

Checkliste zur Erstellung eines Businessplans

Sicherlich erscheint Ihnen die nachfolgende Aufstellung zu recht sehr detailliert. Da jede Geschäftsidee eigene Anforderungen an den Businessplan stellt, entscheiden Sie über Ausführlichkeit, Detailtreue und Komplexität an den richtigen Stellen.

(1) Zusammenfassung – Executive Summary

Knappe Darstellung des gesamten Businessplans (maximal 1-2 Seiten)

- Geschäftsidee und ihr Nutzen
- Unternehmerteam
- Unternehmensziele
- Wettbewerbsvorteile, Kundennutzen
- Finanzielle/wirtschaftliche Eckdaten
- Wesentliche Chancen/Risiken, SWOT-Ergebnis

(2) Projekt-/Unternehmenshistorie

- Unternehmensphilosophie
- Hintergründe, Unternehmensentwicklung
- Bisherige Produktentwicklungen, Patente, Lizenzen, „Software-dummy“
- Standortbeschreibung
- Bisherige Kapital-/Gesellschafterstruktur
- Rechtsform
- Haftungsverhältnisse
- Bestehende Verträge
- Gliederung nach strategischen Geschäftseinheiten (SGEs)

(3) Management

- Profile der Teammitglieder
- Persönliche Ziele
- Persönliche Netzwerke, Kontakte und Beziehungen
- Beteiligungen an anderen Unternehmungen
- Verstärkungsbedarf des Teams und der Know-how-Träger, offene Stellen

(4) Strategische und operative Unternehmensausrichtung

- Geschäftsidee
- Kundennutzen
- USPs/Alleinstellungsmerkmale
- Geplante Kapital-/Gesellschafterstruktur
- Operative und strategische Ziele (Wachstum, Markstellung, Leitbild)
- Innovationsziele (Produktentwicklung, Zeitraum)
- Kooperationen, Allianzen
- Meilensteine der Unternehmensentwicklung

(5) Produkte, Dienstleistungen, Technologien

- Technische Beschreibung
- Produktionsverfahren, Anwendungen
- Bisheriger Entwicklungsstand/-aufwand
- Zukünftige Entwicklungsschritte/-aufwendungen
- Detaillierter Zeit-/Ablaufplan
- Notwendige Patente, Lizenzen
- Technischer Vergleich mit Konkurrenzprodukten
- Technischer Vorsprung, technische Alleinstellungsmerkmale
- Entwicklungsrisiken
- Genehmigungs-/Zulassungsfragen



(6) Markt, Wettbewerb

- Zielgruppen (Kaufkraft), Marktsegmentierung
- Markteintrittsbarrieren, Besonderheiten
- Struktur/Größe/Wachstumsraten der relevanten Marktsegmente
- Bedeutung des Unternehmensstandortes (Einzugsbereich)
- Aktuelle Entwicklung und Perspektiven, Chancen des Marktes (Markttrends, Aufbau neuer Märkte, gesamtwirtschaftliche Entwicklung)
- Risiken des Marktes (Konjunkturanfälligkeit, saisonale Abhängigkeiten, Modeabhängigkeit)
- Relevante Wettbewerber (Anzahl, Größe, Finanzkraft, Marktanteile, Stärken, Schwächen), evtl. weitere Neueinsteiger
- Gründe für Erfolg der Konkurrenten
- Direkter Vergleich mit Wettbewerbern (Preise, Leistungen, Qualität, Image)
- Abschätzung des Marktpotentials der eigenen Produkte unter Berücksichtigung des Konkurrenzvergleiches und der Marktentwicklung

(7) Marketing, Vertrieb

- Produkte, Sortimente, Leistungen
- Preise, Konditionen
- Zielkundengruppen (Referenzen, Abhängigkeiten)
- Strategien und Gesamtplanung der Schritte zur Markteinführung und Erschließung der Zielkundengruppen, PR
- Werbemaßnahmen, Markenbildung, Design („Branding“)
- Vertriebs-/Marketingorganisation
- Eingliederung in die Unternehmensorganisation
- Vertriebs-/Absatzkanäle
- Absatzlogistik
- Eventuelle Vertriebs-/Verkaufspartner
- Absatz-/Umsatzplanung in Zahlen

(8) Produktions-/Unternehmensorganisation

- Produktions-/Verfahrensbeschreibung
- Standortfaktoren
- Technische Ausrüstung, Investitionen, Betriebsmittel

- Bewertung des Produktionsrisikos, Engpassanalyse (worst-case)
- Unternehmenshierarchie, Ablauforganisation, interne Logistik
- Lieferanten, Ansätze für Bezugskonditionen, u.U. Vertragsentwürfe
- Personalbedarf/-kosten
- Sonstige Aufwendungen für den Betrieb des Unternehmens

(9) Finanzplanung

- Bisherige Finanzdaten
- Planungsprämissen
- Investitionsplanung (Investitionen, Sachanlagevermögen, Gründungskosten)
- Planbilanzen (3 Jahre)
- Fördermittel, Zuschüsse
- Finanzierungsplan (Kredite, Zinsen, Eigenmittel)
- Ertragsvorschau (3 Jahre) resultierend aus:
 - Umsatzplanung
 - Kostenplanung (Personal, Material, sonstige Aufwendungen)
- Liquiditätsplanung (3 Jahre)
- Rentabilität (interne Verzinsung, DCF)

(10) SWOT-Analyse

- Stärken/Schwächen Ihres Konzepts
- Chancen/Risiken der Geschäftsentwicklung im Hinblick auf Potential von Markt und Produkt
- Zusammenfassende Bewertung

(11) Anlagen

- Lebensläufe
- Handelsregisterauszug, Gesellschaftsverträge (evtl. im Entwurf)
- Patente, Lizenzen
- Sonstige Verträge und Vertragsentwürfe
- Jahresabschlüsse (soweit vorhanden)
- Aktuelle Betriebswirtschaftliche Auswertung (BWA)
- Externe/eigene Studien, Beratungsberichte
- Detaillierter Investitionsplan mit zugrundeliegenden Angeboten
- Händler-/Kundenbefragungen, Abnahmeerklärungen
- Hintergrundmaterial zu Preisansätzen (Angebote, Preislisten)
- Prospekte, Sonstiges

