

Businessplan

Anmoderation

Wer sich beruflich selbständig machen will, muss wissen, wie er seine Geschäftsidee in die Tat umsetzen will. Dafür braucht man einen Plan: einen Businessplan oder ein Unternehmenskonzept, wie man auch sagen kann. Dieser Businessplan sollte alle Faktoren berücksichtigen, die für Erfolg oder Misserfolg entscheidend sein können. Er ist sozusagen die Regieanweisung für die Existenzgründerin oder den Existenzgründer, die genau sagt, was wann zu tun ist und das ganze weitere Vorgehen bestimmt.

Unser Podcast zum Thema „Businessplan“ fasst zusammen, was in einen solchen Businessplan hinein gehört und gibt Tipps dazu, wie er geschrieben werden sollte.

Beitrag

„Er sagt es klar und angenehm, was erstens, zweitens, drittens käm“. Schreibt Wilhelm Busch.

Wilhelm Busch hat vermutlich keinen Businessplan geschrieben, dennoch hat er es genau auf den Punkt gebracht. Ein Businessplan muss den Leser vom Erfolg des Vorhabens überzeugen, indem er sowohl die Chancen als auch Risiken klar und deutlich beschreibt. Ein Businessplan muss dabei folgende Themen behandeln:

Eine Zusammenfassung/

Stellen Sie Ihrem fertig erarbeiteten Businessplan eine Zusammenfassung voran. Sie sollte die Geschäftsidee kurz und prägnant beschreiben, wesentliche Erfolgs- und Risikofaktoren aufzeigen sowie Ihre Ziele für die ersten Jahre nennen.

Ihre Rechtsform

Die Wahl Ihrer Rechtsform leitet sich u.a. aus der Zusammensetzung der Führungsmannschaft ab. Wie viele Personen sollen zum Beispiel Einfluss auf die Unternehmensführung nehmen?

Ihr Produkt bzw. Ihre Dienstleistung

Es muss Ihnen gelingen, einem Nicht-Fachmann Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung „schmackhaft“ zu machen. Beantworten Sie klar und einfach die Frage: Was möchten Sie tun? Beschreiben Sie sowohl Ihre kurzfristigen also auch langfristigen Unternehmensziele. Sie werden nicht weit kommen, wenn Ihre Geschäftsidee einfach nur lautet, dass Sie Internetseiten gestalten oder Schuhe verkaufen möchten. Welches ist das „Alleinstellungsmerkmal“? Ihre Geschäftsidee muss das „gewisse Etwas“ haben.

Ihre Kunden

Kann in Ihrem Markt auch tatsächlich „Geld verdient“ werden?

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.

Ihre Konkurrenz

Ermitteln Sie z. B. in den „Gelben Seiten“, wer zu Ihren Konkurrenten zählt. Vergessen Sie dabei nicht die Internet-Präsentation Ihrer Stadt oder Ihrer Region. Außerdem gibt es bei den Kammern Experten, die den lokalen oder regionalen Markt kennen.

Ihr Standort

Begründen Sie die Wahl Ihres Unternehmensstandortes. Machen Sie deutlich, dass Sie für Kunden und Lieferanten gut zu erreichen sind. Nennen Sie alle Kosten und behördlichen Auflagen, die mit diesem Standort verbunden sind.

Ihre Preisstrategie

Was soll Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung kosten? Wie setzt sich Ihr Preis zusammen? Achten Sie darauf, dass der Preis in jedem Fall sowohl Ihre Kosten deckt als auch wettbewerbsfähig ist. Nennen Sie auch die Preise Ihrer Konkurrenten.

Ihr Vertriebsstrategie

Sie sollten ein schlüssiges Vertriebskonzept erstellen, das zum Produkt passt. Überlegen Sie, inwieweit auch Vertriebsmöglichkeiten wie z. B. über Vertriebspartner oder das Internet in Frage kommen.

Ihre Werbestrategie

Erläutern Sie, wann Sie welche Werbemaßnahmen einsetzen werden.

Die Gründerperson bzw. die Gründerpersonen

Erläutern Sie, warum Sie sich mit diesem Vorhaben selbständig machen möchten. Welche Qualifikationen befähigen Sie dazu, ein Unternehmen zu führen? Wer ist wofür im Unternehmen zuständig?

Ihre Mitarbeiter

Wie viele Mitarbeiter wollen Sie einstellen? Erkundigen Sie sich über die verschiedenen Beschäftigungsmöglichkeiten, wie z.B. Teilzeitarbeit oder befristete Arbeitsverträge. Und denken Sie bei Ihrer Mitarbeiterplanung auch über den Start hinaus.

Ihre Chancen und Risiken

Viele Banker können mit Risiken leben, wenn sie den Eindruck haben, der Gründer geht verantwortungsbewusst damit um. Machen Sie hier unbedingt worstcase und bestcase Betrachtungen. Begründen Sie Ihre Annahmen mit recherchierten und belegbaren Zahlen und Fakten.

Ihr Eigenkapital

Geben Sie hier die Höhe des Eigenkapitals an, das Sie in das Unternehmen einbringen werden. Wenn Sie einen Kredit benötigen, erwarten die Banken in der Regel,

dass Sie sich als Gründer auch mit eigenen finanziellen Mitteln beteiligen.

Ihre Kreditvorstellungen

Wie viel Geld wollen Sie leihen?

Ihre Ertragsvorschau

Zeigen Sie, welche Umsätze Sie voraussichtlich machen werden. Kammern und Verbände können Ihnen hier mit Branchenwerten helfen. Erklären Sie, wie lange es dauern wird, bis Sie tatsächlich „schwarze Zahlen“ schreiben werden und wie Sie diesen Zeitraum finanziell überstehen können.

Ihre 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.

Ihr 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.

Ein Tipp zum Schluss: Häufig werden Konzepte zu umfangreich verfasst. Oder unverständlich oder in allgemeinen Floskeln geschrieben. Legen Sie Ihr Konzept daher zunächst Freunden und Bekannten vor. Ihre Geschäftsidee und die geplante Umsetzung muss Laien verständlich sein. Üben Sie bei der Gelegenheit auch, Ihr Konzept überzeugend zu präsentieren. Üben lohnt sich: Kreditberater der Banken und Sparkassen sollen erkennen, dass sie es mit einem Ernst zu nehmenden Gründer zu tun haben.

GründerZeiten 17 „Gründungskonzept/Businessplan“

<http://www.existenzgruender.de/imperia/md/content/pdf/gz17.pdf>