

---

## **Leitfaden zur Erstellung eines Businessplanes**

### **Management Summary**

In einer kurzen und sachlichen Beschreibung des Unternehmenskonzeptes stellen Sie eingangs einen ersten Überblick her.

Dabei sollten folgende Punkte Berücksichtigung finden:

- Die Geschäftsidee
- Der Wettbewerbsvorsprung bzw. wesentliche Erfolgsfaktoren
- Die Unternehmensvisionen und –ziele
- Der Kapitalbedarf

### **Unternehmen**

Bei bestehenden Unternehmen ist es wünschenswert, die Entwicklung in einem kurzen zeitlichen Abriss zu beschreiben. Dies betrifft auch die Gesellschafterseite des/der Unternehmen.

Daneben beschreiben Sie bitte die zukünftige Rechtsform und Gesellschaftsstruktur und stellen Sie auch Ihre Vorstellung bzgl. Ihres Geschäftsanteils konkret vor.

### **Produkt, Dienstleistung**

Beschreiben Sie hier Ihr Produkt, vorhandene Produktgruppen und ihre Zusammenhänge innerhalb der Produktpalette. Besondere Produktmerkmale, Details der Konkurrenzprodukte oder ein außergewöhnlicher Kundennutzen unterstreichen die Alleinstellung Ihres Produktes bzw. Ihrer Dienstleistung.

- Stärken-Schwächen-Profile Ihrer Leistungen sollten für einen technischen Laien verständlich formuliert sein.
- Welche Forschungs- und Entwicklungsziele verfolgen Sie, wie wollen Sie diese erreichen?
- Wie steht es mit nationalen und internationalen Patenten, Schutzrechten und Lizenzen?

### **Branche, Markt**

Entsprechend Ihrer Produkte bzw. Leistungen sollten Sie hier die jeweiligen Zielmärkte und Marktvolumina konkretisieren. Wettbewerber und besondere Marktzugangsbedingungen (z. B. gesetzliche Bestimmungen, rechtliche und steuerrechtliche Faktoren) sollten dabei Berücksichtigung finden.

Ebenso müssen zukünftige Entwicklungen des Marktpotentials und –wachstums, des Käuferverhaltens und der Anwendergruppen Eingang in die Betrachtung finden.

Neben den Märkten sind auch gegenwärtige und zukünftige Wettbewerber in eine nähere Betrachtung einzubeziehen.

Große Transparenz vermittelt in der Regel ein tabellarischer Vergleich mit den Leistungen des Wettbewerbs, der die Besonderheiten, die Stärken und Schwächen der jeweiligen Marktakteure berücksichtigt.

## **Marketing, Vertrieb**

Unter diesem Oberpunkt erläutern Sie bitte die vertriebliche Organisation, insbesondere unter Berücksichtigung der folgenden Themen:

- Preisgestaltung, Verkaufspreise, Kalkulationen, Rabatte
- Vertriebskonzept, Vertriebswege, Vertriebsniederlassungen, Vertriebsmitarbeiter, Kooperationen
- Zielgruppen, Multiplikatoren, Kundenbindung
- Absatzziele, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Messeteilnahmen u. ä.

## **Management**

Lebensläufe und sonstige Hintergrundinformationen der Initiatoren und Kernmitarbeiter beinhalten wichtige Aussagen zur Beurteilung Ihres Vorhabens.

- Welche Qualifikationen und Referenzen liegen vor?
- Wie werden die verschiedenen Aufgaben zukünftig organisiert, welche Zuständigkeiten gibt es?
- Bestehen wesentliche Abhängigkeiten von einzelnen Mitarbeitern?
- Wie wollen Sie zukünftiges Mitarbeiterpotential akquirieren?

Gute Unterstützung bietet hier auch der Einsatz von Organigrammen, die Funktionen und Zuordnungen transparent machen.

## **3-Jahres-Planung**

Unterstützung bei der Planerstellung bietet das Softwarepaket vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (<http://www.softwarepaket.de/>)

## **Kapitalbedarf**

Abgeleitet aus der vorhergehenden Detailsplanung (insbesondere aus der Liquiditätsplanung) ergibt sich der Kapitalbedarf, der unterteilt werden sollte nach möglichen bzw. gewünschten Kapitalquellen.