



Gliederung des Geschäftsplanes

Die Gliederung ist selbst nicht die entscheidende Frage.
Entscheidend ist, welche Fragen der Gründer sich selbst und gegenüber der Bank zu beantworten hat.

Zusammenfassung (eine Seite)

Idee: (Lift -Argument)
Gründer: Name, Vorname, Titel
Adresse:
Kommunikationsdaten: Tel. Fax. Mobil., E -mail
Sitz des Unternehmens:
Rechtsform:
Name des Unternehmens:
Termin der Gründung:
Umsatzerwartung 1. Geschäftsjahr:
Gewinnerwartung 1. Geschäftsjahr:
Kapitalbedarf:
Fremdfinanzierung:

Gründerpersönlichkeit

(hier muss die Frage beantwortet werden, was mich befähigt, die Geschäftsidee in nachhaltigen Erfolg umzusetzen.)

- Welche berufliche Ausbildung und Erfahrung besteht?
- Über welche Erfahrungen im Umgang mit Kunden verfüge ich?
- Welche betriebswirtschaftlichen Kenntnisse verfüge ich?
- Wie schätze ich meine soziale Kompetenz ein? (Netzwerke, Führungsqualitäten)
- Als Anlage den tabellarischen Lebenslauf

Gegenstand des Unternehmens und Produktbestimmung

- Erläuterung der Idee (Nachfrage, Angebot, Kundennutzen)
- Wie bin ich auf die Idee gekommen?
- Worin besteht der Kundennutzen?
- Worin besteht mein Alleinstellungsmerkmal?
- Worin besteht mein Produktportfolio?
- Mit welchen Produkten werden welche Umsätze geplant?
- Was sind die Grundlagen meiner Preispolitik?



Zielgruppenbestimmung und Positionierung

(je größer die Streubreite der Ansprache, desto ungenauer die Trefferquote)

- Wer sind meine Kunden? (Privat oder Geschäftskunden, Wiederverkäufer)
- Wie weit ist mein Aktionsradius?
- Wie viel Kunden gibt es?
- Wie viel Kunden kann ich erreichen?
- Welche Kundenkontakte bestehen bereits?
- Welches Marktsegment möchte ich bedienen? (Preissegment, Sortiment)
- Benenne die ersten 5 Kunden!
- Welches Bild sollten meine Kunden von meinem Unternehmen haben?

Markt-, Branchen- und Wettbewerbssituation

(mangelnde Kenntnis des Wettbewerbsumfeldes verdoppelt die Wahrscheinlichkeit des Scheiterns)

- In welcher Branche bewege ich mich?
- Wie groß sind die Volumina potentieller Kunden?(Bedarfsbestimmung)
- Gibt es eine Sättigung des Marktes?
- Welche Wachstumsfaktoren des Marktes wirken?
- Was ist das übliche Preisniveau?
- Welche hauptsächlichen Wettbewerber existieren?
- Stärken und Schwächen der Wettbewerber?
- Wie spricht der Wettbewerber seine Kunden an?

Marketingplan

(ohne Kunden läuft gar nichts und nichts verkauft sich von allein)

- Wie erhalte ich die Daten meiner potentiellen Kunden? (Messe, Kauf, etc.)
- Wie erreiche ich meine ersten Kunden? (direkt, Printmedien, Internet, etc.)
- Welche Werbematerialien stelle ich wann, wie her? (Flyer, Internet, Inserat)
- Welches Marketing-Budget plane ich?
- Wie werde ich gefunden? (Suchmaschinen, Gelbe Seiten)
- Gebe ich meinem Unternehmen ein Leitmotiv?
- Arbeite ich mit einem Logo?
- Plane ich den Gebrauch gewerblicher Schutzrechte? (Markenschutz)
- Mit welchen Multiplikatoren kooperiere ich? (Synergien, Anzeigen)
- Zeitliche Planung meiner Werbeaktivitäten

Interne Arbeitsorganisation und Personalbedarf

- Wo werden die Leistungen erstellt?
- Welche technische Ausstattung ist geplant?



- Wie wird die Buchhaltung organisiert?
- Welche Mitarbeiter werden, wann und wie eingestellt?

Chancen und Risiken

(kein Unternehmen ohne Risiken, deshalb vorherige Benennung und Angabe von Ko - Kriterien)

- Worin bestehen meine Chancen? (z.B. Tempo, Lizenz, Patente, Verträge)
- Von welchen erfolgskritischen Faktoren bin ich abhängig? (z.B. Standort, Gesetze, Fördermittel)
- Worin bestehen die Risiken? (z.B. Lieferantenkredit, Exklusivität)
- Wie sichere ich die Risiken ab? (z.B. welche Versicherungen abschließen)
- Für die nachhaltig positive Unternehmensentwicklung ist unverzichtbar,

Perspektiven

(generell sollte ich mich nicht auf eine statische Sicht beschränken)

- Wo möchte ich in 5 Jahren stehen? (Marktanteile, Bekanntheit)
- Welche Schritte des Wachstums plane ich?

Finanzpläne

- Kapitalbedarfsplan
- Finanzierungsplan
- Rentabilitätsvorschau
- Liquiditätsplan