mit Kernaussagen zu jedem Kapitel, mindestens aber zur Produkt- und Dienstleistungsbeschreibung, zum Kundennutzen, zum Gründer und/oder Gründerteam, zur Marktanalyse, zum Marketing und Markteintritt sowie zur Finanzplanung/ Finanzierung und Rentabilität,
- ✓ macht neugierig darauf, den gesamten Businessplan zu lesen,
- ✓ vermittelt klar die Motivation des Gründers und die Ertragschancen der Geschäftsidee,
- ✓ enthält nichts, was nicht später ausführlich im Businessplan beschrieben wird,
- ✓ wird am besten erst dann geschrieben, wenn der Businessplan fertig ist und
- ✓ sollte in 5-10min gelesen und verstanden werden können.

Inhaltsverzeichnis

- ✓ Kapitelnummern, Kapitelbezeichnungen, Seitenzahlen



1. Geschäftsidee

- ✓ Benennung/ Beschreibung der Idee „in zehn Worten“ – kurz, knapp, knackig, neugierig machend
- ✓ Marktbedürfnisse/ wahrgenommene Nachfrage
- ✓ Trends/ Tendenzen, ggf. Neuheit des Produktes
- ✓ persönliche Identifikation mit der Idee / Entstehung („Geistesblitz“)
- ✓ Erklärung des Firmen- und/oder Produktnamens

2. Unternehmerprofil

- ✓ Vorstellung und Vision des Unternehmers
- ✓ persönliche, fachliche und kaufmännische Qualifikation, Erfolge, Branchenerfahrung
- ✓ bisherige berufliche Tätigkeit, Interessen und Motivation
- ✓ Branchenkenntnisse und -kontakte, ggf. Referenzen
- ✓ persönliche wirtschaftliche Situation

bei einem Gründerteam zusätzlich:

- ✓ Vorstellung und Vision des Teams
- ✓ Wer bringt welche persönlichen und fachlichen Kompetenzen mit?
- ✓ Wer übernimmt welche Rollen und Aufgaben? Gibt es eine oder mehrere Schlüsselpersonen?
- ✓ Wer steht ab wann in welchem Umfang zur Verfügung?
- ✓ Stärken und Schwächen des Teams
- ✓ Geplantes Einkommen der Gründungsmitglieder, persönliche wirtschaftliche Situation der Gründungsmitglieder
- ✓ Welche Kompetenzen werden von außen ins Unternehmen geholt?

Ausführliche Lebensläufe mit Aufgabenbeschreibungen bitte dem Businessplan als Anhang beifügen.



3. Produkt / Dienstleistung

- ✓ Detaillierte und übersichtliche Produkt-/Dienstleistungsbeschreibung: Was kann Ihr Kunde künftig bei Ihnen kaufen? Beschreiben Sie auch für einen Laien verständlich Ihre Leistung.
- ✓ Kundennutzen: Welchen Vorteil sieht der Kunde für sich? Welches Problem lösen Sie für ihn?
Stellen Sie Interesse und Bedürfnisse Ihrer Kunden dar – sie sind der Schlüssel zum Erfolg.
- ✓ Nennung des USP / Alleinstellungsmerkmals: Wie unterscheidet sich Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung von bereits am Markt vorhandenen Angeboten? Was ist das Besondere an Ihrer Leistung?
- ✓ Preisgestaltung (Preisniveau, Leistungsumfang, Komponenten / Einflussgrößen)
- ✓ Entwicklungsstand Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung: Marktreife/ Prototyp/ Pilotkunden?
- ✓ ggfs. Schutzrecht und Patentanmeldung des Produktes bzw. der Erfindung, Anmeldung eines Gebrauchs- und Geschmacksmusters
- ✓ einzuholende Genehmigungen, Zertifizierungen und Lizenzen (z.B. TÜV, Gesundheitsamt, GEMA)

4. Kunden / Zielgruppe

Wer ist Ihr künftiger Kunde?

Gliederung nach Privatkunden und/oder Firmenkunden oder nach Geschäftsbereichen:

- ✓ **Privatkunden (B2C):** Alter, Geschlecht, Einkommen, Ausbildung, Wohnort, Umfeld, Szenenzugehörigkeit, Interessen, spezifische Bedürfnisse, Lebenssituation
- ✓ **Firmenkunden (B2B):** Branche, Unternehmensgröße, spezielle Situation, Bedürfnisse, Ansprechpartner / Entscheiderebene, Standort
- ✓ Nachfrage / Bedarf / Zahlungsbedingungen
- ✓ Je genauer Sie hier arbeiten, desto besser können Sie eine Marktanalyse durchführen und Ihr Marketing auf Ihre Zielgruppe abstellen.



5. Markt & Konkurrenz

- ✓ Beschreibung des Gesamtmarktes bzw. der Branche (soziodemografische und technologische Entwicklungen, politisch-rechtliche Rahmenbedingungen, Umfeld, Umsatz, Absatz, Historie, Trends, regional/national/international, Marktführer)
- ✓ Markteinschätzung, Marktsegmentierung, Marktpotential – „Mein Markt“: Regional, demografisch, psychografisch, Einkaufs- und Nutzungsverhalten. Was kennzeichnet Ihren Markt?
- ✓ Auf welchen Annahmen basiert Ihre Umsatzplanung?
- ✓ Ergebnisse der eigenen Markterkundung: Gezielte Ansprache der Zielgruppe durch konkrete Fragestellungen, Auswertung der Ergebnisse der Befragung, Fazit
- ✓ Kaufmotive und -gewohnheiten der Zielgruppe in Ihrem Segment
- ✓ Welche Interessengruppen könnten von Ihren unternehmerischen Entscheidungen betroffen sein? Wie sprechen Sie diese an (Unternehmenskultur, Transparenz)?
- ✓ Wer sind Ihre direkten und indirekten Wettbewerber in den relevanten Marktsegmenten? Verkaufszahlen, Umsätze, Preisgestaltung, Wachstum, Standort, Image etc.
- ✓ Unterschiede zum Wettbewerb – positiv und negativ, Positionierung im Markt (ggf. Herausheben der Nische)
- ✓ Gibt es Markteintrittsbarrieren? Falls ja, wie planen Sie, diese zu überwinden?

6. Standort

- ✓ Kriterienkatalog: Lage, Größe, Preis, Verkehrsanbindung, Laufegend etc.
- ✓ Nennung und Begründung, d.h. Bedeutung für den Geschäftserfolg (Erreichbarkeit für die Zielgruppe, Repräsentation)
- ✓ Beschreibung der Ausstattung (z.B. Ladeneinrichtung)
- ✓ Begründung (Faktoren/ Kriterien - Wie soll die Zielgruppe mein Unternehmen sehen?)



7. Organisation

- ✓ Welche organisatorischen Voraussetzungen müssen geklärt sein, damit die Dienstleistung erbracht/ das Produkt geliefert werden kann?
- ✓ Aufbau- und Ablauforganisation, Definition der Prozesse für das operative Geschäft (von der Bestellung eines Kunden über die Logistik bis zur Stellung einer Rechnung)
- ✓ Definition aller anfallenden Aufgaben und Funktionen, Zuordnung zu Personen
- ✓ Unternehmenskultur/-werte: Definition, Charakterisierung und Kommunikation
- ✓ Meilensteinplanung: Definition kurz-, mittel- und langfristiger Ziele für Absatz, Produktion, Beschaffung, Leistungserstellung, Waren-Einkauf, Personal, Investitionen etc.
- ✓ Angebotserstellung und Entwurf eines Formulars für die Rechnung
- ✓ Leistungsumfang (welchen Teil kann ich abdecken, welchen übernehmen Zulieferer/ Partner/ Personal), Status der Zulieferer/ Kooperationspartner (noch zu suchen, in Verhandlungen, schon gebunden,...)
- ✓ Unternehmensversicherungen: Betriebsinhalt, Vermögensschaden-Haftpflicht, Produkthaftpflicht

8. Personalplanung

- ✓ Umfang und Kapazität
- ✓ Anforderungsprofil und Qualifikation: Must-Haves, No-Gos und Nice-to-Haves
- ✓ Personalbeschaffung: Beschreibung des Marktes und der Vorgehensweise der Rekrutierung (Direktsuche, Suche über Personalvermittler, Inanspruchnahme von Fördermitteln etc.)
- ✓ Kalkulation der Personalkosten und der Personalbeschaffungskosten



9. Marketing/ Außenauftritt & Werbung

- ✓ Markteintrittsstrategie/ Erschließung des Potentials Ihres Marktes/
Akquisitionsschritte und -mittel
- ✓ Marketing-Mix: Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik
Produktpolitik: Ein- oder Mehrproduktstrategie, Produktvariationen,
Produktmodifikationen, Produktinnovationen
Preispolitik: Preisspanne, kalkulatorischer Preis, Marktpreis, Bauchpreis,
Mengenrabatte, Paketpreise, Eröffnungsangebote
Kommunikationspolitik: Wie erfährt der Kunde von Ihrem Produkt/Ihrer Leistung?
Werbemittel und -medien, Werbeaktionen, Public Relations (PR), Multiplikatoren
(Empfehlungen, Networking etc.), Social Media, Messen und Ausstellungen etc.
Vertriebspolitik: Über welche Kanäle planen Sie, Ihr Produkt abzusetzen? Direkt
oder indirekt
- ✓ Corporate Identity (CI) & Corporate Design (CD)
- ✓ Marketingplan: Wann planen Sie, welche Marketinginstrumente einzusetzen (kurz-,
mittel- und langfristig)? Welche Kosten fallen hierfür an?

10. Rechtliche Rahmenbedingungen

- ✓ Klärung, ob gewerbliche, freiberufliche oder handwerkliche Tätigkeit
- ✓ Rechts- bzw. Gesellschaftsform des Unternehmens (gewerbliche, handwerkliche
oder freiberufliche Einzelunternehmung, GbR oder GmbH, etc.)
- ✓ Namensschutz
- ✓ Erforderliche Anträge, Genehmigungen, Konzessionen, Lizenzen, Zeugnisse
- ✓ Falls nicht Einzelunternehmung: Aufgabenteilung der Gesellschafter mit
Begründung, Umfang der Verantwortung des/der Geschäftsführer,
Eigentumsverhältnisse, Gesellschaftsvertrag, Kontrollrechte von Investoren



Stefanie Rätker

Business & Career Coach
Organisations- & Gründungsberaterin

11. Erfolgsaussichten

- ✓ Chancen und Risiken dieser Gründung aus Sicht des Gründers
- ✓ „philosophisches“ Schlusswort zur Unternehmensentwicklung (Vision, Mission)

12. Businessplan in Zahlen (siehe anliegende Excel-Tabelle)

- ✓ Kostenplanung für 3 Jahre
- ✓ Kapazitätsplanung
- ✓ Preiskalkulation
- ✓ Umsatzplanung für 3 Jahre
- ✓ Erlös- und Liquiditätsplanung für 3 Jahre
- ✓ Investitionsplanung
- ✓ Kapitalbedarfs- und Finanzierungs-Planung

Stellen Sie die Annahmen und Überlegungen, die der Planung des Zahlenwerks zugrunde liegen, dar.

13. Bei Beantragung eines Darlehens zusätzlich angeben:

- ✓ Wann wird das Fremdkapital benötigt?
- ✓ Wo kommt das Fremdkapital her (Private Kapitalgeber/ Bürgen/ Investoren/ staatliche Förderprogramme/ Venture Capital /Crowdfunding...)?
- ✓ Wofür wird das Kapital eingesetzt (Investitionen, Gründungskosten, Liquiditätsreserve)?
- ✓ Haben Sie bereits Kunden/ Aufträge?
- ✓ Selbstauskunft/ Vermögensaufstellung

Anhang

- ✓ Lebenslauf inkl. Aufgabenbeschreibungen je beruflicher Station
- ✓ ggf. Befähigungsnachweise (Meisterbrief, etc.), aber: keine Arbeitszeugnisse
- ✓ ggf. Gesellschaftsvertrag, Vertrag mit Investoren