



# Businessplan

Der Businessplan ist der Plan Eurer Produktidee. Was alles hineingehört, erfahrt ihr auf den folgenden Seiten.

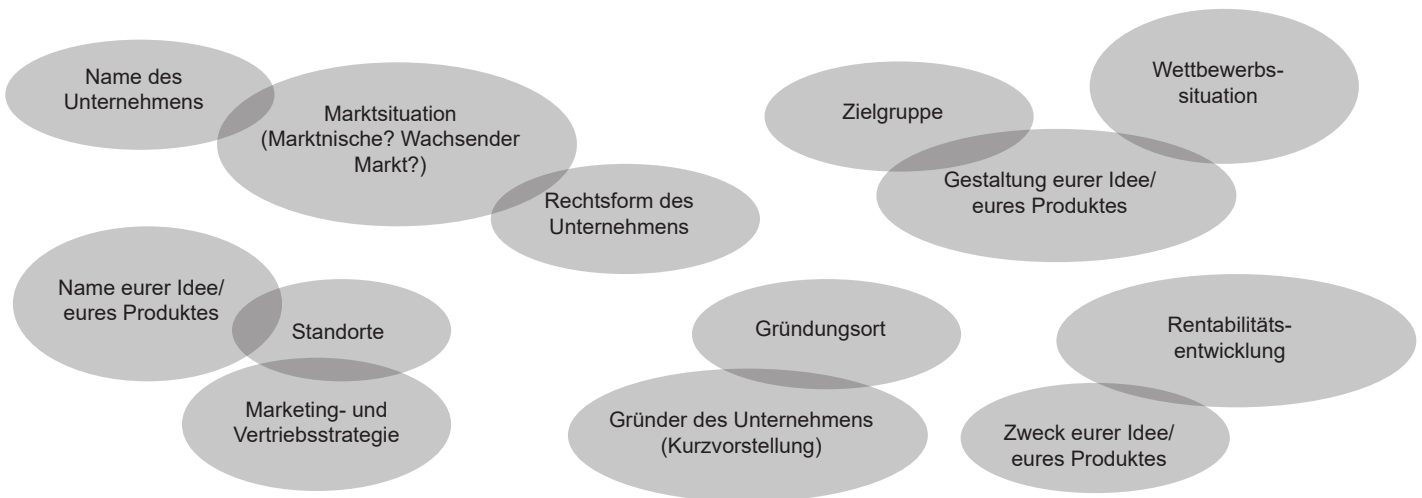
## INHALTSVERZEICHNIS

1. Projektvorstellung
2. Produkt & Dienstleistung
3. Markt & Wettbewerb
  - 3.1 Zielgruppenanalyse
  - 3.2 Marktanalyse
  - 3.3 Wettbewerbs- & Konkurrenzanalyse
4. Marketing & Vertrieb
5. Unternehmensorganisation
  - 5.1 Personalplanung
  - 5.2 Aufbauorganisation (Hierarchiedarstellung)
  - 5.3 Ablauforganisation (Prozessdarstellung)
  - 5.4 Standort
  - 5.4 Rechtsform
6. Chancen & Risiken
7. Finanzen
  - 7.1 Investitions- & Kapitalbedarf
  - 7.2 Finanzierung
8. Anhang

# 1. Projektvorstellung

Die **Zusammenfassung eurer Konzeptidee** steht ganz am Anfang und dient dazu, dem Adressaten einen kurzen Überblick über die wichtigsten Inhalte eures Vorhabens zu geben.

Folgende Punkte solltet ihr dabei ansprechen und ggf. auch kurz begründen:



Besonders wichtig ist, dass Ihr den **Nutzen eurer Idee in den Vordergrund** stellt: Was hat der Kunde davon, gerade euer Produkt zu kaufen? Was macht es so besonders und vielleicht sogar einzigartig? Bedenkt aber bitte: dieser Abschnitt soll dem Leser nur einen **Überblick verschaffen**. Es ist daher nicht notwendig jeden Punkt ausführlich abzuarbeiten.

Stellt euch einfach vor, ihr habt wenig Zeit und wollt alles Wichtige in ein paar Minuten in Erfahrung bringen – genau dafür ist die Projektvorstellung gedacht.



**Diesen Abschnitt im Businessplan nehmt ihr euch am besten als Letztes vor, nachdem ihr alle anderen Kapitel abgearbeitet habt. Erst dann habt ihr nämlich eine ganz genaue Vorstellung von eurer Lösungsidee, wie ihr diese vermarkten wollt und wie euer Unternehmen ausgestaltet ist.**

## 2. Produkt & Dienstleistung

Hier dreht sich alles um die **genaue Ausgestaltung eurer Lösungsidee** und welche besonderen Merkmale sie besitzt. Darüber hinaus soll an dieser Stelle auch der Nutzen für die potenziellen Kunden hervorgehoben und ausführlich beschrieben werden. Dafür solltet ihr euch natürlich schon im Klaren sein, wer eure Zielgruppe ist und was diese möchte.

Ihr könnt an dieser Stelle auch gern schon Abbildungen zur Veranschaulichung einfügen, z. B. Skizzen oder Bilder vom Produkt.

**Folgende Punkte solltet ihr hier nicht vergessen zu beschreiben:**

- // Wie heißt euer entwickeltes Produkt/Dienstleistung/Idee?
- // Was sind die wichtigsten Merkmale? Was ist das Besondere?
- // Welche Bedürfnisse bzw. Probleme löst ihr mit der Geschäftsidee?
- // Gibt es schon eine Planung für eine mögliche Weiterentwicklung?
- // Hat eure Idee bereits existierende Konkurrenz am Markt? Falls ja, was zeichnet eure Idee im Gegensatz zu anderen aus?
- // Wie könnt ihr eure Idee schützen (z. B. vor Nachahmung)?



**Auch bei diesem Abschnitt macht es Sinn, ihn relativ am Ende abzuarbeiten. Im fertigen Businessplansollte er dann aber dennoch an dieser Stelle (2. Kapitel) erscheinen.**

# 3. Markt & Wettbewerb

Um heute längerfristig auf einem Markt zu bestehen, ist es wichtig, eine Marktnische zu finden und sich dort zu positionieren. Eine Marktnische bezeichnet einen Teil des Gesamtmarktes, dessen Bedürfnisse aktuell noch nicht oder nur unzureichend befriedigt werden. Eure Idee kann nur dann erfolgreich sein, wenn sie sich auf dem Markt durchsetzen und behaupten kann und Nachfrager findet. Um eine **Übersicht über den Markt** zu bekommen, muss die Zielgruppe bestimmt werden, der Markt analysiert werden und eine Wettbewerbs- bzw. Konkurrenzanalyse durchgeführt werden.

Nur wenn ihr ein genaues Bild von eurem Markt habt, könnt ihr danach die passende Marketing- und Vertriebsstrategie planen.

## 3.1 ZIELGRUPPENANALYSE

Mithilfe der Zielgruppenanalyse lernt ihr eure Zielgruppe, die ihr ansprechen wollt, kennen. Ihr sammelt Informationen und Erkenntnisse über das **Kaufverhalten eurer Zielgruppe**.

**Die Zielgruppenanalyse habt ihr sicherlich schon in der Modellphase „Verstehen“ gemacht. Ansonsten könnt ihr die Zielgruppenanalyse an dieser Stelle ausführlich mit dem Werkzeug „Zielgruppenanalyse“ durchführen, das ihr im Werkzeugkasten auf der Website findet.**

## 3.1 MARKTANALYSE

Nun geht es daran, den für euch relevanten Markt zu analysieren. Mittels Statistiken könnt ihr den Gesamtmarkt und den für euch relevanten Markt eingrenzen. Aufgrund dieser Abschätzung können später auch Umsatzprognosen für die kommenden Monate und Jahre getroffen werden. Bitte verwendet lediglich aktuelle Zahlen d.h. aus den letzten zwei Jahren.

### // Marktgröße

Um den für euch **relevanten Markt** zu bestimmen, müsst ihr zunächst den Gesamtmarkt betrachten. Wollt ihr euer Produkt beispielsweise im Zielmarkt Düsseldorf vermarkten, dann wird dieser Zielmarkt jedoch noch von anderen Rahmenbedingungen eingeschränkt. Beispielsweise umfasst eure Zielgruppe nur die 18-39-jährigen Einwohner. Diese Einschränkungen müsst ihr berücksichtigen, um vom Gesamtmarkt zu eurem relevanten Markt zu kommen.

Zudem ist es wichtig zu wissen, wie hoch der **momentane Konsum** ist - Volumen, Preis und Umsatz sind die drei wichtigsten Faktoren, die ihr hier zusätzlich mit aufzuführen solltet.

# 3. Markt & Wettbewerb

## // Marktwachstum

Es ist in der Regel einfach, sich in einem wachsenden Markt selbstständig zu machen. Aber wie ist das **zukünftige Wachstum** eures Marktes? Das ist eine schwierige Frage, deren Beantwortung manchmal nicht leicht ist.

Schaut euch an, wie der Markt sich in den letzten Jahren entwickelt hat. Wie haben sich ähnliche Märkte in der Vergangenheit entwickelt? Gibt es vielleicht sogar schon Prognosen und Trendforschungen für euren Markt?

## // Marktpotenzial

Nachdem ihr den für euch relevanten Markt bestimmt habt, könnt ihr nun auch das Marktpotenzial abschätzen. Das Marktpotenzial beschreibt die **Gesamtheit möglicher Absatzmengen** auf eurem relevanten Markt. Es stellt damit die Aufnahmefähigkeit eures Marktes dar. Das heißt, wie viele Produkte ihr bestmöglich verkaufen werdet, wenn eure Zielgruppe über die notwendigen finanziellen Mittel verfügen würde und der Bedarf nach eurem Produkt vorhanden wäre.

## 3.1 WETTBEWERBS- BZW. KONKURRENZANALYSE

Den Markt habt ihr nun abgesteckt und Prognosen für eure Absatzzahlen getroffen. Jetzt betrachtet ihr euren Wettbewerb: gibt es vielleicht schon Anbieter, die ein vergleichbares Produkt oder eine vergleichbare Dienstleistung in eurem Markt anbieten?

An dieser Stelle müsst Ihr auch die **Marktaktivitäten der Konkurrenz** betrachten: Wie gehen diese vor, im Vergleich zu euren Aktivitäten? Ihr dürft die Konkurrenz niemals aus den Augen verlieren, denn es ist immer damit zu rechnen, dass ein anderer Anbieter auftaucht, der euer Produkt günstiger oder besser anbietet.

# 4. Marketing & Vertrieb

Beim Marketing geht es darum, euer Produkt bzw. eure Dienstleistung zu vermarkten: und zwar natürlich am besten so, dass eure Zielgruppe das Angebot als interessant und kaufenswert wahrnimmt. Mit Hilfe des Marketings sorgt ihr dafür, dass eure Kunden euer Produkt kaufen und am besten auch weiterempfehlen.

Der Begriff Marketing bezeichnet im Allgemeinen alle Aktivitäten eines Unternehmens (z. B. Werbung, Marktanalyse und gezielte Produktentwicklung), die eine Absatzerhöhung zum Ziel haben. Oft wird das Marketing mit Werbung gleichgesetzt, doch der Begriff umfasst viel mehr: Denn dazu gehören auch die **Preis-, Produkt-, Distributions und Kommunikationspolitik** (auch Marketing-Mix genannt).

## // Der Marketing Mix

Mit den vier Marketinginstrumenten des Marketing-Mix könnt ihr als Unternehmen planen, wie ihr eure Idee optimal vermarkten wollt. Alle oben genannten vier Bereiche müssen dafür aufeinander abgestimmt und konkrete Maßnahmen entwickelt werden. Die Reihenfolge, in der ihr die Bereiche bearbeitet, kann abhängig von eurer Idee sein.

**Schaut euch im Werkzeugkasten den „Marketing Mix“ an. Dort findet ihr ausführliche Informationen und hilfreiche Tipps zu den einzelnen Bereichen.**



# 5. Unternehmensorganisation

Für euch als Unternehmer steht Teamgeist an erster Stelle. Ihr solltet gut zusammenarbeiten und euch untereinander in euren Fähigkeiten und Stärken ergänzen. Dabei sind für euch Eigenschaften, wie beispielsweise Eigeninitiative, Verantwortungsbewusstsein, Engagement und Zielorientierung von enormer Bedeutung.

An dieser Stelle eures Businessplans stellt ihr dem Leser euer Unternehmen und euch als Team vor. Überzeugt den Leser von euch als Unternehmen, indem ihr eure Talente und Fähigkeiten vorstellt. Dabei teilt Ihr die Aufgaben innerhalb eures Unternehmens entsprechend euren Stärken und Kenntnissen ein. Ihr stellt also die Organisation eurer Firma vor, die grundsätzlich immer aus einer **Aufbau- und Ablauforganisation** besteht. Am anschaulichsten könnt ihr das mithilfe eines Organigramms machen.

Darüber hinaus beinhaltet eure Unternehmensorganisation eure **Standort- und Rechtsformwahl**.

## 5.1 PERSONALPLANUNG

Ohne eine sinnvolle und gut durchdachte Personalplanung kann euer Unternehmen keinen Erfolg haben. Falsche Entscheidungen können euch unter Umständen viel Zeit und Geld kosten.

// Wie viele Teammitglieder seid ihr?

// Welche Fähigkeiten und Kenntnisse habt ihr jeweils?

Ihr könnt die Antworten auf diese Fragen beispielsweise übersichtlich in einer kurzen Tabelle darstellen:

Nr.	NAME	QUALIFIKATION

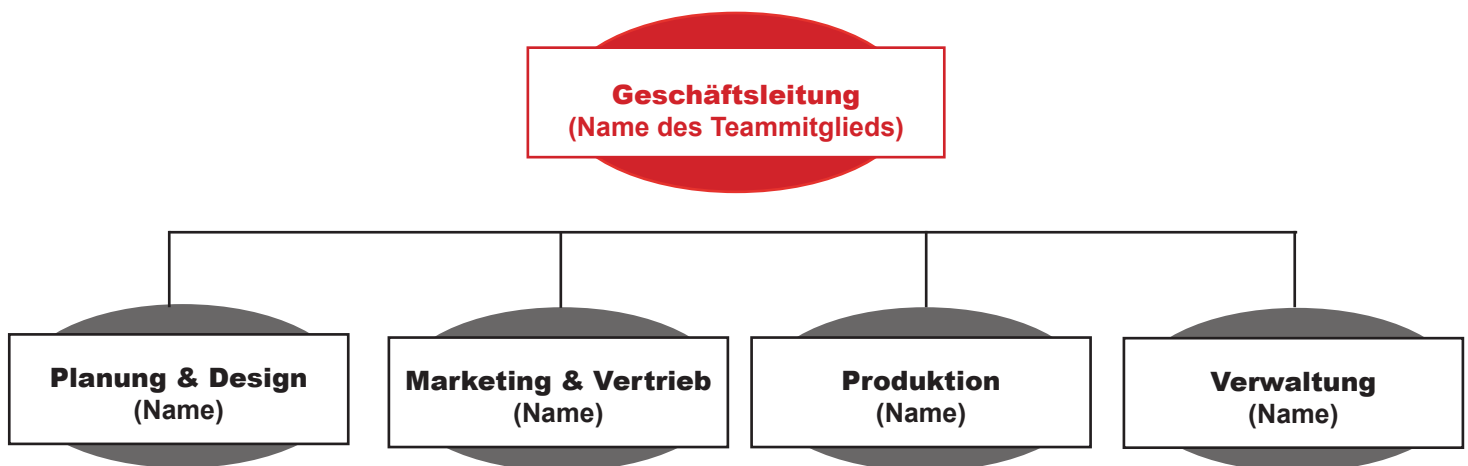
# 5. Unternehmensorganisation

## 5.2 AUFBAUORGANISATION (HIERARCHIEDARSTELLUNG)

Hier wird festgelegt, welche Aufgaben und Bereiche ihr berücksichtigen müsst und wer welche Verantwortung übernimmt.

- // Welche Unternehmensbereiche (z. B. Marketing, Vertrieb, Verwaltung) werden benötigt?
- // Wer im Team übernimmt welche Aufgaben und warum?

Macht euch ruhig eine Skizze eures geplanten Organigramms. Dieses kann beispielsweise so aussehen:



Hierfür könnt ihr eure Tabelle aus 5.1 gern um eine weitere Spalte ergänzen. Bestenfalls begründen natürlich die jeweiligen Qualifikationen der Gruppenmitglieder ihre zugeordneten Funktion(en) im Unternehmen.

Nr.	NAME	QUALIFIKATION





# 5. Unternehmensorganisation

## 5.3 ABLAUFORGANISATION (PROZESSDARSTELLUNG)

An dieser Stelle legt Ihr die **Abläufe innerhalb eurer Firma** fest.

- // Wie produziert ihr euer Produkt? Welche Abläufe sind dabei notwendig und wie lange dauern sie?
- // Benötigt ihr dafür Material? Falls ja, wie könnt ihr die notwendigen Materialien beschaffen?
- // Welche Räumlichkeiten und Sachmittel braucht ihr für eure Geschäftsidee?

Ihr könnt einzelne Abläufe auch als Diagramm darstellen (z. B. Flussdiagramm). So könnt ihr euch nicht nur einen Überblick verschaffen, welche Schritte ihr noch nicht bedacht habt, sondern auch einzelne Abläufe weiter optimieren.

## 5.4 STANDORT

Die **Wahl eures Standortes**, ob nun ein Büro im Zentrum, ein Ladenlokal in einer Shoppingmall oder eine Halle im Gewerbegebiet. Dieser hat immer Auswirkungen auf euer Unternehmen, z. B. durch Mietpreise, Verkehrslage oder Image der Umgebung. Daher macht euch Gedanken dazu, welchen Standort ihr für euer Unternehmen wählt. Begründet eure Auswahl an dieser Stelle im Businessplan.

- // Wo soll euer Firmensitz sein und warum?
- // Welche Bedingungen muss der Standort erfüllen?
- // Gibt es genügend Kunden im Einzugsgebiet des Standortes? (Falls es eine Rolle spielt)
- // Welche Kosten fallen an?
- // Wie ist die Verkehrsanbindung?

## 5.5 RECHTSFORM

Die Wahl eurer Rechtsform wirkt sich u. a. auf eure Haftung und Rechte innerhalb der Firma aus. Nicht jede Rechtsform eignet sich für jede Produkt- oder Dienstleistungsidee. Schaut euch daher die Vor- und Nachteile der verschiedenen Rechtsformen an und überlegt gut, welche am besten zu eurer Idee passt.

Wählt für euch eine passende Rechtsform aus und begründet eure Wahl.

**Im Werkzeug „Rechtsformen“ findet ihr eine Übersicht über die verschiedenen Rechtsformen und einige Hinweise, worauf ihr achten solltet.**

# 6. Chancen & Risiken

Jede Idee birgt nicht nur Chancen, sondern auch Risiken – so auch eure Geschäftsidee. Wichtig ist, diese Risiken frühzeitig zu erkennen und zu kalkulieren und die Chancen richtig zu nutzen. Chancen und Risiken können sowohl innerhalb eurer Firma (z. B. innerhalb eures Teams) als auch von außen (z. B. durch Kunden- oder Konkurrenzverhalten) entstehen.

Versucht in eurem Businessplan, alle möglichen Chancen und Risiken aufzuzeigen und eine mögliche Reaktion darauf vorzubereiten.

Um euch über Chancen und Risiken auf dem Laufenden zu halten und diese abschätzen zu können, solltet ihr beispielsweise das aktuelle Geschehen in den Medien im Auge behalten und euch auch im Internet permanent informieren.

Mit Hilfe der sogenannten **SWOT-Analyse** könnt ihr die Stärken und Schwächen (Strength-Weakness) und die Chancen und Risiken (Opportunities-Threats) eurer Idee und eures Unternehmens analysieren.

**Im Werkzeug „SWOT- Analyse“ findet ihr eine ausführlichere Erklärung dazu, wie ihr eine SWOT-Analyse durchführen und darstellen könnt.**

	STÄRKEN	SCHWÄCHEN
INTERNE ANALYSE	Hier stehen die Stärken eures Projekts (im Vergleich zu Euren Mitbewerbern)	Hier stehen die Schwächen eures Projekts (im Vergleich zu Euren Mitbewerbern)
EXTERNE ANALYSE	CHANCEN	RISIKEN
	Hier stehen die Chancen oder Potentiale, die sich am Markt für euch ergeben.	Hier stehen die Risiken, die bestehen oder Gefahren, die eurem Projekt drohen.



# 7. Finanzen

Jetzt geht es darum, ob eure Idee überhaupt finanzierbar und rentabel ist. Daher werden jetzt alle bisherigen Punkte eures Businessplans mit Zahlen belegt.

Dafür betrachtet ihr die Umsatz- und Kostenplanung für die nächsten Jahre:

- // Kapitalbedarf der Unternehmensgründung
- // Umsatz- und Rentabilitätsvorschau
- // Finanzierungsplan
- // Liquiditätsplanung

Die Vorlagen für die Planung findet Ihr als Download im Werkzeugkasten.



# 8. Anhang

Im Anhang könnt ihr eurem Businessplan **zusätzliche Dokumente** beifügen, wie z. B. eure Lebensläufe, Grafiken, Bilder, Zahlenmaterial oder sonstige Zusatzinformationen.