



Regel Nummer 1 ist, dass Sie den Businessplan nicht für die Bank schreiben. Sie schreiben ihn für sich selbst. Es ist mühselig, doch spätestens, wenn das Werk fertig ist stellen Sie fest, wie sich das Bild ihres Projektes konkretisiert und gefestigt hat. Sie nehmen konzentriert und umfassend Probleme vorweg und zeigen im Vorfeld schon realistische Wege zur Zielerreichung auf.

Suchen Sie sich einen Sparringspartner, keinen Ja-Sager zum Strategiecheck. Jemanden der was von Wirtschaft und Vertrieb versteht. Auch die GBBW bietet einen ½ Tages Strategiecheck für Gründer und Mittelständler an. Richten Sie Ihre Anfrage an unsere allg. Mail-Anschrift.

Ihr Businessplan sollte nachstehend genannt Inhalte konkret und realistisch beschreiben.

## Inhalt Businessplan

Eine Inhaltsbeschreibung für Ihren vollständigen Businessplan:

### Deckblatt

1. Titel des Businessplans (Name Ihrer Geschäftsidee)
2. Datum
3. Firmennamen mit Adresse, E-Mail-Adresse, Telefon und Telefax
4. Gegenstand des Unternehmens: z. B. Ebay-Handel

### Inhaltsverzeichnis

Erstellen Sie ein tabellarisches Inhaltsverzeichnis, damit der Leser direkt zum gewünschten Kapitel findet.

### Zusammenfassung

3 Minuten Zeit für das „Executive Summary“

### Unternehmensgründer

#### Produkte/Dienstleistungen

Markt

Vertrieb

Marketing

Rechtsform

Finanzbedarf und Finanzierung

Zeitpunkt der Unternehmensgründung

### Lebenslauf

tabellarischer Lebenslauf, Qualifikation und Ihre Berufserfahrung bezüglich Ihres Gründungsvorhabens.

## Rechtsform

1. Einzelunternehmen

2. Personengesellschaften

(z.B. Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR), offene Handelsgesellschaft (oHG), Kommanditgesellschaft (KG))

3. Kapitalgesellschaft

(z.B. Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH), Aktiengesellschaft (AG), Mini GmbH ggf Alternative zur Ltd.)

## Standort

- Anzahl der Kunden im Verkaufsgebiet
- Anzahl der Konkurrenzunternehmen
- Weitere Einflussfaktoren
- etc.

## Leistungsangebot

Welche Dienstleistung oder Produkte bieten Sie an. Was macht Ihr Angebot einzigartig? Warum werden Ihre Kunden bei Ihnen kaufen?.

## Stärken/ Schwächen

Jedes Angebot hat sowohl Stärken als auch Schwächen.

## Zielgruppe

1. Art der Abnehmer
2. Geografische Lokalisierung des Zielmarktes
3. Verkaufsstrukturen innerhalb des Zielmarktes
4. Ebenen der Kaufentscheidungen
5. Art des Kaufvorganges
6. Besonderheiten auf dem Markt

## Marktumfeld

Stellen Sie dar, wie die allgemeine Entwicklung in Ihrem Markt ist.

## Mitbewerberanalyse

Es gibt für die meisten „kleinen Existenzgründer“ Konkurrenten auf dem Markt. Versuchen Sie, soviel wie möglich über Ihre Mitbewerber in Erfahrung zu bringen.

1. Professionelle, bundesweite Anbieter Ihres Produkts/Dienstleistung

2. Regionale Anbieter Ihres Produkts/Dienstleistung

3. Einzelunternehmer mit gleichem Leistungsangebot

- die Anzahl der Wettbewerber
- das Profil der einzelnen Konkurrenzunternehmen
- die Struktur des Leistungsangebots
- die Stärken und Schwächen

## **Umsatzplanung**

Die Erbringung der Leistung bedeutet noch keinen Umsatz. Die Zahlen für die Umsatzplanung entnehmen Sie aus dem Finanzplan. Stellen Sie den Umsatz erst ein bis zwei Monate nach Erbringung der Leistung in Ihre Umsatzplanung ein. Das ist vor allem für Ihre Liquiditätsplanung wichtig, da Ihre Kosten auch in der Zeit bis zum Zahlungseingang weiterlaufen.

## **Personalplanung**

Mitarbeiter können auch auf Stundenbasis als Teilzeitkräfte eingestellt werden. Die Daten des Personalplans übernehmen Sie aus dem Finanzplan.

## **Kostenplanung**

Bei der Kostenplanung sollte vor allem darauf geachtet werden, den Finanzbedarf so gering wie möglich zu halten.

Personalkosten.  
Fahrzeuge  
Marketing.

## **Investitionsplanung**

Die Investitionen einer kleinen Existenzgründung sind normalerweise relativ gering, da zur Erbringung der Leistungen meist keine teuren Produktionsmaschinen benötigt werden.

## **Rentabilitätsplanung**

Die Rentabilitätsplanung ist daher vor allem für die langfristige Vorschau von Bedeutung. Für die Finanzierung durch Banken ist die Rentabilitätsplanung ein wichtiger Indikator.

## **Liquiditätsplanung**

Viele Klein Gründungen scheitern nicht an Auftragsmangel, sondern an fehlender Liquidität,

## **Kapitalbedarfsplanung**

1. Anfangsinvestitionen
2. Anlaufkosten für die ersten Monate
3. Gründungskosten
4. Kosten der privaten Lebensführung

## **Finanzierungsplan**

Stellen Sie hier zusammen, wie Ihre Existenzgründung finanziert werden soll. Oft sieht eine Finanzierung folgendermassen aus:

1. **Eigenkapital**
2. Bankdarlehen (evtl. abgesichert durch öffentliche Förderprogramme)
3. Förderung durch Arbeitsamt

## **Marketing**

Stellen Sie sich Ihren ganz speziellen Marketing-Mix zusammen.

### **Vertrieb**

Hier müssen Sie darstellen, wie Sie Ihre Kunden gewinnen werden, um die angegebenen Umsätze zu erzielen. Vielfach der schwierigste Part Ihres Vorhabens.

### **Rechtliche Voraussetzungen**

Stellen Sie hier kurz da, ob Genehmigungen oder andere rechtliche Voraussetzungen (z.B. Meisterprüfung) notwendig sind.

### **Risikoanalyse**

Wie schätzen Sie das Risiko Ihrer Existenzgründung ein? Begründen Sie Ihre Aussage!

### **Ziele und Visionen**

Ihr kurzfristiges Ziel sollte sein, dass Sie ausreichend Umsätze generieren.

Mittelfristig sollten Sie eine Größe erreichen, die es Ihnen ermöglicht, Personal zu beschäftigen. Auch Sie als Unternehmer werden einmal Urlaub benötigen.

Langfristig müssen Sie sich einen guten Namen machen. Auf diese Weise werden Sie alleine über Empfehlungen immer wieder neue Kunden erhalten.

Ihr langfristiges Ziel wird auch als Unternehmensphilosophie bezeichnet.

### **Zeitplan**

Erstellen Sie einen Zeitplan. Meilensteine auf Ihrem Weg zum erfolgreichen Unternehmer.